

**PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
SYARIAH UPS PENURUNAN KOTA BENGKULU**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh  
Gelara Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

**Oleh :**

**RANDI FEBDIWAN**  
**NIM 1316140440**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2017 M/1438 H**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Syariah) UPS Penurunan Kota Bengkulu " adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun diperguruan Tinggi Lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 28 Juli 2017 M

4 Dzulkaidah 1438 H

Mahasiswa yang menyatakan



Randi Pebdiawan  
NIM 1316 14 0440



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu**, Oleh **Randi Febdiawan**, NIM **1316140440**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 09 Agustus 2017 M/16 Dzulqa'idah 1438 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).

Bengkulu, 25 Agustus 2017 M  
03 Dzulhijjah 1438 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

Ketua

**Dr. Nurul Hak, MA**

NIP 196606161995031002

Penguji I

**Dr. Asnaini, MA**

NIP 197312041998032003

Sekretaris

**Yunida Fen Frvanti, M.Si**

NIP 198106122015032003

Penguji II

**Rini Elvira, SE., M.Si**

NIP 197708152011012007

Mengetahui,

Dekan

**Dr. Asnaini, MA**

NIP 197312041998032003

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis **Randi Febdiawan**, NIM. 1316140440 dengan judul

“Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Syariah) UPS Penurunan Kota Bengkulu”. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II.

Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.



Bengkulu, 14 Juli 2017 M

22 Syawal 1438 H

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Andang Sunarto, Ph.D**

**Yunida Een Frivanti, MSI**

**NIP. 197611242006041002**

**NIP. 198106122015032003**

# MOTTO

- ❖ *Syukuri Apa Yang Didapatkan Hari Ini, Orang Pandai Bersyukur Maka Yakin Kebahagiaan Akan Didapatkan Untuk Hari Yang Akan Datang  
(Randi Febdiawan)*
- ❖ *Orang Hebat Tidak Terlahir Dari Kesenangan, Tapi Orang Hebat Terlahir Dari Semangat Dan Kegigihan Mau Berbuat Apapun (Randi Febdiawan)*
- ❖ *Jangan Resah Jika Teman Atau Siapapun Itu Membencimu, Karena Didunia Ini Masih Banyak Yang Mencintaimu. Tapi Resahlah Jika Allah Membencimu, Karena Tiada Lagi Yang Akan Mencintaimu Di Akhirat (Randi Febdiawan)*
- ❖ *Indahnya Perjalanan Kuliah Itu, Bukan Dari Apa Yang Ada Pada Tujuan Semata, Bukan Pula Proses Perjalanan Yang Sedih Dan Menyenangkan, Indahnya Kuliah Itu, Apa Yang Kita Dapatkan Setelah Melakukan Perjalanan Kuliah Dari Pertama Masuk Kuliah Sampai Gelar Sarjana Dibelakang Nama Kita (Randi Febdiawan)*
- ❖ *Kuliah Itu Tujuan, Hidup Dirantau Pilihan, Gali Lobang Tutup Lobang Kebiasaan, Cita-Cita Dinomor Satukan, Sholat Dan Berserah Diri Kepada Allah Itu Kewajiban, Orang Tua Bahagia Alasan Hidup Dimasa Depan  
(Randi Febdiawan)*

## *Persembahan*

*Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu”. Seiring do’a dan terselesaikannya skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :*

1. *Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia dan kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan ke arisan Rasulullah Muhammad Saw.*
2. *Kedua orang tuaku yang tercinta, Alm ayahnda (Marin bin basik), ibunda (Minsarlaini), terima kasih atas semua cinta, kasih, semangat, dorongan, motivasi dan do’a yang kalian berikan, aku tidak akan bisa jadi seperti sekarang ini tanpa kalian.*
3. *Saudari/adikku tercinta dan tersayang, putri kecil ayah ( Netta Mela Sari ) terima kasih sayang kaulah menjadi alasanku berjuang sampai saat ini dan kaulah menjadi tujuan hidupku.*
4. *Untuk nenekku (Saipul Ardi) dan istri (imay), terima kasih telah memberikan dan mengajarkanku arti kesabaran dan perjuangan yang sebenarnya.*
5. *Untuk keluarga besar dari Alm ayahnda (keluarga Basik), keluarga besar dari ibunda (keluarga Saipul Ardi) tanpa terkecuali terima kasih atas motivasi, terima kasih kalian adalah keluarga terhebatku dan aku bangga punya kalian.*
6. *Buat yang sering marah, ngesali, menyemangati, menemani dari awal kuliah sampai saat ini, jadi Partner terbaik dalam kuliah, (Okša Suryani ) terima kasih.*
7. *Sahabat terbaikku Sabran Wira Buana, Yayan Sopra Pomi, Ahmad Jivella, Tri Putriani, Apriza Permata Sari, Ririn Ratna Elisa, Heni Astuti, Martina Khusnul Khotimah, Izatul Yazidah, Gusto Cen Idris, Rika Catur W, Andi S rambe, Meli Susani, terima kasih kalian telah menjadi saudara-saudaraku serta penyemangatku selama dibangku kuliah dan semoga kesuksesan kita raih bersama.*
8. *Untuk keluarga baruku dalam perkuliahan, keluarga kos bidan Rita Seluhin, keluarga Sman 5 Bkl Selatan, keluarga Anok (Anak Nongkrong), keluarga Seperjuangan Kkn Kelompok 65 Desa Lubuk Lesung Kec Lais, Kab Bkl Utara, serta adik” angkatku Asep Irawan, Doni, Kurniawan, Piter, Zulkarnain, Arieq, prasetyo (Bagong),terima kasih atas dukungan dan semangatnya dalam penyelesaian skripsi ini.*
9. *Sahabat-sahabat seperjuangan PBS 1C, PBS D dan semua teman-teman PRODI PBS maupun EKIS yang tak bisa kusebutkan satu persatu terima kasih untuk canda tawa dalam bangku perkuliahan.*
10. *Dan tentunya untuk almamaterku IAIN Bengkulu.*

## ABSTRAK

Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Oleh Randi Febdiawan NIM 1316140440.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh lokasi Terhadap Minat Beli konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Terhadap Minat Beli konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Untuk mengetahui Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan *kuantitatif asosiatif*. Jenis data yang digunakan adalah data primer, teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah survei dan studi kepustakaan. Instrument yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu, dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik analisis data untuk uji asumsi dasar yang digunakan yaitu uji normalitas data, uji homogenitas data dan uji linieritas data. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji multikolinearitas. menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan baik secara simultan dan parsial terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu dengan nilai Sig lebih kecil dari ( $\alpha$ ) 5 %. Secara simultan lokasi dan pelayanan mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 67,3%.

Kata Kunci: *Lokasi, Pelayanan, Minat Beli.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kahadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH LOKASI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) SYARIAH UPS PENURUNAN KOTA BENGKULU”**.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring do'a semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
3. Desi Isnaini, MA selaku ketua jurusan ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis islam.
4. Andang Sunarto. Ph.D selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi semangat dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Yunida Een Fryanti, M.Si, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi semangat dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.



6. Bapak ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 28 Juli 2017 M

4 Dzulkaidah 1438 H

Randi Febdiawan  
NIM 1316140440

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Penelitian Terdahulu.....	8
F. Sistematika Penulisan .....	10

### **BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR**

A. Kajian Teori .....	11
1. Minat Beli.....	11
2. Lokasi.....	16
3. Pelayanan .....	19
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	22
5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen .....	23
B. Kerangka Berfikir.....	24
C. Hipotesis Penelitian .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	26
C. Populasi.....	26
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	27
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	28
F. Instrumen Penelitian .....	30
G. Teknik Analisis Data .....	32
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	32
2. Pengujian Kualitas Data.....	32
a. Validitas Data .....	32

b. Realibilitas .....	33
3. Uji Asumsi Dasar.....	33
a. Uji Normalitas Data .....	33
b. Uji Homogenitas Data.....	33
c. Uji Linieritas Data.....	34
4. Uji Asumsi Klasik.....	34
5. Pengujian Hipotesis .....	35
a. Model Regresi liniear Berganda .....	35
b. Uji F.....	35
c. Uji t.....	36
6. Koefisien Determinasi. ....	36

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
1. Sejarah Singkat PT. Pegadaian (Persero) Syari'ah Ups Penurunan ...	38
2. Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero) Syari'ah .....	40
a. Visi PT. Pegadaian (Persero) Syari'ah .....	40
b. Misi PT. Pegadaian (Persero) Syari'ah .....	40
3. Produk dan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syari'ah.....	40
4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Syari'ah .....	42
B. Hasil Penelitian .....	44
1. Analisis Deskriptif Pada Responden Penelitian .....	44
2. Analisis Statistik Deskriptif. ....	48
3. Uji Kualitas Data .....	49
a. Uji Validitas Data.....	49
b. Uji Realibilitas .....	53
4. Uji Asumsi Dasar.....	54
a. Uji Normalitas Data .....	54
b. Uji Homogenitas Data.....	55
c. Uji Linieritas Data.....	56
5. Uji Asumsi Klasik .....	57
6. Pengujian Hipotesis .....	59
a. Regresi liniear Berganda .....	59
b. Uji F.....	60
c. Uji t.....	61
7. Koefisien Determinasi .....	65
C. Pembahasan .....	65

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert Lokasi.....	30
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert Pelayanan.....	31
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert Minat Beli .....	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	45
Tabel 4.4 Berdasarkan Tingkat Status .....	46
Tabel 4.5 Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	47
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif. ....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Lokasi .....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Pelayanan .....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pelayanan .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas ( $X_1$ ).....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas ( $X_2$ ).....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas (Y) .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Data.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Homogenitas Data .....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas variabel Lokasi ( $X_1$ ).....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas variabel Pelayanan ( $X_2$ ) .....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas .....	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Linier Berganda.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	65

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Keterkaitan Variabel Lokasi ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Minat Beli (Y) .....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan ..	43

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Koesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Pengolahan Data
- Lampiran 4 : Blanko Judul dan Bukti Mengahdiri Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 7 : Surat Rekomendasi Penelitian DPMPTST Kota
- Lampiran 8 : Surat Rekomendasi Penelitian DPMPTST Provinsi
- Lampiran 9 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 10 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 11 : Jadwal Penelitian

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya bertujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam kedalam transaksi keuangan dan menawarkan secara luas berbagai jasa keuangan seperti tabungan, pembiayaan, dan lain-lain.<sup>1</sup> Kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah berdasarkan dengan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki wewenang dalam melakukan penetapan fatwa dibidang syariah. Lembaga keuangan syariah terdiri dari bank syariah dan non bank syariah.

Usaha pegadaian di Indonesia dimulai pada zaman penjajahan Belanda (VOC) dimana pada saat itu tugas pegadaian adalah membantu masyarakat untuk meminjamkan uang dengan jaminan gadai. Pada mulanya usaha ini dijalankan oleh pihak swasta, namun dalam perkembangan selanjutnya usaha gadai ini diambil alih oleh pemerintah Hindia Belanda. Kemudian dijadikan perusahaan Negara, menurut Undang-Undang pemerintah Hindia Belanda pada waktu itu.

Dengan berkembangnya lembaga keuangan non bank Syariah di Bengkulu, pada saat ini sektor bisnis di bidang usaha seperti, asuransi syariah, reksadana syariah, pegadaian syariah semakin berkembang pesat. Pegadaian syariah merupakan pegadaian yang menjalankan operasionalnya berpedoman

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 35

terhadap prinsip syariah. Keberadaan pegadaian syariah diperkuat dengan dikeluarkan fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 juni 2002 tentang diperbolehkan pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn.

Pegadaian syariah juga berlandaskan kepada syariat islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Allah berfirman dalam Qs. Al-Baqarah (2) : 283<sup>2</sup>

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فَلَْيُوَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ  
أَمْنَهُ وَيَلْتَقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya :*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Dari penjelasan diatas bahwa Allah juga memperbolehkan kegiatan gadai dengan dasar tolong-menolong tanpa memberatkan satu pihak. Kegiatan gadai juga sudah dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW ketika melakukan perjalanan. Gadai harus dilakukan dengan adanya saksi yang dapat bertanggung jawab.

Pegadaian syariah memiliki beragam produk dan kegiatan seperti investasi yang sangat *likuid* sepanjang masa (Mulia), jasa gadai berprinsip syariah (rahn), pembiayaan usaha mikro berprinsip syariah (arrum), pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor (amanah) dan tabungan emas.

<sup>2</sup> Al-Quran Digital surat An-Nisa (283)



Pegadaian syariah merupakan salah satu usaha di sektor jasa, dan segmentasi pasarnya adalah konsumen yang membutuhkan dana cepat. Oleh karena itu strategi lokasi merupakan kebijakan yang sangat penting.

Pegadaian syariah yang terletak di lokasi yang strategis sangat memudahkan konsumen. Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah *lay out* gedung dan *lay out* ruangan pegadaian itu sendiri. Penetapan *lay out* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan pegadaian. Pada akhirnya lokasi dan *lay out* merupakan hal yang tak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.<sup>3</sup>

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka di antara beberapa produk yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang saling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh berbagai macam pertimbangan.

Minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli diidentifikasi melalui indikator-indikator yaitu : 1) Minat eksploratif, 2) Minat transaksional, 3) Minat refrensial dan 4) Minat preferensial.

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Pemasaran, Bank*, (Jakarta: kencana, 2004), h,163

Lokasi adalah posisi keberadaan suatu aktivitas produksi ditempat sesuai dengan ruang lingkup bentuk bisnis tersebut.<sup>4</sup> Pemilihan lokasi adalah proses pembuatan untuk memilih diantara alternatif-alternatif lokasi induk maupun variasi strategi induk yang dipertimbangkan akan dapat dipakai dan diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara-cara yang paling baik. Pemilihan lokasi menyangkut pertimbangan faktor-faktor pilihan, evaluasi alternative dengan kriteria tertentu, dan pemilihan alternative yang sesungguhnya.

Dalam penggunaan lokasi suatu bisnis dipertimbangkan akan lokasi yang strategis. Lokasi dengan segala kenyamanan bisa memberi pengaruh pada kenyamanan konsumen dalam melakukan aktivitas di pegadaian. Pada umumnya keberhasilan pegadaian sangat ditentukan oleh: 1) lokasi yang dekat dengan kawasan industri atau pabrik, 2) lokasi yang dekat dengan perkantoran, 3) lokasi yang dekat dengan pasar, 4) lokasi yang dekat dengan perumahan atau masyarakat, 5) mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.<sup>5</sup>

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dimana produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, demi tercapainya keinginan

---

<sup>4</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 32

<sup>5</sup> Mahmud Machfoedz, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: BPF, 2006), h. 80

pada konsumen itu<sup>6</sup>. Menurut (Parasuraman, dkk) ada lima unsur yang menentukan kualitas pelayanan yaitu :1) *Tangible*, mencerminkan fasilitas fisik jasa seperti gedung kantor, ruangan dan karyawan. 2) *Reliability*, mencakup konsistensi dari penampilan dan keandalan jasa. 3) *Responsiveness* meliputi kesigapan dan kecepatan tanggapan karyawan untuk menyediakan jasa. 4) *Assurance* meliputi keterampilan dan keramahan petugas serta keamanan dalam penggunaan jasa. 5) *Empathy* mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan<sup>7</sup>.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu, diketahui bahwa beberapa responden menjawab setuju lokasi sudah strategis karena dekat dengan pusat kota, pusat perbelanjaan, tempat wisata, namun saat peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden ternyata pengetahuan responden tentang lokasi keberadaan pegadaian syariah masih *minim* dan belum terlalu dimengerti serta kantor cabangnya pun masih terbilang sedikit. Pelayanan yang masih terlalu sering dikeluhkan responden belum sesuai dengan apa yang diharapkan responden pegadaian itu sendiri, sehingga minat belinya pun belum terlalu banyak.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji dengan topik Lokasi, Pelayanan dan Minat Beli, dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul *PENGARUH LOKASI*

---

<sup>6</sup>Rismanto. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada CV.RABBANI ASYSA Kota Bengkulu*”, ( Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu ,2016), h.20

<sup>7</sup>Bunga Rampai,”*Manajemen Bisnis Berdasarkan penelitian*”, (Bandung : Alfabeta, 2007), h.140

*DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) SYARIAH UPS PENURUNAN KOTA BENGKULU.*

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu ?
3. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu ?
4. Seberapa besar pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu ?
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu ?

3. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu ?
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu?

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Tujuan penelitian ini, diharapkan agar memberikan manfaat bagi :

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur untuk penelitian lanjutan dan diharapkan dapat bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu.

2. Praktis

- a. PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan bahan pengembangan pengetahuan dalam mengambil keputusan terkait dengan lokasi, pelayanan dan minat beli.

- b. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan dalam pengembangan pegadaian syariah agar menjadi lebih baik lagi.

c. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pengetahuan yang lebih baik dan jelas kepada masyarakat tentang lokasi pegadaian, pelayanan dan minat beli.

## E. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang terkait dengan lokasi dan minat beli dilakukan oleh Vivian yang berjudul Pengaruh Lokasi Perusahaan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus *Hyper Squer* Di Pasir Kaliki Bandung) yang pada tahun 2014. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah membahas tentang lokasi terhadap minat beli konsumen.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dan tehnik data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas dan uji regresi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek yang diteliti tentang Studi Kasus *Hyper Squer* Di Pasir Kaliki Bandung, sementara penelitian yang akan diteliti adalah membahas objek tentang lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini lokasi *Hyper Squer* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasir kaliki bandung.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan lokasi dan minat beli diantaranya yaitu, penelitian Akadji dengan judul Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo pada tahun

---

<sup>8</sup> Vivian. *Pengaruh Lokasi Perusahaan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Hyper Squer Di Pasir Kaliki Bandung)*. (Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Maranatha Bandung. Bandung 2014). h. 1

2014<sup>9</sup>. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang lokasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek yang diteliti di UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo, jenis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dan instrument yang digunakan adalah data primer serta untuk menganalisis data digunakan analisis regresi linier sederhana. sementara penelitian yang akan diteliti adalah membahas objek tentang lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Syariah Penurunan Kota Bengkulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan lokasi dan minat beli diantaranya yaitu, penelitian Mohammad dengan judul Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Sinar Galesong Pratama Gorontalo pada tahun 2015.<sup>10</sup> Persamaan yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang lokasi terhadap minat beli konsumen dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Perbedaan penelitian ini hanya memfokuskan pada lokasi, pelayanan dan Minat Beli konsumen di PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini bahwa lokasi usaha berpengaruh

---

<sup>9</sup> Sri Wahyuni Akadji. *Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sumber Pangan Kota Gorontalo*. (Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo 2014). h. 1

<sup>10</sup> Hestin Mohammad. *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Sinar Galesong Pratama Gorontalo*. (Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo 2015). h. 1

terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Sinar Galesong Pratama Gorontalo.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Karya ilmiah ini terdiri dari 5 Bab, yaitu BAB I pendahuluan, BAB II kajian teori dan kerangka pemikiran, BAB III metode penelitian. BAB IV hasil penelitian dan pembahasan. BAB V kesimpulan. Masing-masing Bab ini memiliki sub bab dengan garis besar isinya sebagai berikut, yaitu : Bab I berisi pendahuluan. Pada Bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan. Bab II memaparkan kajian teori, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian. Bab III menguraikan metode penelitian yang terdiri atas jenis penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi dan waktu penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Bab VI berisi tentang gambaran umum penelitian, dan hasil penelitian serta pembahasan. Bab V memaparkan kesimpulan penelitian dan saran yang diberikan.



## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. KAJIAN TEORI

##### 1. Minat Beli

###### a. Pengertian minat beli.

Minat merupakan perangkat mental yang menggerakkan individu dalam memilih sesuatu. Timbulnya minat dalam suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka orang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang dimintai tersebut.<sup>11</sup>

Secara umum minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Minat bersifat pribadi (individual).

Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang terjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Wahyudati, *Survei Minat Siswa Terhadap Pembelajaran Pendidikan Jasmani Pada SD Negeri Temanggal Kecamatan Tempuran Kabupaten Magelang*, Desember 2016, Pukul

<sup>12</sup> Victoria, *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah di BMT Al-amal Bengkulu*, (Skripsi Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Bengkulu, 2007), h. 17

Minat merupakan salah satu faktor yang psakitis yang membantu dan mendorong individu dalam memberi stimulus suatu kegiatan yang dlaksanakan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Ditinjau dari segi bahasa adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.<sup>13</sup>

Artinya setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain. Minat berkaitan erat dengan motivasi seorang, sesuatu yang dipelajari. Serta dapat berubah-ubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan metode yang sedang trend bukan bawaan sejak lahir. Ada beberapa pengertian minat menurut beberapa para ahli, yaitu :<sup>14</sup>

1. Menurut Kinnear dan Taylor minat adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.
2. Menurut Sumadi Suryabrata, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.
3. Menurut Holland mengatakan bahwa minat adalah kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.

---

<sup>13</sup>Yuldi Arisandi, *Minat Masyarakat Kelurahan Semarang Kota Bengkulu Terhadap Asuransi Syariah*, (Skripsi Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2016), h. 16

<sup>14</sup>Afandi yasid, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta : Logung Pustaka.2000

4. Menurut Boyd, Walker dan Larreche, berpendapat bahwa minat adalah seseorang menginginkan produk, merek dan jasa tertentu untuk memuaskan kebutuhan. Selain itu keinginan orang juga dibentuk oleh pengaruh sosial, sejarah masa lalu dan pengalaman konsumsi.<sup>15</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat bukanlah sesuatu yang statis atau berhenti tetapi dinamis dan mengalami pasang surut. Minat juga bukan bawaan lahir, tetapi sesuatu yang dapat dipelajari. Artinya sesuatu yang tidak diminati, dapat menjadi sesuatu yang diminati karena adanya masukan-masukan tertentu atau wawasan baru dan pola pemikiran yang baru.<sup>16</sup>

#### b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli

Faktor-faktor yang mendorong minat terhadap sesuatu secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu bersumber dari individu bersangkutan (misal bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu dan kepribadian) dan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Faktor lingkungan mempunyai pengaruh yang besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup>Jurnal SDM, *Depensi Membangun Minat Beli*, (<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html>), 15 Agustus 2017.

<sup>16</sup>Djuwaini dimyuddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008

<sup>17</sup>Jurnal Manajemen, *Bahan Kuliah Manajemen*, (<http://jurnal.manajemen.blogspot.com.2010/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli menurut para ahli, yaitu :<sup>18</sup>

1. Swastha dan Irawan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.
2. Super dan Crites menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu perbedaan pekerjaan, perbedaan sosial ekonomi, perbedaan hobi atau kegemaran, perbedaan jenis kelamin dan perbedaan usia.
3. Kotler, Bowen, dan Makens terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (*Unexpected situation*) dan sikap terhadap orang lain (*Respected to Others*).

c. Indikator minat beli

Minat beli konsumen dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :<sup>19</sup>

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan

---

<sup>18</sup> Bangun Adi Wibowo, “*Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Banjarnegara*”, Banjarnegara: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2015.

<sup>19</sup>Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2006) h, 129

terhadap suatu barang atau jasa. Konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membeli dengan membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

- b) Minat refrensia, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain. Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seseorang yang memiliki minat yang besar terhadap sesuatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari

produk tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat beli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang ada pada subyek sebelum mengambil keputusan untuk membeli.

Menurut Kotler, Bowen, dan Markens terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (*Unexpected situation*) dan sikap terhadap orang lain (*Respected to Others*).

Suatu perusahaan harus memahami perilaku konsumen yang berbeda-beda. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, salah satunya adalah proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan atau mengkonsumsi suatu produk dan jasa disertai dengan tindakan secara langsung.<sup>20</sup>

## **2. Lokasi**

### **a. Pengertian Lokasi**

Keputusan mengenai lokasi bagi suatu usaha ritel memegang peranan yang sangat penting. Lokasi pegadaian sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan dalam jangka panjang. Menurut Kotler, Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada

---

<sup>20</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 13

potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Hal ini menyiratkan arti bahwa betapa pentingnya keputusan mengenai lokasi bagi usaha.

Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada serta kapasitas parkir yang cukup memadai bagi konsumen. Lokasi juga akan mempengaruhi citra pegadaian atau kepribadian pegadaian dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh pegadaian terhadap pelanggan utamanya.<sup>21</sup>

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa prioritas utama aspek teknis/operasi adalah menganalisis masalah penentuan lokasi. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya.<sup>22</sup>

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Pemilihan tempat lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat yaitu, akses, *visibilitas*, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan dan kompetisi.<sup>23</sup>

Menurut Swastha lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian

---

<sup>21</sup> Bob Foster, *Manajemen Ritel*, (Bandung: Alfabeta, 2008). H, 51

<sup>22</sup> Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*. (Jakarta: Kencana, 2012). H, 152

<sup>23</sup> Adiba. *Administrasi Bisnis*. (Volume 4, Nomor 3, 2016), h, 670-682

dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda.<sup>24</sup>

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat jika salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan pegadaian.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut. Terdapat paling tidak tiga lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu antara lain:

- a. Lokasi untuk kantor pusat
- b. Lokasi untuk gudang
- c. Kantor cabang

Paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu cabang, yaitu :

1. Faktor utama (primer)
  - a. Dekat dengan pasar
  - b. Dekat dengan bahan baku
  - c. Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan.
  - d. Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara.
  - e. Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon dan lainnya.

---

<sup>24</sup> Swasta Basu. *Azas-Azas Pemasaran*, (Yogyakarta:Liberty,2002)



f. Sikap masyarakat.

## 2. Faktor sekunder

- a. Biaya untuk investasi dilokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung.
- b. Prospek perkembangan harga atau kemajuan dilokasi tersebut.
- c. Kemungkinan untuk perluasann lokasi.
- d. Terdapat fasilitas penunjang lain seperi pusat perbelanjaan atau perumahan.

## b. Indikator lokasi

Lokasi dapat diidentifikasi melalui pertimbangan indikator sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik.
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran.
- c. Dekat dengan lokasi pasar.
- d. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

## 3. Pelayanan

### a. Pengertian pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yakni aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain

---

<sup>25</sup> Kasmir, *Manajemen perbankan*. (Jakarta: Rajawali pers,2014). H, 239-241

yang biasanya tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Pelayanan merupakan sesuatu yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan.<sup>26</sup>

Untuk memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan, yang terintegrasi hingga manfaat yang besar akan diperoleh, terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan yang diberikan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran produk, pemberian produk dan pelayanan purna jual yang mencakup atas semua jaminan kerusakan produk dalam jangka waktu tertentu.

Pelayanan adalah sarana untuk mengidentifikasi dan memenuhi *superior need*. Dengan kata lain layanan konsumen dapat menjadi pusat keuntungan perusahaan. Pendapat lain menyatakan pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan kepada seseorang agar orang tersebut dapat memperoleh yang diinginkannya.

Menurut Kotler, pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang

---

<sup>26</sup>Bunga Rampai Strategic, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 155

biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Hadipranata berpendapat bahwa, pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*job description*) yang diberikan kepada konsumen, pelanggan, nasabah, dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan seseorang terhadap orang lain dalam jual beli barang dan jasa.

b. Kualitas pelayanan

Secara garis besar kualitas pelayan terdiri dari :

- a) Menciptakan perhatian calon pembeli
- b) Menggugah minat calon pembeli
- c) Menanamkan keyakinan calon pembeli
- d) Memperlakukan calon pembeli sebagai raja yang harus dihormati, dilayani dan dipuaskan.

c. Indikator Pelayanan

Pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis maka tentu saja suatu pelayanan memberikan beberapa manfaat di antara yaitu menciptakan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen.

Menurut Parasuraman dan kawan-kawan didalam suatu studi mengenai Dimensi Kualitas Pelayanan mengidentifikasi lima faktor

utama yang dipergunakan konsumen dalam menilai atau menentukan kualitas layanan :

a. Keandalan (*reability*)

Yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan segera dan akurat dan memuaskan.

b. Berwujud (*tangible*)

Yakni bukti fisik dari layanan, bisa berupa fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan dan sarana komunikasi.

c. Daya Tanggap (*responsibility*)

Yakni keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan informasi yang jelas.

d. Jaminan (*assurance*)

Mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan sifat apa yang dipercaya, bebas dari resiko bahaya dan keragu-raguan.

e. Empati (*emphaty*)

Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memenuhi kebutuhan para konsumen.<sup>27</sup>

#### **4. Pengaruh lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen**

Banyak perusahaan dalam memilih lokasi toko sangat mengedepankan berbagai banyak pandangan. Dan setiap pandangan

---

<sup>27</sup> Nandang Sunandang Said, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Depok)*, Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2011.

tersebut memiliki berbagai alasan yang bersifat rasional, baik dilihat dari segi pandangan internal maupun dari segi eksternal.<sup>28</sup> Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategik, seperti fleksibilitas, dan manajemen permintaan, dan fokus strategik (Fitzsimmons, 1994).<sup>29</sup>

Pemilihan lokasi pegadaian juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor meningkatnya minat beli konsumen. Lokasi pegadaian syariah unit penurunan sudah strategis karena lokasi yang dekat dengan pusat kota Bengkulu, pusat perbelanjaan, dan lokasi juga akan mempengaruhi citra pegadaian karena mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada.

## 5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen

Pelayanan yang di dapat dari kinerja yang baik akan memberikan suatu dorongan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, keadaan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Baik buruknya pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.<sup>30</sup> Pada intinya apabila pelayanan baik (sesuai dengan harapan) maka pelanggan tersebut akan merasakan kenyamanan.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.56

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Jelajah Nusa), h.

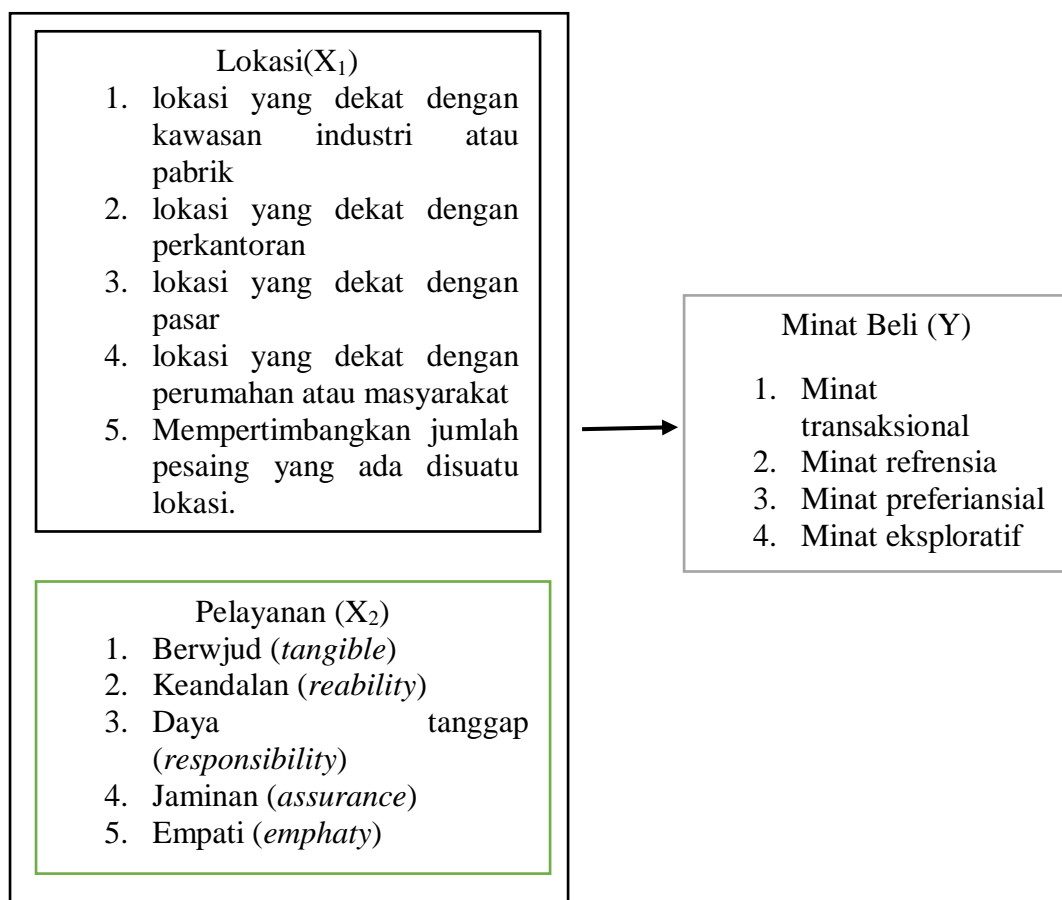
<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta : Marknesis, 2009), h.247

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, ( Yogyakarta: Andi, 2006), h. 60

## B. KERANGKA BERFIKIR

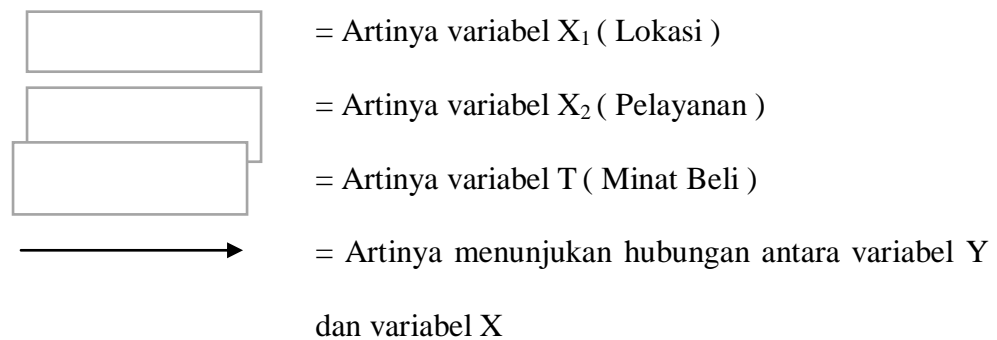
Judul Penelitian Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Maka dapat dibuat kerangka berfikir sebagai berikut :

**Gambar 2. 1**  
**Keterkaitan Variabel Lokasi ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), Terhadap Minat Beli (Y).**



Sumber : Sugiyono<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 44



Kerangka pemikiran diatas menjelaskan hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, baik secara parsial maupun secara simultan.

### C. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis didefenisikan sebagai sebagai berikut :

- $H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu secara simultan.
- $H_2$  : Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.
- $H_3$  : Terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif<sup>33</sup>. Karena penelitian ini merupakan penelitian yang langsung mencari data kelokasi penelitian dan juga karena penelitian ini mencari pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen.

#### **B. Waktu dan Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. lokasi Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu. Penelitian ini didasarkan karena ditemukannya ketidaksesuaian antara teori dan fakta yang terjadi pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu tentang pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini mulai dari observasi awal yang dilakukan pada bulan Nopember 2016 – Juli 2017.

#### **C. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai subyek dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian

---

<sup>33</sup> Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004), h. 36



ini populasinya adalah semua konsumen yang datang dan berminat untuk membeli pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu, tetapi populasi yang dibutuhkan berjumlah 30 Orang.

#### **D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Sumber Data**

Data merupakan unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan problem tertentu<sup>34</sup>. Berdasarkan sumber data, penelitian menggunakan sumber data:

###### **a. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data primer bisa dikatakan juga data yang dikumpulkan oleh suatu badan dan diterbitkan oleh badan itu pula<sup>35</sup>. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berisi tentang lokasi, pelayanan dan minat beli.

###### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara diperoleh dan dicatat oleh pihak lain yang telah dipublikasikan.

---

<sup>34</sup> Ahmad Tanzeh. *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta. Teras .2011). h. 79

<sup>35</sup> Darwanto. *Statistik Sosial Ekonomi*. (Yogyakarta BPPP, Yogyakarta 2001). h. 10

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Survei**

Yaitu alat pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung pada pegadaian PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS penurunan, mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian tentang pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

### **b. Kepustakaan**

Teknik ini mengumpulkan teori-teori yang ada dalam literatur, sehingga memudahkan peneliti untuk mencari masalah dengan teori yang ada dan digunakan. Sehingga mendapatkan ketidaksesuaian antara teori dan praktik di lapangan.

## **E. Variabel Penelitian dan Depinisi Operasional**

### **1. Variabel penelitian**

Variabel yang terdapat didalam penelitian ini adalah variabel independen dan dependen. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu minat beli, dan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah lokasi dan pelayanan.<sup>36</sup>

## 2. Definisi Operasional

### a. Variabel Lokasi ( $X_1$ )

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada serta kapasitas parkir yang cukup memadai bagi konsumen. Lokasi juga akan mempengaruhi citra pegadaian atau kepribadian pegadaian dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh pegadaian terhadap pelanggan utamanya.

Menurut referensi lain lokasi adalah suatu tempat usaha sebaik mungkin agar dapat beroperasi atau menjalankan proses produksi dengan lancar, biaya operasi yang rendah, kemampuan bersaing perusahaan dan memungkinkan perluasan di masa akan datang.<sup>37</sup>

### b. Variabel Pelayanan ( $X_2$ )

Pelayanan merupakan aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*job description*) yang diberikan kepada konsumen, pelanggan, nasabah, dan sebagainya, serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan dan juga akan mempengaruhi citra pegadaian

---

<sup>36</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Ghali Indonesia, 2009), h. 271

<sup>37</sup> Danang Suyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT Buku Seru, 2014), h. 241-242

atau kepribadian pegadaian dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh pegadaian terhadap pelanggan utamanya.

c. Varibel Minat Beli (Y)

Minat beli merupakan perangkat mental yang menggerakkan individu dalam memilih sesuatu. Timbulnya minat dalam suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka orang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang dimintai tersebut.<sup>38</sup>

## F. Instrument Penelitian

### 1. Kuesioner tertutup

Koesiner ini menggunakan koesioner tertutup. Dalam pengukuran koesioner penelitian ini menggunakan pengukuran skala *Likert* digunakan apabila menginginkan data tentang pendapat sampel mengenai masalah yang diteliti, bentuk juga dapat dilakukan untuk penilaian kuantitatif terhadap keseluruhan atau setiap sampel<sup>39</sup>. Adapun kategori yang digunakan penulis adalah kategori *Scoring* variabel seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut :

---

<sup>38</sup> Saifudin Azwar, *Metodologi penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), h. 62

<sup>39</sup> Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. (Jakarta :Bumi Aksara.2004).

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert Lokasi**

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Dian<sup>40</sup>

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert Pelayanan**

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Gusti<sup>41</sup>

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert Minat Beli**

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Gusti<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Dian Pitasari, *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Safir Kota Bengkulu*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2016), h. 36

<sup>41</sup> Gusti Pelita Dewi. *Pengaruh Kualitas, ...* h. 32

## 2. Dokumentasi

Penggunaan dokumentasi yaitu sebagai alat pelengkap untuk mendokumentasikan hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti dan juga dapat sebagai sebagai bukti penelitian dengan memotret apa yang terjadi dilapangan. Alat yang digunakan dalam berlangsungnya dokumentasi ini adalah kamera.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai nilai *minimum*, *maksimum*, *mean*, dan *standar deviasi* dari variabel lokasi, pelayanan dan minat beli.

### 2. Pengujian Kualitas Data

#### a. Validitas Data

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya<sup>43</sup>. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji ketepatan kuesioner validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika hasil menunjukkan hasil yang signifikan maka masing-masing indikator

---

<sup>42</sup> Gusti Pelita Dewi. *Pengaruh Kualitas, ...* h. 32

<sup>43</sup> Saifuddin Azwar. *Reabilitas dan Validitas*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008). h. 5

pertanyaan adalah valid. Teknik uji validitas data menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Data dikatakan valid harus memenuhi syarat  $r_{hitung} > r_{table}$ .<sup>44</sup>

#### b. Realibilitas Data

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu alat pengukur dikatakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur sesuatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama<sup>45</sup>. Teknik uji reliabilitas Metode alpha (cronbach Alpha) dan kriteria alat ukur suatu variabel penelitian reliable (jika nilai cronbach Alpha > 0.6)<sup>46</sup>.

### 3. Uji Asumsi Dasar

#### a. Uji Normalitas data

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *Skewness* dengan kriteria kenormalan rasio *skewness* berada dalam rentang -2 sampai 2, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.<sup>47</sup>

#### b. Uji Homogenitas Data

---

<sup>44</sup> Made Novandri Sandya Nugraha, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010) . h.1

<sup>45</sup> S. Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2004). h. 77

<sup>46</sup> Made Novandri Sandya Nugraha. *pengaruh kualitas...*, h. 35

<sup>47</sup> Budi Setiawan, *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial Dan Bisnis dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2015), h. 74

Metode yang digunakan untuk uji homogenitas data dalam penelitian ini adalah *Levene Test* yaitu *test of homogeneity of variance*.

Untuk menentukan homogenitas digunakan kriteria sebagai berikut:<sup>48</sup>

- 1) Signifikansi uji ( $\alpha$ ) = 0.05
- 2) Jika Sig. > $\alpha$  , maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- 3) Jika Sig. < $\alpha$  , maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen).

#### c. Uji Linieritas Data

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Jika nilai signifikansi (*deviation from linierity*) lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linier antara kedua variable, dan sebaliknya jika nilai signifikansi (*deviation from linierity*) lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel.<sup>49</sup>

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik pada persamaan regresi yang terdapat dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu uji Multikolinearitas<sup>50</sup>. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel bebas yang

---

<sup>48</sup>Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 49

<sup>49</sup>Edy Supriyadi, *SPSS + Amous*, (Jakarta: In Media, 2014), h.90

<sup>50</sup>Duwi Priyatno. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. (Yogyakarta: C.V Andi Offset.2012) h. 93-94



satu dengan variabel bebas yang lain dalam model regresi yang digunakan semakin kecil korelasi diantara variabel bebasnya yang digunakan untuk mendekati adanya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor (FIV)*. Nilai *Tolerance* harus diantara 0,0-1 dan nilai FIV harus dibawah angka 10.

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Model Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh pelayanan, lokasi toko, harga produk secara bersama-sama melalui suatu persamaan regresi linear berganda. Adapun bentuk umum persamaan regresi linear berganda dengan dua variabel bebas adalah sebagai berikut:<sup>51</sup>

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat beli

$\beta_0$  = Konstanta regresi

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi  $X_1$  dan  $X_2$

$X_1$  = Lokasi

$X_2$  = Pelayanan

e = Faktor pengganggu

---

<sup>51</sup>Jurnal, *Pengaruh Harga Produk Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Soto Angkring "Mas Boed" Spesial Ayam Kampung Semarang*, (<http://jurnal-sdm.blogspot.com>, 2009)

b. Uji F

Uji F atau uji koefisien secara serentak, untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak, secara simultan terhadap variabel dependen. Apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Adapun cara pengujiannya sebagai berikut<sup>52</sup>:

1. Membandingkan antara F hitung dan F table, F table ditentukan dengan  $(\alpha) = 5\%$  df1 (k-1), df2 (n-k), dengan keputusan :
  - a) Jika F hitung < F table, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - b) Jika F hitung > F table, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Berdasarkan profitabilitas, pengambilan keputusan didasarkan pada :
  - a) Taraf Sig <  $\alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - b) Taraf Sig >  $\alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (keputusan). Yaitu dengan cara membandingkan sig <  $\alpha$  (5%).

- a. Jika sig <  $\alpha$  0.05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap minat beli.

---

<sup>52</sup> Duwi Priyatno. *Belajar Cepat*, ....h. 89

- b. Jika  $\text{sig} > \alpha 0.005$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, yang berarti bahwa variabel lokasi, tidak berpengaruh terhadap minat beli.

#### **6. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh lokasi terhadap minat beli. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada pengaruh antara (X) dengan (Y). koefisien determinasi dilambangkan dengan  $R^2$ .

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambar Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat PT. Pegadaian (Persero) Syariah**

Pegadaian merupakan lembaga perkreditan rakyat dengan system gadai, lembaga semacam ini pada awalnya berkembang di Italia yang kemudian dipraktekan di wilayah-wilayah Eropa lainnya misalnya Inggris dan Belanda. Sistem gadai tersebut masuk ke Indonesia di bawa dan berkembang oleh Belanda (VOC) yaitu sekitar abad ke 19.

Dalam rangka memperlancar kegiatan perekonomian VOC mendirikan Bank Van Leening yaitu lembaga kredit dengan system gadai. Bank Van Leening di dirikan pertama di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1764 berdasarkan keputusan Gubernur Jendral Van Imhoff. Tetapi setelah Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari Belanda (1811-1816) Bank Van Leening milik Belanda tersebut di bubarkan dan Gubernur Jendral Thomas Stamford Raffles menyatakan setiap orang boleh mendirikan usaha pegadaian dengan izin pemerintah daerah setempat. Dizaman kemerdekaan pemerintah Republik Indonesia mengambil alih usaha dinas pegadaian dan mengubah status pegadaian menjadi Perusahaan Negara (PN) pegadaian berdasarkan undang-undang No. 19 Prp. 1960. Perkembangan selanjutnya pada tanggal 11 maret 1969 berdasarkan peraturan pemerintah RI No.7 Tahun 1969 PN pegadaian

berubah menjadi perusahaan jawatan (perjan). Kemudian pada tanggal 10 april 1990 berdasarkan peraturan pemerintah No. 10 tahun 1990 perjanjian pegadaian. Sampai saat ini lembaga yang melakukan usaha berdasarkan atas hukum gadai hanyalah perum pegadaian.

Pada Tanggal 1 April 1901 didirikan pegadaian pertama di Sukabumi (Jawa Barat), sekaligus ini merupakan awal berdirinya pegadaian di Indonesia, serta menjadi hari ulang tahun pegadaian. Dalam perjalanan Pegadaian mengalami beberapa kali perubahan status yaitu sebagai perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961 kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1961 menjadi Perusahaan Jawatan, selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1990 berubah menjadi perusahaan umum (PERUM) hingga sekarang.<sup>53</sup>

Perum Pegadaian merupakan sarana alternatif pertama dan sudah ada sejak lama serta sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Apalagi di kota-kota besar dan kecil di seluruh Indonesia. Namun banyak orang yang merasa malu untuk datang ke kantor pegadaian terdekat. Hal itu, menunjukkan bahwa pegadaian sangat identik dengan kesusahan atau kesengsaraan bagi seseorang yang melakukan transaksi gadai. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila yang datang ke kantor pegadaian pada umumnya berpenampilan lusuh dengan wajah tertekan. Namun, belakangan ini Perum Pegadaian mulai tampil dan membangun citra baru

---

<sup>53</sup> Adrian Sutedi, *hukum gadai syariah*, (Bandung: Alfabetha,2011), h.80

melalui berbagai media, termasuk media televisi, dengan motto barunya, “Menyelesaikan Masalah Tanpa Masalah”.

## **2. Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero) Syariah**

### **a) Visi PT. Pegadaian (Persero) Syariah**

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

### **b) Misi PT. Pegadaian (Persero) Syariah**

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

## **3. Produk dan jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah**

Untuk memperoleh manfaat dari pegadaian syariah ini, Anda dapat menggunakan beberapa produk pegadaian syariah, yaitu Rahn, Arrum, produk logam mulia, dan produk amanah. Berikut penjelasan mengenai masing-masing produk, yaitu :

a. Rahn

Singkatnya, produk pegadaian syariah ini memberikan skim pinjaman dengan syarat penahanan agunan, yang bisa berupa emas, perhiasan, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor. Untuk penyimpanan barang selama digadai, nasabah harus membayar sejumlah sewa yang telah disepakati bersama antara pihak pegadaian dan nasabah. Uang sewa ini mencakup biaya penyimpanan serta pemeliharaan barang yang digadai. Proses pelunasan sewa ini dapat dibayar kapan saja selama jangka waktu yang telah ditetapkan. Kalau tidak menyanggupi, maka barang akan dilelang.

b. Arrum

Seperti produk rahn, produk Arrum ini juga memberikan skim pinjaman. Biasanya, pinjaman ini diberikan kepada pengusaha mikro dan UKM dengan menjaminkan BPKB motor atau mobil, dengan kata lain, barang bergerak. Seperti halnya rahn, biaya gadai yang dibebankan kepada nasabah merupakan biaya penyimpanan, perawatan, dan sejumlah proses kegiatan penyimpanan lainnya, dengan jumlah yang telah disepakati antara pegadaian dan nasabah. Meskipun demikian untuk jumlah pembayaran tertentu, nasabah juga dapat mengagunkan emas sebagai jaminan pinjaman.

c. Program Amanah

Skim pinjaman dari program ini sama dengan produk Arrum, tapi pinjaman ini biasanya difungsikan untuk nasabah yang ingin

memiliki kendaraan bermotor. Program amanah ini mensyaratkan uang muka yang disepakati untuk kendaraan bermotor ini, biasanya berjumlah minimal 20%.

d. Program Produk Mulia

Berbeda dengan produk lainnya yang memberikan pinjaman berjangka, program produk mulia merupakan produk yang berfungsi untuk melayani investasi jangka panjang untuk nasabah

**4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan.**

**B.**

**C. Hasil Penelitian**

**1. Analisis Deskriptif Pada Responden Penelitian**

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

**Table 4.1**  
**Jenis kelamin**

<b>Gender</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	12 orang	79,2 %
Wanita	18 orang	19,8%
Total	30 orang	100 %

*Sumber : Data primer yang diolah*

Dari 30 responden tabel tersebut dapat diketahui mayoritas lebih banyak berjenis kelamin responden yaitu wanita. Responden yang jenis kelamin pria dengan persentase sebesar 79,2 % dan wanita persentase sebesar 19,8 %.



## b. Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
Di bawah 20 tahun	0	0%
21 - 30 tahun	11	37%
31 – 40 tahun	14	47%
41 – 50 tahun	4	13%
Di atas 50 tahun	1	3%
Total	30	100%

*Sumber : Data primer yang diolah*

Pada tabel di atas dapat diketahui dari 30 responden mayoritas lebih banyak usia responden pada penelitian ini adalah 31 sampai 40 tahun dengan jumlah responden 14 orang nasabah dan besar persentasenya yaitu 47%. Sementara itu usia responden 21 sampai 30 tahun dengan jumlah 11 orang nasabah dan besar persentasenya 37%, untuk usia responden 41 sampai 50 tahun dengan jumlah 4 orang nasabah dan besar persentasenya yaitu 13%. Namun pada usia responden di atas 50 tahun hanya 1 orang nasabah dengan besar persentase yaitu 3%.

c. Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

**Tabel 4.3**  
**Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sd	1	0,3%
Smp/tsanawiyah	0	0 %
Sma/aliya/smk	13	39 %
Diploma (1/2)	4	12 %
Diploma (3 a/b)	0	0 %
Sarjana (s1/s2/s3)	12	36 %
Total	30	100 %

*Sumber : Data primer yang diolah*

Pada tabel diatas ditunjukkan bahwa mayoritas pendidikan dengan jumlah responden yang paling banyak yaitu responden dengan tingkat pendidikan Sma/Aliya/Smk dengan jumlah responden 13 dengan persentase 39 %. Sementara itu untuk tingkatan pendidikan Sd 1 dengan persentase 0,3 %, untuk tingkat pendidikan Diploma (1/2) 4 dengan persentase 12 %. Untuk responden dengan tingkat pendidikan (3a/b) 0 , dan untuk responden dengan tingkatan Sarjana (S1/S2/S3) 12 dengan persentase 36%

## d. Berdasarkan Status

**Table 4.4**  
**Berdasarkan Tingkatan Status**

<b>Status</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Belum menikah	3	0,9 %
Menikah	25	75 %
Duda	1	0,3 %
Janda cerai	1	0,3 %
Total	30	100 %

*Sumber : Data primer yang diolah*

Pada tabel diatas dapat kita lihat untuk status tingkatan responden mayoritas paling banyak yaitu tingkatan status menikah dengan frekuensi 25 dengan persentase yaitu 75 %. untuk status belum menikah ada 3 responden dengan persentase yaitu 0,9. sementara untuk tingkatan status duda 1 responden dengan persentase yaitu 0,3 % dan untuk tingkatan status janda cerai ada 1 responden dengan persentase yaitu 0,3 % .

## e. Profil Responden Dengan Tingkatan Pekerjaan.

**Table 4.5**  
**Responden Berdasarkan Tingkatan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Dosen	1	0.3 %
Guru	4	12 %
Pengusaha	5	15 %
Pedagang	7	21 %
Pns	3	0.9 %
Dokter	0	0 %
Hakim	0	0 %
Pelajar/mahasiswa	2	0,6 %
Karyawan swasta	4	12 %
Petani	0	0 %
Ibu rumah tangga	4	12 %
Lain-lain	0	0 %
Total	30	100 %

*Sumber : Data primer yang diolah*

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden banyak bekerja pada tingkatan pekerjaan pedagang dengan jumlah responden 7 responden dengan persentase yaitu 21 %. tingkatan pekerjaan dosen 1 responden dengan persentase yaitu 0,3 % , tingkatan pekerjaan guru 4 responden dengan persentase yaitu 12 % , tingkatan pekerjaan pengusaha ada 5 responden

dengan persentase yaitu 15 % , tingkatan pekerjaan pns 3 responden dengan persentase yaitu 0,9 % , tingkatan pekerjaan dokter 0 dengan persentase yaitu 0% , tingkatan pekerjaan hakim 0 persentase dengan responden yaitu 0% , tingkatan pelajar/mahasiswa 2 responden dengan persentase yaitu 0.6 % , tingkatan pekerjaan pegawai swasta 4 responden dengan persentase yaitu 12 % , tingkatan pekerjaan petani 0 responden dengan persentase yaitu 0% , dan untuk tingkatan pekerjaan ibu rumah tangga 4 responden dengan persentase yaitu 12 % .

## 2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai nilai *minimum*, *maksimum*, *mean*, dan *standar deviasi* dari variabel lokasi, pelayanan dan minat beli. Hasil analisis dapat dilihat dari table dibawah ini :

**Tabel 4.6**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	30	14	25	19.97	2.796
Pelayanan	30	53	79	65.33	6.200
Minat beli	30	15	25	20.60	2.836
Valid N (listwise)	30				

*er: data primer diolah*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel lokasi dengan jumlah data 30 mempunyai nilai standart deviasi sebesar 2.796 sangat jauh dari

nilai rata-rata sebesar 19.97 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyimpangan yang cukup besar antara variasi data terhadap nilai rata-rata sehingga dapat mengakibatkan data berdistribusi normal. Juga dapat dilihat nilai terkecil untuk variabel lokasi sebesar 14, sementara nilai terbesarnya adalah 25. Pada variabel pelayanan dengan jumlah standart deviasi sebesar 6.200 sangat jauh dari nilai rata-rata sebesar 65.33 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyimpangan yang cukup besar antara variasi data terhadap nilai rata-rata sehingga dapat mengakibatkan data berdistribusi normal. Juga dapat dilihat nilai terkecil untuk variabel pelayanan sebesar 53, sementara nilai terbesarnya adalah 79.

### 3. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefenisikan suatu variabel.<sup>54</sup> butir-butir dalam suatau daftar pertanyaan dapat dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut adalah valid, dengan melihat kolom *Corrected Item-Total Correlation* (Korelasi Butir Dengan Total Butir).<sup>55</sup> Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

---

<sup>54</sup> V.Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Paramedis*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012) h. 172

<sup>55</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta 2009) h. 262

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi (X<sub>1</sub>)**

Pertanyaan	(r <sub>tabel</sub> )	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan Corrected Item-Total Correlation > (r <sub>tabel</sub> )
Pertanyaan 1	0,240	0,535	Valid
Pertanyaan 2	0,240	0,365	Valid
Pertanyaan 3	0,240	0,315	Valid
Pertanyaan 4	0,240	0,551	Valid
Pertanyaan 5	0,240	0,539	Valid

*Sumber:* data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.6 di atas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk mengukur variabel lokasi menghasilkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* (Korelasi Butir Dengan Total Butir) berada diatas 0,240 maka seluruh pertanyaan yang ada dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Peratanyaan	(r <sub>tabel</sub> )	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan Corrected Item-Total Correlation > (r <sub>tabel</sub> )
Pertanyaan 1	0,240	0,378	Valid
Pertanyaan 2	0,240	0,359	Valid
Pertanyaan 3	0,240	0,520	Valid
Pertanyaan 4	0,240	0,467	Valid

Pertanyaan 5	0,240	0,476	Valid
Pertanyaan 6	0,240	0,540	Valid
Pertanyaan 7	0,240	0,220	Tidak Valid
Pertanyaan 8	0,240	0,294	Valid
Pertanyaan 9	0,240	0,337	Valid
Pertanyaan 10	0,240	0,543	Valid
Pertanyaan 11	0,240	0,212	Tidak Valid
Pertanyaan 12	0,240	0,216	Tidak Valid
Pertanyaan 13	0,240	0,336	Valid
Pertanyaan 14	0,240	0,543	Valid
Pertanyaan 15	0,240	0,324	Valid
Pertanyaan 16	0,240	0,311	Valid

Sumber : data primer diolah

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan**

Peratanyaan	( $r_{tabel}$ )	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan Corrected Item-Total Correlation > ( $r_{tabel}$ )
Pertanyaan 1	0,240	0,378	Valid
Pertanyaan 2	0,240	0,359	Valid
Pertanyaan 3	0,240	0,520	Valid
Pertanyaan 4	0,240	0,467	Valid
Pertanyaan 5	0,240	0,476	Valid
Pertanyaan 6	0,240	0,540	Valid
Pertanyaan 8	0,240	0,294	Valid



pertanyaan 9	0,240	0,337	Valid
Pertanyaan 10	0,240	0,543	Valid
Pertanyaan 13	0,240	0,336	Valid
Pertanyaan 14	0,240	0,543	Valid
Pertanyaan 15	0,240	0,324	Valid
Pertanyaan 16	0,240	0,311	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas uji validitas pada variabel pelayanan dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 pertanyaan yang tidak valid dan 13 pertanyaan yang valid untuk mengukur variabel pelayanan. Maka dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* (Korelasi Butir Dengan Total Butir) butir pertanyaan yang valid adalah butir 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 13, 14, 15 dan 16.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)**

Pertanyaan	( $r_{tabel}$ )	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan Corrected Item-Total Correlation > ( $r_{tabel}$ )
Pertanyaan 1	0,240	0,576	Valid
Pertanyaan 2	0,240	0,446	Valid
Pertanyaan 3	0,240	0,315	Valid
Pertanyaan 4	0,240	0,506	Valid
Pertanyaan 5	0,240	0,511	Valid

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.10 di atas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk mengukur variabel minat beli menghasilkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* (Korelasi Butir Dengan Total Butir) berada diatas 0,240 maka seluruh pertanyaan yang ada dapat dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan keandalan alat ukur, seberapa jauh alat ukur yang dapat menghasilkan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada sampel yang sama.<sup>56</sup> Reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka pertanyaan dapat dikatakan reliable.<sup>57</sup> Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji**

**Reliabelitas X<sub>1</sub>**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.702	5

*Sumber:* data primer diolah

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji**

**Reliabelitas X<sub>2</sub>**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.746	13

*Sumber:* data primer diolah

<sup>56</sup> Sufren, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 2013) h. 55

<sup>57</sup> V.Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Paramedis...*, h. 179

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabelitas Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.704	5

*Sumber:* data primer diolah

Berdasarkan tabel hasil uji Reliabelitas  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,60 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel. Yang berarti bahwa seluruh variabel penelitian adalah reliabel dan alat ukur yang digunakan konsisten.

#### 4. Uji Asumsi Dasar

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari sampel yang sama atau berdistribusi normal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji *Skewness*.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas Data Awal**

		Statistics		
		Lokasi	Pelayanan	Minat Beli
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0
Skewness		.101	.409	-.117
Std. Error of Skewness		.434	.427	.427

*Sumber:* data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *skewness* pada lokasi sebesar 0,101. Nilai *skewness* pada pelayanan sebesar 0,409 dan

nilai *skewness* pada minat beli sebesar -0,117. Karena ketiga nilai *skewness* berada diantara -2 dan 2, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas Data

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui bahwa sampel memiliki varian yang sama. Hasil pengujian homogenitas data dengan menggunakan teknik *test of homogeneity of variance* dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Homogenitas Data**

**Test of Homogeneity of Variance**

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Lokasi	Based on Mean	.016	1	27	.901
	Based on Median	.000	1	27	.983
	Based on Median and with adjusted df	.000	1	26.669	.983
	Based on trimmed mean	.039	1	27	.844
Pelayana	Based on Mean	.305	1	27	.585
	Based on Median	.201	1	27	.657
	Based on Median and with adjusted df	.201	1	24.621	.658
	Based on trimmed mean	.264	1	27	.611
Minat_Bel i	Based on Mean	.005	1	27	.946
	Based on Median	.009	1	27	.926
	Based on Median and with adjusted df	.009	1	26.980	.926
	Based on trimmed mean	.006	1	27	.938

*Sumber:* data primer diolah

Berdasarkan hasil uji homogenitas dengan menggunakan *levene test* pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai signifikansi lebih dari 0,05. Ini berarti bahwa seluruh variabel bersifat homogen.

c. Uji Linieritas Data

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linier antar kedua variabel, dan sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang tidak linier antara kedua variabel. Untuk melihat hasil linieritas data dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Linieritas variabel Lokasi (X<sub>1</sub>)**

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat beli * lokasi	Between Groups	(Combined)	133.631	10	13.363	3.024	.020
		Linearity	100.641	1	100.641	22.775	.000
		Deviation from Linearity	32.990	9	3.666	.829	.598
	Within Groups		79.542	18	4.419		
Total			213.172	29			

a  
primer diolah

Berdasarkan hasil uji linieritas dengan menggunakan *Test Of Linearity* pada table diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *Deviation From Linearity* mempunyai signifikansi lebih besar dari alpha 0,05. Hal ini berarti bahwa antara variabel lokasi dengan minat beli terdapat hubungan yang linier.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Linieritas Data Variabel Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat beli * pelayanan	Between Groups	(Combined)	208.867	17	12.286	6.059	.001
		Linearity	153.764	1	153.764	75.829	.000
		Deviation from Linearity	55.102	16	3.444	1.698	.179
		Within Groups	24.333	12	2.028		
Total			233.200	29			

*Sumber:* data primer diolah

Berdasarkan hasil uji linieritas dengan menggunakan *Test Of Linearity* pada table diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *Deviation From Linearity* mempunyai signifikansi lebih besar dari alpha 0,05. Hal ini berarti bahwa antara variabel pelayanan dengan minat beli terdapat hubungan yang linier.

## 5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji Multikolinieritas, Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya Multikolinieritas

yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (*VIF*). Nilai *Tolerance* dan *VIF* merupakan nilai yang bisa menunjukkan ada atau tidaknya Multikolinieritas. Nilai *Tolerance* dan *VIF* dapat dilihat pada kolom *Collinearity Statistics*, Nilai *Tolerance* harus diantara 0,0 – 1.<sup>58</sup> Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi	.554	1.804
Pelayanan	.554	1.804

*Sumber:* data primer diolah

Jika melihat tabel diatas nilai *Tolerance* dari semua variabel tidak ada yang kurang dari 0,0 maupun lebih dari 1. *VIF* juga harus lebih rendah dari angka 10. Jika melihat tabel semua variabel memiliki *VIF* lebih rendah dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat Multikolinieritas dalam model regresi.

## 6. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil uji linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

<sup>58</sup> Sufren dan yonathan Natanel, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. (Jakarta: PT Elek Media Komputindo 2013) h. 110

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.263	3.381		.965	.343
	Lokasi	.281	.149	.285	1.891	.070
	Pelayanan	.279	.070	.603	4.002	.000

*Sumber:* data primer diolah

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi pada tabel maka dapat disusun persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 3.263 + 0,281 X_1 + 0,279 X_2$$

Nilai konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 3.263 berarti bahwa jika tidak ada penurunan antara lokasi dan pelayanan, maka minat beli nilainya sebesar 3.263.

1. Koefisien regresi lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0,281. Artinya setiap peningkatan lokasi 0.281 maka akan menyebabkan kenaikan pada minat beli konsumen (Y) (karena tanda positif) sebesar 0.281.
2. Koefisien regresi pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,279. Artinya setiap peningkatan budaya 0,279 maka akan menyebabkan kenaikan pada minat beli konsumen (Y) (karena tanda positif) sebesar 0,279.



b. Uji F

Uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.<sup>59</sup> Hasil uji pengaruh variabel lokasi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kegiatan minat beli. Tahap-tahap yang dilakukan untuk uji F adalah sebagai berikut:<sup>60</sup>

a. Merumuskan hipotesis

H<sub>a</sub>: Lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

H<sub>0</sub>: Lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

b. Keputusan uji

Jika nilai probabilitas  $\alpha < \text{Sig}$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, artinya tidak signifikan.

Jika nilai probabilitas  $\alpha > \text{Sig}$ ., maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya signifikan.

---

<sup>59</sup> Yusri, *Ilmu Pragmatik Dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa....*, h. 76

<sup>60</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis....*, h. 340

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.538	2	71.769	26.797	.000 <sup>a</sup>
	Residual	69.634	26	2.678		
	Total	213.172	28			

umbe  
r :  
data  
prime  
r diolah

Berdasarkan tabel diperoleh nilai dengan nilai probabilitas (Sig.)  $(0,000) < (\alpha) = (0,05)$ , maka keputusannya adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu apakah ada pengaruhnya atau tidak. Hasil uji pengaruh secara parsial dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tahap – tahap yang dilakukan untuk uji t adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

<sup>61</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis....*,h. 341

a. Merumuskan hipotesis

- 1) Lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.
- 2) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.
- 3) Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

b. Merumuskan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (0,05).

c. Keputusan uji

Jika nilai probabilitas  $\alpha < \text{Sig.}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.

Jika nilai probabilitas  $\alpha > \text{Sig.}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.263	3.381		.965	.343
	Lokasi	.281	.149	.285	1.891	.070
	Pelayanan	.279	.070	.603	4.002	.000

*Sumber* : data primer diolah

- a. Pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Nilai probabilitas untuk variabel lokasi adalah signifikansi (Sig.) (0,07) karena nilai probabilitas ( $\alpha$ ) = (0,05) > (Sig.) (0,07), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh positif lokasi terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

- b. Pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Nilai probabilitas untuk variabel pelayanan adalah signifikansi (Sig.) (0,000) karena nilai probabilitas ( $\alpha$ ) = (0,05) > (Sig.) (0,000), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

**Tabel 4.23**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis**

<b>No</b>	<b>Hipotesis</b>	<b>Hasil Akhir</b>
1	Tidak terdapat pengaruh positif lokasi terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.	H <sub>a</sub> Ditolak
2	Terdapat pengaruh positif pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.	H <sub>a</sub> Diterima
3	Terdapat pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.	H <sub>a</sub> Diterima

## 7. Koefisien Determinasi (*Coefficient of Determination*).

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.821 <sup>a</sup>	.673	.648	1.637	1.985

Sumber: data primer diolah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $R = 0,821$  dan koefisien determinasi (*Coefficient of Determination*) (*R square*) sebesar  $0,673$ . Hal ini menunjukkan pengertian bahwa minat beli konsumen (Y) dipengaruhi sebesar  $67,3\%$  oleh variabel lokasi dan pelayanan, sedangkan sisanya ( $100\% - 67,3\% = 32,7\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain. *R square* berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka *R square* semakin lemah hubungan antar variabel. Maka dapat disimpulkan koefisien determinasi dalam penelitian ini memiliki besar pengaruh  $67,3\%$ .

### D. Pembahasan

1. Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) syari'ah Ups Penurunan. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji f yang memiliki nilai sebesar  $26.797$  yang memiliki tingkat signifikansi  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$  maka dapat dinyatakan

lokasi ( $X_1$ ) tidak mempengaruhi variabel minat beli ( $Y$ ) secara signifikan, sedangkan pelayanan ( $X_2$ ) terdapat pengaruh variabel minat beli ( $Y$ ) secara signifikan.

2. Pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Dari hasil perhitungan uji t, variabel lokasi memperoleh nilai sebesar 1.891 dan signifikansi sebesar 0,070 lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi ( $X_1$ ) terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Lokasi tidak mempengaruhi minat beli. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel lokasi terhadap minat beli maka ditolak.

3. Pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Dari hasil perhitungan uji t, variabel lokasi memperoleh nilai sebesar 4.131 dan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Pelayanan mampu mempengaruhi minat beli konsumen karena pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang

sangat penting dalam keberhasilan suatu keberhasilan bagi pegadaian itu sendiri.

4. Besar pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Diketahui bahwa nilai  $R = 0,821$  dan koefisien determinasi (*Coefficient of Determination*) (*R square*) sebesar 0,673. Maka dapat disimpulkan koefisien determinasi dalam penelitian ini memiliki besar pengaruh 67.3 %, sedangkan sisanya ( $100\% - 67,3\% = 32.7\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.



## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa lokasi dan pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan kota bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji f yang memiliki nilai sebesar 26.797 dan yang memiliki tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan lokasi ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ), secara bersama-sama mempengaruhi variabel minat beli konsumen ( $Y$ ) secara signifikan.

2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Dari hasil perhitungan uji t, variable lokasi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.891 dan signifikansi sebesar 0,70 lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel lokasi ( $X_1$ ) terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Ups Penurunan kota bengkulu. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Dari hasil perhitungan uji t, variable lokasi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.131 dan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Pelayanan mampu mempengaruhi minat beli karena pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu keberhasilan bagi pegadaian itu sendiri.

4. Besar pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu.

Diketahui bahwa nilai  $R = 0,821$  dan koefisien determinasi (*Coefficient of Determination*) (*R square*) sebesar 0,673. Maka dapat disimpulkan koefisien determinasi dalam penelitian ini memiliki besar pengaruh 67.3 %, sedangkan sisanya ( $100\% - 67,3\% = 32.7\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

## **B. Saran**

Dari penelitian tugas akhir dengan judul Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Penurunan Kota Bengkulu, berikut ini dikemukakan saran bagi objek

penelitian maupun peneliti lainnya yang ingin mengembangkan penelitian sejenis :

1. Bagi objek penelitian diharapkan hasil penelitian dapat digunakan pihak PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu sebagai pertimbangan dan pengambilan kebijakan yang berkaitan dalam kinerja usaha.
2. Bagi peneliti lainnya, peneliti lainnya diharapkan memasukkan variabel lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Hal ini karena masih terdapat variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap minat beli selain lokasi dan pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiba. *Administrasi Bisnis* Volume 4, Nomor 3, jurnal. 2016.
- Azwar. Saifudin. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2010.
- Basu. Swasta *Azas-Azas Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty. 2002.
- Bungin. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group. 2004.
- Darwanto. *Statistik Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: BPPP. 2001.
- Dewi. Gusti Pelita. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Bengkulu*. Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, institute agama islam negeri Bengkulu. 2016
- Ferdinand Agusty. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- Foster Bob, *Manajemen Ritel*, Bandung: Alfabeta. 2008.
- Gary. Armstrong dan Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2001.
- Hendri. Tanjung. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramat Publishing. 2013.
- Juniarti, *Pengaruh dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah*, Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri. 2016
- [Jurnal Manajemen. Bahan Kuliah Manajemen](http://jurnal.manajemen.blogspot.com/2010/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html), ([http://jurnal.manajemen.blogspot.com/2010/faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.html](http://jurnal.manajemen.blogspot.com/2010/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html)). 15 Agustus 2017.
- Jurnal SDM, *Definisi Membangun Minat Beli*, (<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html>), 15 Agustus 2017.
- Jurnal, *Pengaruh Harga Produk Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Soto Angkring Mas Boed Spesial Ayam Kampung Semarang*, <http://jurnal-sdm.blogspot.com>, 2009.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.

- Kasmir. & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 1998.
- Kasmir. *Pemasaran, Bank*, Jakarta: Kencana. 2004.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta :Bumi Aksara.2004.
- Nazir Moh. *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Ghali Indonesia. 2009.
- Pramesti Getut. *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2016.
- Priyatno. Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. C.V Andi Offset. 2012.
- Ridwan. *Dasar-Dasar Statitika*. Bandung: Alfabeta. 2013
- S Nasutioan. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara. 2004.
- Said. Nandang Sunandang *Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pengaruh Pelayanan Pegadain Syariah Terhadap Minat Nasabah*. Jakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah Hukum Universitas Islam Jakarta Syarif Hidayatullah.2010
- Setiawan Budi, *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial Dan Bisnis dengan SPSS*, Yogyakarta: C.V Andi, 2015.
- Soemitra. Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2009.
- Strategic Bunga Rampai, *Manajemen Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sufren. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo. 2013.
- Sugiono. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sujarweni V. Wiratna *SPSS Untuk Paramedis*, Yogyakarta: Gava Media. 2012.
- Sunarto Riduwan dan. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Supriyadi Edy, *SPSS + Amous*, Jakarta: In Media, 2014.
- Sutedi Adrian *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2011.

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

- Suyanto Danang, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT Buku Seru, 2014.
- Tanzeh Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras. 2011.
- Tanzeh Made Novandri. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliya*. Diponegoro : Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi. 2010
- Tika Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2006.
- Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, 2006.
- Tjiptono Fandy, *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta : Marknesis, 2009.
- Victoria, *Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah di BMT Al-amal Bengkulu*, Skripsi Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Bengkulu, 2007
- Wahyudati. *Survei Minat Siswa Terhadap Pembelajaran Pendidikan Jasmani Pada SD Negeri Temanggal Kecamatan Tempuran Kabupaten Magelang*, 2016.
- Yasid Afandi, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta : Logung Pustaka, 2000

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

**LAMPIRAN 3**  
**HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS**

1. Analisis statistik deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
L1	30	14	25	19.97	2.796
P2	30	53	79	65.33	6.200
MB	30	15	25	20.60	2.836
Valid N (listwise)	30				

2. Uji Validitas dan Realiabelitas Data

Variabel lokasi ( $X_1$ )

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L11	16.00	5.793	.535	.624
L12	15.93	6.409	.365	.688
L13	16.20	6.648	.315	.704
L14	16.07	4.892	.551	.610
L15	16.33	5.126	.539	.616

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

3. Variabel Pelayanan ( $X_2$ )

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	16

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p21	61.20	34.924	.378	.731
p22	61.27	34.271	.359	.731
p23	61.13	33.292	.520	.718
p24	61.40	32.041	.467	.719
p25	61.33	32.920	.476	.720
p26	61.40	33.283	.540	.717
p27	61.13	35.499	.220	.744
p28	61.30	34.010	.294	.738
p29	61.17	34.902	.337	.733
p210	61.20	32.993	.543	.715
p211	61.47	39.913	.212	.777
p212	61.27	34.823	.216	.747
p213	61.37	34.585	.336	.733
p214	61.20	32.993	.543	.715
p215	60.97	35.275	.324	.744
p216	61.20	33.959	.311	.736



**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

4. Variabel Minat Beli (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MB1	16.40	5.421	.576	.612
MB2	16.67	4.989	.446	.670
MB3	16.33	5.954	.315	.716
MB4	16.53	5.706	.506	.640
MB5	16.47	5.568	.511	.636

5. Uji Normalitas Data

**Statistics**

		Lokasi	Pelayanan	Minat Beli
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0
Skewness		.101	.409	-.117
Std. Error of Skewness		.434	.427	.427

6. Uji Homogenitas Data

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

**Test of Homogeneity of Variance**

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Lokasi	Based on Mean	.016	1	27	.901
	Based on Median	.000	1	27	.983
	Based on Median and with adjusted df	.000	1	26.669	.983
	Based on trimmed mean	.039	1	27	.844
Pelayanan	Based on Mean	.305	1	27	.585
	Based on Median	.201	1	27	.657
	Based on Median and with adjusted df	.201	1	24.621	.658
	Based on trimmed mean	.264	1	27	.611
Minat_Beli	Based on Mean	.005	1	27	.946
	Based on Median	.009	1	27	.926
	Based on Median and with adjusted df	.009	1	26.980	.926
	Based on trimmed mean	.006	1	27	.938

7. Uji Linieritas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat beli * lokasi	Between Groups	(Combined)	133.631	10	13.363	3.024	.020
		Linearity	100.641	1	100.641	22.775	.000
		Deviation from Linearity	32.990	9	3.666	.829	.598
	Within Groups		79.542	18	4.419		
Total			213.172	29			

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat beli * pelayanan	Between Groups	(Combined)	208.867	17	12.286	6.059	.001
		Linearity	153.764	1	153.764	75.829	.000
		Deviation from Linearity	55.102	16	3.444	1.698	.179
		Within Groups	24.333	12	2.028		
Total			233.200	29			

8. Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	.554	1.804
	Pelayanan	.554	1.804

9. Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.263	3.381		.965	.343
	Lokasi	.281	.149	.285	1.891	.070
	Pelayanan	.279	.070	.603	4.002	.000

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

10. Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.538	2	71.769	26.797	.000 <sup>a</sup>
	Residual	69.634	26	2.678		
	Total	213.172	28			

a. Predictors: (Constant), pelayanan, lokasi

b. Dependent Variable: Y

11. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.263	3.381		.965	.343
	Lokasi	.281	.149	.285	1.891	.070
	Pelayanan	.279	.070	.603	4.002	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

12. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.821 <sup>a</sup>	.673	.648	1.637	1.985

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

**LAMPIRAN 1**  
**LEMBAR KOESIONER**

- Terima kasih sebelumnya penulis ucapkan atas ketersediaan bpk/ibu/saudara/saudari untuk mengisi koesioner ini.
- Koesioner ini sangat berguna bagi penulis sebagai bahan penelitian dalam penulisan yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan skripsi.
- Penulis berharap agar pengisian koesioner ini sesuai dengan hati nurani anda.
- Terima kasih atas kerjasamanya penulis ucapkan sebelumnya.

**A. PETUNJUK**

Berilah tanda silang (√) pada jawaban yang telah disediakan.

1. Data pribadi nasabah :

Nama :

Alamat :

Umur :

Jenis kelamin :  Pria  Wanita

Pendidikan terakhir  Sd  Diploma ( 1 / 2 )

Smp/Tsanawiyah  Diploma (3 / ba)

Sma/Aliya/Smk  Sarjana (s1/s2/s3)

Status :  Belum Menikah  Duda/ Janda Mati

Menikah  Duda/ Janda Cerai

Pekerjaan :  Dosen  PNS

Guru  Dokter

Pengusaha  Hakim

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

- Pedagang                       Pelajar/Mahasiswa  
 Karyawan Swasta             Ibu Rumah Tangga  
 Petani                                 Lain-lain

**Kategori Nilai**

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

2. Variabel lokasi ( $X_1$ )  
a. Pertanyaan tentang lokasi pegadaian syariah

Berilah tanda checklist ( $\surd$ ) dalam kolom tersedia dalam menjawab pertanyaan berikut:

Keterangan jawaban sebagai berikut :

- SS Sangat Setuju       S Setuju       KS Kurang Setuju  
 TS Tidak Setuju       STS Sangat Tidak Setuju

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
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					
5	Menurut saya lokasi pegadaian syariah dekat dengan pasar nasional					

3. Variabel pelayanan ( $X_2$ )

a. Pertanyaan tentang pelayanan pegadaian syariah

Berilah tanda checklist ( $\checkmark$ ) dalam kolom tersedia dalam menjawab pertanyaan berikut:

Keterangan jawaban sebagai berikut :

SS Sangat Setuju     KS Kurang Setuju     TS Tidak Setuju

S Setuju     STS Sangat Tidak Setuju

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

Pertanyaan		Penilaian				
N o	A. TANGIBELES	S S	S	K S	T S	ST S
1	Interior dan penataan ruang yang baik					
2	Pegawai selalu menjaga kerapian dan kebersihan ruangan					
3	Suasana tempat dan ruangan yang menyenangkan					
4	Lokasi yang nyaman dan aman					
N o	B. RELIABILITY					
1	Pegawai memberikan informasi dan layanan yang dibutuhkan nasabah					
2	Pegawai mengetahui produk unggulan yang ditawarkan di pegadaian syariah					
3	Penyediaan pelayanan yang tepat waktu					
N o	C. RESVONSIVENES					



**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

1	Pegawai melayani nasabah dengan sigap dan cepat					
2	Pegawai responsive terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah					
3	Pegawai menyampaikan informasi pelayanan dengan baik					
N o	D. ASURANCE					
1	Kemampuan pegawai atas pengetahuan terhadap produk sangat tepat					
2	Adanya kerapian dan kesopanan pegawai dalam memberikan pelayanan					
3	Pegawai memiliki kemampuan memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan					
4	Adanya kepercayaan nasabah terhadap pegadaian syariah khususnya pada jasa yang ditawarkan					
N o	E. EMPATHY					
1	Pegawai mengatasi keluhan nasabah dengan baik					
2	Pegawai menyambut kedatangan nasabah dengan baik					

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

--	--	--	--	--	--	--	--

4. Variabel Minat Beli (Y)  
a. Pertanyaan tentang minat beli pegadaian syariah

Berilah tanda checklist (√) dalam kolom tersedia dalam menjawab pertanyaan berikut:

Keterangan jawaban sebagai berikut :

SS Sangat Setuju       KS Kurang Setuju       TS Tidak Setuju

S Setuju       STS Sangat Tidak Setuju

Pertanyaan		Penilaian				
No	Minat Beli	SS	S	KS	TS	STS
1	Membeli produk di pegadaian syariah memenuhi kebutuhan dalam hidup					
2	Informasi tentang pegadaian syariah dapat di peroleh dari teman, iklan, keluarga, lembaga keuangan dan pihak lainnya					
3	Produk yang saya beli dipegadaian syariah adalah pilihan yang tepat					
4	Spesifikasi produk dan jasa yang saya beli di pegadaian syariah mudah dan dapat dipahami					

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

5	Saya puas atas pelayanan dan adanya pegadaian syariah					
---	---	--	--	--	--	--

**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

**LAMPIRAN 10**  
**DOKUMENTASI PENELITIAN**



**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**



**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**



**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**







**LAMPIRAN 12**  
**JADWAL PENELITIAN**

8	Seminar Proposal												√																			
9	Revisi Hasil Seminar Proposal													√	√																	
10	Pengajuan SK Pembimbing															√																
11	Penyusunan Proposal Penelitian dan Bimbingan Bab 1-3																√	√	√													
12	Penelitian Kelapangan																				√	√	√									
13	Analisis Mengelola Data dan Bimbingan Bab 4-5																					√	√	√	√							
14	Finalisasi Laporan Hasil Penelitian																										√	√				
15	Sidang Munaqosah																												√			