

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek/Subjek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Kantor Pegadaian Syariah yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y). Sementara subyek dalam penelitian ini adalah para nasabah pegadaian syariah yang ada di wilayah DIY. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisisioner. Pembagian kuisisioner tersebut dilakukan dengan dua cara yaitu dibagikan secara langsung kepada nasabah pegadaian syariah yang berada di kantor pegadaian syariah Yogyakarta dan juga dibagikan dengan cara online ke berbagai situs. Penyebaran kuisisioner dilakukan mulai tanggal 14 Desember 2018 hingga 25 Desember 2018. Tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Tingkat Pengembalian Kuisisioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuisisioner yang dibagikan secara langsung, sesuai kriteria (pernah bertransaksi di pegadaian syariah DIY) dan bisa diolah	21	21%
Kuisisioner yang dibagikan secara online	81	79%
Kuisisioner online yang sesuai kriteria (pernah bertransaksi di pegadaian syariah DIY) dan bisa diolah	38	37%
Kuisisioner online yang tidak sesuai kriteria (belum pernah bertransaksi di pegadaian syariah DIY)	43	42%
Kuisisioner yang sesuai kriteria dan dapat diolah	59	57%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa total data yang didapatkan baik secara langsung maupun secara online sebanyak 102 responden. Pada penelitian

ini telah didapatkan sebanyak 59 responden yang sesuai dengan kriteria dan dapat diolah yaitu dengan rincian sebanyak 21 responden didapatkan secara langsung dan 38 responden didapatkan secara online. Hal itu berarti tingkat presentase kuisiner yaitu 57% responden. Sementara data yang didapatkan lainnya merupakan data yang tidak sesuai kriteria dari responden penelitian ini.

Karakteristik responden merupakan bagian yang berisikan tentang identitas responden seperti nama, umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, status pernikahan, dan pendapatan per bulan. Deskripsi responden tersebut akan dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Data Statistik Karakteristik Responden

Keterangan	Deskripsi	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Jumlah Responden:	59	
	• Laki-laki	25	42%
	• Perempuan	34	58%
Usia	Jumlah Responden:	59	
	• <30 tahun	41	70%
	• 31-40 tahun	9	15%
	• 41-50 tahun	4	7%
	• >50 tahun	5	8%
Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden:	59	
	• SD	1	2%
	• SMP	4	7%
	• SMA	35	59%
	• Diploma (D3)	4	7%
	• Strata Satu (S1)	13	22%
	• Strata Dua (S2)	2	3%

Keterangan	Deskripsi	Jumlah	Presentase (%)
Pekerjaan	Jumlah Responden:	59	
	• PNS	0	0%
	• Swasta	18	31%
	• Wirausaha	8	13%
	• Petani	1	2%
	• Ibu rumah tangga	3	5%
	• Buruh	2	3%
	• Satpam	1	2%
	• Mahasiswa	26	44%
Status Pernikahan	Jumlah Responden:	59	
	• Menikah	23	39%
	• Belum Menikah	36	61%
Pendapatan Per Bulan	Jumlah Responden:	59	
	• < 2.000.000	31	53%
	• 2.000.000 – 5.000.000	25	42%
	• > 5.000.000	3	5%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas jumlah responden pada penelitian ini yaitu responden dengan jenis kelamin perempuan yang mewakili sebanyak 58% dari seluruh responden yang ada. Dapat dilihat pula usia responden yang beragam menunjukkan bahwa responden lebih banyak pada usia < 30 tahun sebesar 70% dari total responden. Sementara responden memiliki persentase paling sedikit yaitu pada usia 41-50 tahun sebesar 7%. Artinya responden dominan dalam usia yang masih cukup muda. Pendidikan terakhir responden yang memiliki persentase terbanyak yaitu responden dengan pendidikan terakhir SMA (Sekolah Menengah Atas) yaitu sebesar 59%.

Pendidikan terakhir responden yang memiliki persentase paling sedikit yaitu responden dengan pendidikan terakhir SD (Sekolah Dasar) sebanyak 2%.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden sangatlah beragam. Tidak ada responden dengan pekerjaan PNS (Pegawai Negeri Sipil), sedangkan pekerjaan dengan persentase yang besar yaitu responden dengan pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 44%, sementara sisanya adalah pekerja swasta. Artinya tidak menutup kemungkinan bahwa seorang pelajar atau mahasiswa pun melakukan transaksi di Pegadaian Syariah. Terkait dengan status pernikahan, sebanyak 61% responden yang memiliki status belum menikah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu belum berstatus menikah. Pendapatan per bulan yang dimiliki responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berpenghasilan < Rp 2.000.000.

B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai rata-rata jawaban responden menjawab tentang variabel dalam penelitian yaitu lokasi, pelayanan, promosi, aspek syariah, biaya transaksi, dan minat. Pengujian ini dilakukan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai jumlah sampel, nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Std. Deviation	Teoritis		Aktual	
			Kisaran	Mean	Kisaran	Mean
Lokasi	59	2,480	3-15	9	4-15	11,51
Pelayanan	59	3,907	6-30	18	14-30	23,75
Promosi	59	3,793	5-25	15	10-25	18,31
Aspek Syariah	59	1,612	3-15	9	9-15	12,76
Biaya Transaksi	59	1,636	3-15	9	9-15	12,75
Minat	59	2,586	4-20	12	9-20	15,03

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Kisaran teoritis merupakan perkiraan nilai kisaran minimum dan maksimum total skor jawaban dari setiap variabel. Nilai kisaran minimum diperoleh dengan cara mengalikan total pernyataan dengan nilai jawaban terendah. Nilai kisaran maksimum diperoleh dengan cara mengalikan total pernyataan dengan nilai jawaban tertinggi. Kisaran empiris merupakan nilai minimum dan maksimum dari total skor jawaban aktual yang diperoleh setelah dilakukan analisis statistik deskriptif. Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Lokasi

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 59 dengan standar deviasi sebesar 2,480. Lokasi memiliki kisaran teoritis nilai jawaban antara 3-15 dengan mean (rata-rata) teoritis sebesar 9. Berdasarkan jawaban responden kisaran aktual yaitu 4-15 dengan mean aktual sebesar 11,5. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab dengan jawaban setuju. Jawaban terbanyak kedua yaitu

dengan jawaban netral. Hasil uji menunjukkan jika mean aktual $>$ mean teoritis sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata lokasi dapat memengaruhi minat tinggi.

2. Pelayanan

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 59 dengan standar deviasi sebesar 3,907. Pelayanan memiliki kisaran teoritis nilai jawaban antara 6-30 dengan mean (rata-rata) teoritis sebesar 18. Berdasarkan jawaban responden kisaran aktual yaitu 14-30 dengan mean aktual sebesar 23,75. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab dengan jawaban setuju. Jawaban terbanyak kedua yaitu dengan jawaban sangat setuju. Hasil uji menunjukkan jika mean aktual $>$ mean teoritis sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata pelayanan dapat memengaruhi minat tinggi.

3. Promosi

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 59 dengan standar deviasi sebesar 3,793. Lokasi memiliki kisaran teoritis nilai jawaban antara 5-25 dengan mean (rata-rata) teoritis sebesar 15. Berdasarkan jawaban responden kisaran aktual yaitu 10-25 dengan mean aktual sebesar 18,31. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab dengan jawaban setuju. Jawaban terbanyak kedua yaitu dengan jawaban netral. Hasil uji menunjukkan jika mean aktual $>$ mean teoritis sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata promosi dapat memengaruhi minat tinggi.

4. Aspek Syariah

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 59 dengan standar deviasi sebesar 1,612. Lokasi memiliki kisaran teoritis nilai jawaban antara 3-15 dengan mean (rata-rata) teoritis sebesar 9. Berdasarkan jawaban responden kisaran aktual yaitu 9-15 dengan mean aktual sebesar 12,76. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab dengan jawaban setuju. Jawaban terbanyak kedua yaitu dengan jawaban sangat setuju. Hasil uji menunjukkan jika mean aktual > mean teoritis sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata aspek syariah dapat memengaruhi minat tinggi.

5. Biaya Transaksi

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 59 dengan standar deviasi sebesar 1,636. Biaya transaksi memiliki kisaran teoritis nilai jawaban antara 3-15 dengan mean (rata-rata) teoritis sebesar 9. Berdasarkan jawaban responden kisaran aktual yaitu 9-15 dengan mean aktual sebesar 12,75. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab dengan jawaban setuju. Jawaban terbanyak kedua yaitu dengan jawaban sangat setuju. Hasil uji menunjukkan jika mean aktual > mean teoritis sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata biaya transaksi dapat memengaruhi minat tinggi.

6. Minat

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 59 dengan standar deviasi sebesar 2,586. Minat memiliki

kisaran teoritis nilai jawaban antara 4-29 dengan mean (rata-rata) teoritis sebesar 12. Berdasarkan jawaban responden kisaran aktual yaitu 9-20 dengan mean aktual sebesar 15,03. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab dengan jawaban setuju. Jawaban terbanyak kedua yaitu dengan jawaban netral. Hasil uji menunjukkan jika mean aktual > mean teoritis sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian tinggi.

C. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner yang ada dalam penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner (Nazaruddin dan Basuki, 2017). Pada penelitian ini uji validitas menggunakan metode *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dengan ketentuan suatu instrument dapat dikatakan valid apabila nilai KMO > dari 0,5 dan memiliki faktor loading > 0,5. Berikut adalah hasil uji validitas item pernyataan variabel independen dan variabel dependen antara lain:

a. Lokasi

Tabel 4.4
Hasil uji validitas variabel lokasi

No	Butir Pernyataan	Nilai KMO	Faktor Loading	Keterangan
1.	LOK 1	0,727 > 0,5	0,926	Valid
2.	LOK 2		0,927	Valid
3.	LOK 3		0,871	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel lokasi memiliki nilai KMO sebesar $0,727 > 0,5$. Sementara itu dari 3 butir pernyataan variabel lokasi memiliki nilai faktor loading 0,871, 0,926, 0,927. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel lokasi dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

b. Pelayanan

Tabel 4.5
Hasil uji validitas variabel pelayanan

No	Butir Pernyataan	Nilai KMO	Faktor Loading	Keterangan
1.	PLY 1	0,860 > 0,5	0,754	Valid
2.	PLY 2		0,848	Valid
3.	PLY 3		0,905	Valid
4.	PLY 4		0,775	Valid
5.	PLY 5		0,843	Valid
6.	PLY 6		0,774	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel pelayanan memiliki nilai KMO sebesar $0,860 > 0,5$. Sementara itu dari 6 butir pernyataan variabel pelayanan memiliki nilai faktor loading berkisar antara 0,754 – 0,905. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel pelayanan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

c. Promosi

Tabel 4.6
Hasil uji validitas variabel promosi

No	Butir Pernyataan	Nilai KMO	Faktor Loading	Keterangan
1.	PRM 1	0,802 > 0,5	0,755	Valid
2.	PRM 2		0,898	Valid
3.	PRM 3		0,886	Valid
4.	PRM 4		0,792	Valid
5.	PRM 5		0,793	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel promosi memiliki nilai KMO sebesar $0,802 > 0,5$. Sementara itu dari 5 butir pernyataan variabel promosi memiliki nilai faktor loading berkisar antara 0,755 – 0,898. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel promosi dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

d. Aspek Syariah

Tabel 4.7
Hasil uji validitas variabel aspek syariah

No	Butir Pernyataan	Nilai KMO	Faktor Loading	Keterangan
1.	AS 1	0,676 > 0,5	0,815	Valid
2.	AS 2		0,819	Valid
3.	AS 3		0,772	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel aspek syariah memiliki nilai KMO sebesar $0,676 > 0,5$. Sementara itu dari 3 butir pernyataan variabel lokasi memiliki nilai faktor loading 0,815, 0,819, 0,772. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5, sehingga dapat

disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel aspek syariah dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

e. Biaya Transaksi

Tabel 4.8
Hasil uji validitas variabel biaya transaksi

No	Butir Pernyataan	Nilai KMO	Faktor Loading	Keterangan
1.	BT 1	0,701 > 0,5	0,887	Valid
2.	BT 2		0,864	Valid
3.	BT 3		0,819	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel biaya transaksi memiliki nilai KMO sebesar $0,701 > 0,5$. Sementara itu dari 3 butir pernyataan variabel biaya transaksi memiliki nilai faktor loading 0,887, 0,864, 0,819. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel biaya transaksi dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

f. Minat

Tabel 4.9
Hasil uji validitas variabel minat

No	Butir Pernyataan	Nilai KMO	Faktor Loading	Keterangan
1.	M 1	0,760 > 0,5	0,821	Valid
2.	M 2		0,852	Valid
3.	M 3		0,894	Valid
4.	M 4		0,665	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel aspek syariah memiliki nilai KMO sebesar $0,760 > 0,5$. Sementara itu dari 4 butir pernyataan variabel minat memiliki nilai faktor loading berkisar

antara 0,665 – 0,894. Nilai tersebut lebih besar dari 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel minat dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur tingkat konsistensi suatu kuisioner yang merupakan suatu indikator dari variabel atau konstruk. Jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan yang telah disediakan, jika itu menghasilkan jawaban yang konsisten dari satu waktu ke waktu lain, maka kuisioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau handal. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 maka hal tersebut menunjukkan bahwa kuisioner atau konstruk variabel tersebut telah reliabel atau handal (Ghozali,2011). Berikut adalah hasil uji reliabilitas item pernyataan variabel independen dan variabel dependen antara lain:

Tabel 4.10
Hasil uji reabilitas data

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
1.	Lokasi	0,894	Reliabel
2.	Pelayanan	0,899	Reliabel
3.	Promosi	0,883	Reliabel
4.	Aspek Syariah	0,716	Reliabel
5.	Biaya Transaksi	0,815	Reliabel
6.	Minat	0,823	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel baik dependen maupun independen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,70. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan-pernyataan yang

digunakan oleh keenam variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas. Hasil uji asumsi klasik dari data yang digunakan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai residual yang baik (Nazaruddin dan Basuki, 2017). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Data dapat dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,86792727
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,056
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		,800
Asymp. Sig. (2-tailed)		,544

Sumber: Output SPSS v.15

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas dengan nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,544. Nilai tersebut lebih besar

dari 0,05, maka disimpulkan bahwa residual telah berdistribusi normal. Dengan demikian, data pada penelitian ini dapat digunakan untuk pengujian statistik selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mempunyai tujuan yaitu untuk menguji apakah akan ditemukan adanya korelasi antar variabel independen tersebut di dalam satu model regresi. Penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas dengan ketentuan jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	<i>Collinierity Statistic</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Lokasi	0,608	1,646	Tidak terjadi multikolinearitas
Pelayanan	0,389	2,568	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi	0,380	2,633	Tidak terjadi multikolinearitas
Aspek Syariah	0,655	1,527	Tidak terjadi multikolinearitas
Informasi Keuangan	0,588	1,701	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Output SPSS v.15

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai VIF seluruh variabel di bawah 10 dan nilai *tolerance* seluruh variabel independen di atas 0,1, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar masing - masing variabel independen dalam satu model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk uji heteroskedastisitas menggunakan uji gletser, apabila nilai signifikannya $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Lokasi	0,781	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pelayanan	0,607	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Promosi	0,811	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Aspek Syariah	0,492	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Informasi Keuangan	0,070	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS v.15

Tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini memperoleh nilai signifikansi seluruh variabel yang lebih besar dari 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa data yang terdapat dalam penelitian ini tidak terkena heteroskedastisitas atau asumsi non-heteroskedastisitas terpenuhi.

D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Uji Nilai F

Uji F (Simultan) dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji nilai F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Nilai F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	185,561	5	37,112	9,720	,000(a)
	Residual	202,371	53	3,818		
	Total	387,932	58			

Sumber: Output SPSS v.15

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian memiliki nilai signifikansi $0,000 < a 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat masyarakat.

2. Uji Nilai t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual dapat menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $<$ taraf signifikansi $0,05$, dan koefisien regresi searah dengan hipotesis maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Tabel 4.15
Hasil uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,685	2,492		3,084	,003
	TOTALLOK	,095	,133	,091	,715	,478
	TOTALPLY	,416	,105	,629	3,955	,000
	TOTALPRM	,129	,110	,189	1,173	,246
	TOTALAS	-,038	,197	-,024	-,195	,846
	TOTALBT	-,431	,205	-,273	-2,108	,040

Sumber : Output SPSS v.15

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan persamaan regresi dari penelitian ini adalah: $M=7,685+0,095LOK+0,416PLY+0,129PRM-0,038AS-0,431BT+e$.

3. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis 1 (H_1)

Berdasarkan tabel di atas variabel lokasi memiliki nilai signifikansi $0,478 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,095. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak.

b. Uji Hipotesis 2 (H_2)

Berdasarkan tabel di atas variabel pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,416. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat

masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima.

c. Uji Hipotesis 3 (H_3)

Berdasarkan tabel di atas variabel promosi memiliki nilai signifikansi $0,246 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar $0,129$. Hal ini menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

d. Uji Hipotesis 4 (H_4)

Berdasarkan tabel di atas variabel aspek syariah memiliki nilai signifikansi $0,846 > \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar $-0,038$. Hal ini menunjukkan bahwa aspek syariah tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) ditolak.

e. Uji Hipotesis 5 (H_5)

Berdasarkan tabel di atas variabel biaya transaksi memiliki nilai signifikansi $0,040 < \alpha 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar $-0,431$. Hal ini menunjukkan bahwa biaya transaksi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H_5) diterima.

Tabel 4.16
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Kode	Hipotesis	Keterangan
H_1	Lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat	Ditolak

Kode	Hipotesis	Keterangan
H ₂	Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat	Diterima
H ₃	Promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat	Ditolak
H ₄	Aspek syariah berpengaruh positif terhadap minat masyarakat	Ditolak
H ₅	Biaya transaksi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat	Diterima

4. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen (Nazaruddin dan Basuki, 2017). Hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R2*) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692(a)	,478	,429	1,954

Sumber: Output SPSS v.15

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,429 atau 42,9%. Hal ini berarti variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 42,9%. Artinya variabel minat dapat dijelaskan oleh variabel lokasi, pelayanan, promosi, aspek syariah, dan biaya transaksi sebesar 42,9%. Sisanya sebesar 57,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi, pelayanan, promosi, aspek syariah, dan biaya transaksi terhadap minat masyarakat. Hasil pengujian yang telah dilakukan pada beberapa hipotesis dalam penelitian akan dibahas pada bagian berikut ini :

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat. Artinya jika lokasi yang semakin strategis dan mudah dijangkau maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah. Hasil pengujian hipotesis untuk variabel lokasi (H_1) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (H_1) ditolak. Hal tersebut berarti lokasi suatu perusahaan atau instansi yang semakin baik atau strategis tidak meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan suatu jasa atau produk tertentu. Salah satu penyebab dari hal tersebut yaitu para nasabah pegadaian syariah Yogyakarta merasa bahwa lokasi strategis dan mudah dijangkau tidak memengaruhi mereka untuk bertransaksi di pegadaian syariah. Beberapa nasabah merasa lebih terpengaruh karena biaya yang rendah, pelayanannya, atau yang lainnya. Kemudian penyebab yang lain yaitu lokasi beberapa kantor pegadaian syariah yang meskipun dekat dengan jalan raya tetapi sering terjadi kemacetan yang membuat tidak nyaman. Ada pula lokasi kantor pegadaian syariah yang tidak mudah dijangkau karena jauh dari perkotaan atau pusat pertokoan.

Hal ini juga didukung oleh penelitian Arifin dan Khotimah (2014) yang menyimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah. Oleh karena itu tidak meningkatkan minat masyarakat. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hasanuddin (2016) yang menyimpulkan bahwa pengaruh langsung lokasi terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif, sehingga tidak meningkatkan minat nasabah. Ada pula penelitian lainnya yang mendukung yaitu oleh Nur (2016) yang menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

2. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu pelayanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat. Artinya jika pelayanan yang diberikan perusahaan semakin baik maka minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah semakin meningkat. Hasil pengujian hipotesis untuk variabel pelayanan (H_2) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (H_2) diterima. Hal tersebut berarti jika pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau instansi itu baik maka minat masyarakat dalam menggunakan suatu jasa atau produk tertentu semakin meningkat. Masyarakat akan semakin puas jika pelayanan yang diberikan dari segala aspek itu baik, sehingga minat masyarakat akan semakin meningkat. Pegadaian Syariah Yogyakarta telah memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabahnya, sehingga responden memberikan pernyataan baik yang menunjukkan minatnya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muntasir (2016) menunjukkan hasil bahwa pelayanan yang baik dapat memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa di Pegadai Syariah. Ada pula penelitian oleh Arifin dan Khotimah (2014) yang menyimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah, sehingga minat nasabah akan semakin meningkat. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Fure (2013) dan Astuti (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat konsumen atau nasabah.

3. Pengaruh Promosi terhadap Minat

Hipotesis ketiga yaitu promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah. Artinya jika promosi yang dilakukan semakin baik maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah. Hasil pengujian hipotesis untuk variabel promosi (H_3) menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (H_3) ditolak. Hal tersebut mengartikan bahwa promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau instansi tidak dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan suatu jasa atau produk tertentu. Hal ini diduga karena sebagian responden belum merasakan bahwa pihak pegadaian syariah melakukan promosi secara maksimal. Beberapa responden juga menganggap promosi yang dilakukan masih belum kuat, akibatnya mereka kurang memahami

pegadaian syariah sehingga tidak membuat minat masyarakat semakin meningkat.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh Arifin dan Khotimah (2014) yang menyimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah, sehingga tidak meningkatkan minat nasabah. Didukung pula dengan penelitian Yulianto, dkk (2010) yang menyatakan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertimbangan nasabah sehingga tidak meningkatkan minat nasabah. Ridayanti (2014) juga menyatakan hasil yang sama dengan penelitian kali ini.

4. Pengaruh Aspek Syariah terhadap Minat

Hipotesis keempat yaitu aspek syariah berpengaruh positif terhadap minat masyarakat. Artinya jika aspek syariah yang semakin kuat dalam perusahaan tersebut maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah. Hasil pengujian hipotesis untuk variabel aspek syariah (H_4) menunjukkan bahwa aspek syariah tidak berpengaruh terhadap minat, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (H_4) ditolak. Hal tersebut mengartikan bahwa aspek-aspek syariah yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau instansi tidak dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan suatu jasa atau produk tertentu. Hal tersebut dikarenakan beberapa responden yang belum terlalu memahami perihal sistem syariah yang ada di pegadaian syariah dan bagaimana perbedaannya dengan pegadaian konvensional. Beberapa responden juga yang tidak begitu

terpengaruh dengan sistem syariah yang ada, karena mereka lebih tertarik dengan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Kamarni (2012) yang menghasilkan bahwa variabel agama dan mekanisme syariah tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat. Senada dengan penelitian Busriadi (2015) yang menyimpulkan bahwa sistem syariah tidak berpengaruh terhadap permintaan gadai, sehingga tidak meningkatkan minat para nasabah.

5. Pengaruh Biaya Transaksi terhadap Minat

Hipotesis kelima yaitu biaya transaksi berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat. Artinya jika biaya semakin rendah maka minat masyarakat akan semakin meningkat. Hasil pengujian hipotesis untuk variabel biaya transaksi (H_5) menunjukkan bahwa biaya transaksi berpengaruh negatif terhadap minat, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (H_5) diterima. Hal tersebut mengartikan bahwa jika biaya transaksi atau segala macam biaya yang semakin kecil maka minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah semakin meningkat. Masyarakat cenderung menggunakan suatu jasa atau produk dengan biaya yang lebih rendah, karena disamping melihat dengan kemampuan finansial masing-masing orang yang berbeda-beda, juga akan membuat masyarakat tidak merasakan beban yang begitu berat. Secara logika tidak ada yang mau menanggung biaya yang berat dalam segala hal termasuk menggunakan suatu produk atau jasa. Oleh karena itu dengan biaya yang diberikan oleh pegadaian syariah yang semakin ringan maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah.

Penelitian ini didukung dengan penelitian Sari dan Sudardjat (2013) yang menunjukkan bahwa alasan masyarakat memilih bertransaksi di pegadaian syariah adalah dengan adanya biaya yang rendah. Begitu pula pada penelitian Diana dan Anita, (2010) telah menunjukkan hasil yang sama. Penelitian oleh Putra, dkk (2016) menyatakan bahwa jika diskon yang diberikan semakin besar maka akan meningkatkan minat beli masyarakat. Diskon tersebut sama halnya dengan harga atau biaya yang ditetapkan. Diskon yang semakin besar berarti beban akan semakin kecil bagi para konsumen.