BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil Perusahaan (PT Pegadaian Syariah)

a. Sejarah Berdirinya PT Pegadaian Syariah

Bisa dikatakan bahwa PT Pegadaian syariah PP no. 10 tanggal 1 april 1990 menjadi tonggak awal pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP No. 10 menetapkan tujuan pegadaian untuk mencegah praktik riba. Tujuan ini tidak berubah hingga terbitnya PP No. 103 tahun 2000 yang terus menjadi landasan operasi perum pegadaian. Banyak pihak berpendapat bahwa pengoperasian pegadaian pra fatwa MUI tanggal 16 september 2003 tentang bunga bank telah sesuai dengan konsep syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu, namun berkat rahmat Allah SWT, banyak penelitian telah dilakukan dan ide awal untuk pendirian Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) adalah langkah pertama menuju divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.[1]

Operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu asas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang sesuai dengan nilai islam. PT Pegadaian syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah atau Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi dibawah binaan divisi usaha lain perum pegadaian. Dimulai pada Januari 2003, PT Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika. Pada tahun yang sama, ULGS juga

[1] Dokumentasi PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota, 2024

didirikan di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta. Pendirian ini berlangsung hingga September 2003. Di tahun yang sama, empat kantor di Aceh diubah menjadi PT Pegadaian Syariah.

Saat PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota didirikan pada 1 juli 2018. Nasabah lebih cenderung mencari keuntungan sedangkan di Madura seimbang antara keuntungan dan motif syariah dan hampir semua orang di Madura beragama islam.[2]

Berdiri atau beralih dari konvensional ke syariah menjadi PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota pada tanggal 1 juli 2018, seperti yang disebutkan sebelumnya. Sudah berjalan empat tahun lebih setelah beralihnya pegadaian di seluruh Madura ini termasuk PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota.

b. Visi dan Misi Pegadaian Syaraiah

Visi : Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

Misi :

a. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti.
b. Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai ke nasabah dan *stakeholders.*
c. Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
    - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
    - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir

[2] Dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota 2024

- Praktek manajemen risiko yang kokoh
- SDM yang profesional berbudaya kinerja baik[3]

c. Produk PT Pegadaian Syariah

1. **Rahn**[4]

Pembiayaan Gadai dari PT Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Cepat prosesnya, aman penyimpanannya. Barang Jaminan berupa emas perhiasaan, emas batangan, Berlian, *Smartphone*, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil atau barang bergerak lainnya. Adapun keunggulan dari PT Pegadaian Syariah Rahn:

a) Pelayanan Gadai Emas tersedia di lebih dari 604 outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia
b) Pinjaman (*Marhun Bih*) mulai dari 50 ribu sampai dengan 1 Milyar keatas
c) Prosedur pengajuannya sangat mudah
d) Prosedur pinjaman sangat cepat, hanya membutuhkan 15 menit
e) Pinjaman berjangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang berkali-kali
f) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan Mu'nah Bih dalam bentuk tunai atau dapat di transfer ke rekening nasabah

Sedangkan persyaratannya adalah :

1) Fotokopi KTP atau Passpor
2) Memiliki barang jaminan
3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli

[3] PT Pegadaian, *"Pegadaian"* diakses dari https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi_pada tanggal 8 Juni 2024 pukul 06.14 WIB
[4] Dokumentasi Buku Katalog Produk Pegadaian 2024

4) Nasabah menandatangani Surat Bukti Rahn (SBR)

2. Arrum BPKB

Arrum BPKB adalah pembiayaan syariah untuk pembangunan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor. Adapun, keunggulannya:

1) Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai fatwa DSN-MUI
2) Proses pembiayaan dilayani di lebih dari 600 outlet syariah pegadaian
3) Pembayaran angsurang dapat dilakukan di seluruh outlet pegadaian syariah
4) Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan
5) Pegadaian memberikan tarif menarik dan kompetitif
6) Prosedur pelayanan sederhana, cepat, dan mudah
7) Pegadaian hanya menyimpan BPKB, kendaraan dapat digunakan nasabah
8) Marhun Bih (uang pinjaman) mulai Rp. 1 jt-400jt

Sedangkan, persyaratannya adalah:

a. Memiliki usaha mikro/kecil yang memenuhi kriteria kelayakan serta berjalan lebih dari 1 tahun dan menjalankan usahanya secara sah secara syariat islam dan perundang-undangan RI
b. Fotokopi KTP, Kartu Keluarga dan surat nikah dengan menunjukkan aslinya
c. Menyerahkan dokumen yang sah
d. Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB Asli, Fotokopi STNK dan faktur pembelian.

3. Amanah

Amanah adalah pemberian pinjaman berprinsip syariah kepada pengusaha mikro/kecil, karyawan internal dan eksternal serta professional, guna pembelian kendaraan bermotor. Adapun keunggulannya adalah:

1) Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan secara fatwa DSN-MUI
2) Pelayanan di lebih dari 4400 outlet pegadaian di seluruh Indonesia
3) Uang muka pembelian sepeda motor mulai 10%
4) Uang muka pembelian mobil mulai 20%
5) Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12,18,24,36,48, dan 60 bulan
6) Pegadaian memberikan tariff (Mu'nah) menarik dan kompetitif
7) Pembiayaan dapat diberikan untuk kendaraan baru maupun second
8) Prosedur pelayanan sederhana, cepat dan murah

Sedangkan persyaratannya adalah:

a. Karyawan tetap suatu instansi pemerintah atau swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun
b. Melampirkan kelengkapan: fotokopi KTP dan KK, Sk pengangkatan, surat nikah (jika ada), slip gaji 2 bulan terakhir
c. Mengisi dan menandatangani formulir

4. Arrum Emas

Arrum emas adalah produk pegadaian untuk memberikan pinjaman dana tunai dengan jaminan perhiasan (emas dan berlian). Pinjaman dapat diangsur melalui proses yang mudah dan sesuai syariah. Adapun keunggulannya:

1) Pinjaman mulai Rp. 1 jt - Rp. 500 jt
2) Plafon 95% dari taksiran
3) Jangka waktu 12,18,24, dan 36 bulan
4) Biaya admin Rp. 70.000 dan biaya mu'nah 0,95% perbulan dari nilai taksiran

Adapun persyaratannya adalah:

a. Fotokopi KTP/SIM/Paspor
b. Menyerahkan jaminan berupa emas atau berlian terikat perhiasan emas
c. Menandatangani akad

5. Arrum Haji

Arrum haji adalah layanan pembiayaan secara syariah yang memberikan anda kemudahan untuk mendapatkan porsi haji. Dengan jaminan emas. Adapun Keunggulannya adalah:

1) Sesuai fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 92/DSN-MUI/IV/2014
2) Langsung mendapatkan porsi haji
3) Biaya pemeliharaan marhun (mu'nah) terjangkau
4) Proses pengajuan pembiayaan mudah
5) Aman dan diawasi oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK)

Adapun, Persyaratannya:

a. Fotokopi KTP dan KK

b. Pas foto 3x4 dan 4x6 masing-masing 5 lembar dengan tampak wajah 80% dan baground putih
c. Surat keterangan domisili
d. Jaminan emas batangan (LM) minimal 3,5 gram atau emas perhiasan berkadar minimal 70% senilai 7 gram

6. Investasi

a. Cicil Emas

Cicil Emas Syariah adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang *fleksibel*. Cicil Emas Syariah dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi. Adapun keunggulannya:

1) Proses mudah dengan layanan professional.
2) Proses mudah dengan layanan professional.
3) Proses mudah dengan layanan profesional.
4) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
5) Sebagai aset, emas batangan sangat likuid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.
6) Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 5 gram s.d. 1 kilogram.
7) Emas batangan dapat dimiliki dengan cara pembelian tunai, angsuran, kolektif (kelompok), ataupun arisan.
8) Uang muka mulai dari 10% s.d. 90% dari nilai logam mulia
9) Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d. 36 bulan.

Sedangkan untuk persyaratannya adalah:

1) Untuk pembelian secara tunai, nasabah cukup datang ke Outlet Pegadaian (Galeri 24) dengan membayar nilai Logam Mulia yang akan dibeli.
2) Untuk pembelian secara angsuran, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai dengan keinginan (lihat simulasi).

b. Tabungan Emas

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Produk Tabungan Emas Pegadaian memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya. Adapun keunggulannya:

1) Tersedia diseluruh outlet Pegadaian dan melalui Aplikasi Pegadaian Syariah Digital *Service* maupun Agen Pegadaian Syariah
2) Harga jual dan *buyback* yang kompetitif.
3) Biaya administrasi dan pengelolaan ringan.
4) Dijamin karatase 24 karat.
5) Nasabah dapat melakukan *buyback* mulai dari 1 gram.
6) Order cetak emas dapat dilakukan mulai dari kepingan 1 gram.
7) Nasabah dapat melakukan transfer ke rekening Tabungan Emas mulai dari 0,1 gram.
8) Dikelola secara profesional dan transparan.
9) Nasabah dapat melakukan pembelian Tabungan Emas (Top Up) mulai dari 0,01 gram
10) Nasabah dapat melakukan pembelian Tabungan Emas (Top Up) mulai dari 0,01 gram.

c. Produk Lainnya

1. Pegadaian Remittance

Jasa Kirim dan Terima Uang adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri yang bekerjasama dengan beberapa Perusahaan Remitansi berskala internasional. Adapun keunggulannya:

a) Proses transaksi aman dan terpercaya.
b) Biaya kompetitif.
c) Pengirim dan penerima tidak harus memiliki rekening bank.
d) Transaksi secara real time.
e) Tidak harus memiliki rekening bank

Adapun persyaratan untuk pengirim uang melalui pegadaian yakni:

1) Mengisi dan melengkapi form pengiriman uang
2) Membawa Kartu Tanda Pengenal (KTP/SIM/PASPORT)

Adapun persyaratan untuk menerima uang melalui pegadaian yakni:

1) Mengisi dan melengkapi form penerimaan uang
2) Membawa Nomor Kontrol Kiriman Uang, PIN, Kode Transfer, atau MTCN.
3) Membawa Kartu Tanda Pengenal (KTP/SIM/PASPORT)

2. Multi Pembayaran Online

Jasa Pembayaran Online merupakan layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan, pembelian pulsa, pembelian tiket, pembayaran finance, pembayaran premi BPJS, dan lain-lain. Keunggulannya:

a) Pembayaran secara real time, sehingga memberi kepastian dan kenyamanan bertransaksi.
b) Biaya kompetitif.
c) Pembayaran dapat dilakukan untuk lebih dari satu tagihan.
d) Prosedur mudah dan dilakukan dalam satu loket layanan.
e) Dapat dilakukan secara online melalui aplikasi Pegadaian Digital.
f) Setiap nasabah dapat melakukan pembayaran untuk lebih dari satu tagihan.
g) Prosedur sangat mudah. Nasabah tidak harus memiliki rekening di Bank.

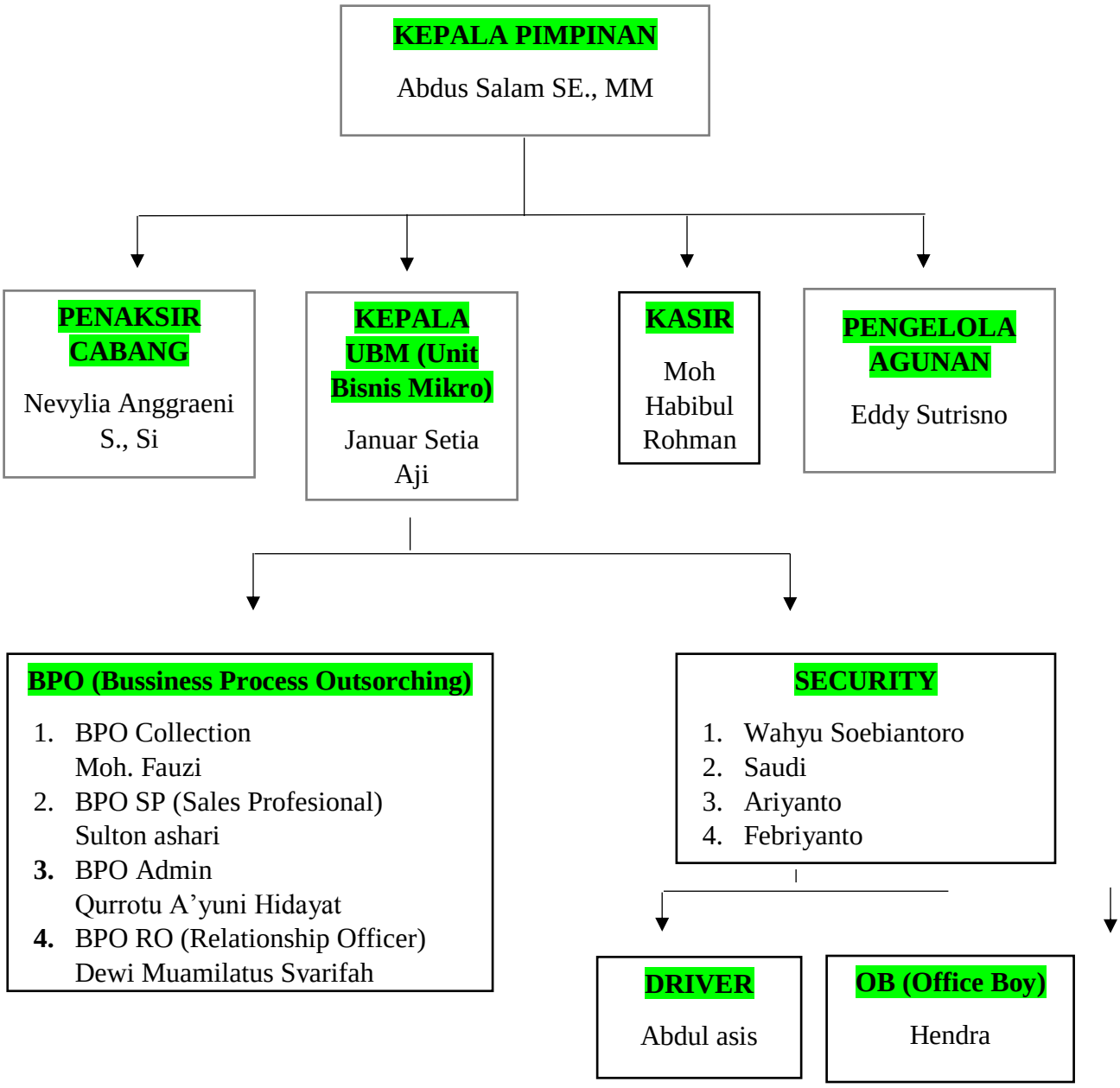
Adapun persyaratannya adalah Nasabah cukup datang ke outlet Pegadaian di seluruh Indonesia Membawa dan menyerahkan nomor pelanggan untuk tagihan listrik, telepon, pulsa ponsel, PDAM, tiket kereta api, dan lain sebagainya.

3. Struktur Organisasi

Adapun untuk struktur organisasi yang ada di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota, yakni sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota



2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner angket kepada nasabah yang aktif melakukan pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota. Hal ini dikarenakan mereka sudah memahami dan mempunyai penilaian terhadap kualitas pelayan dan kualitas produk yang diberikan oleh PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota. Berdasarkan jumlah data nasabah yang diperoleh peneliti yang dijadikan sampel, peneliti menyebar kuesioner sebanyak 277 kuesioner. Tehnik pengambilan sampel menggunakan tehnik simple random sampling yang diambil dengan pengacakan nama di excel. Syarat pengolahan data dengan analisis SPSS sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data dengan kuesioner.

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	277
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	277
Kuesioner yang gugur	-0
Kuesioner yang digunakan	277
Tingkat pengembalian	100%

Sumber: data primer yang diolah peneliti 2024

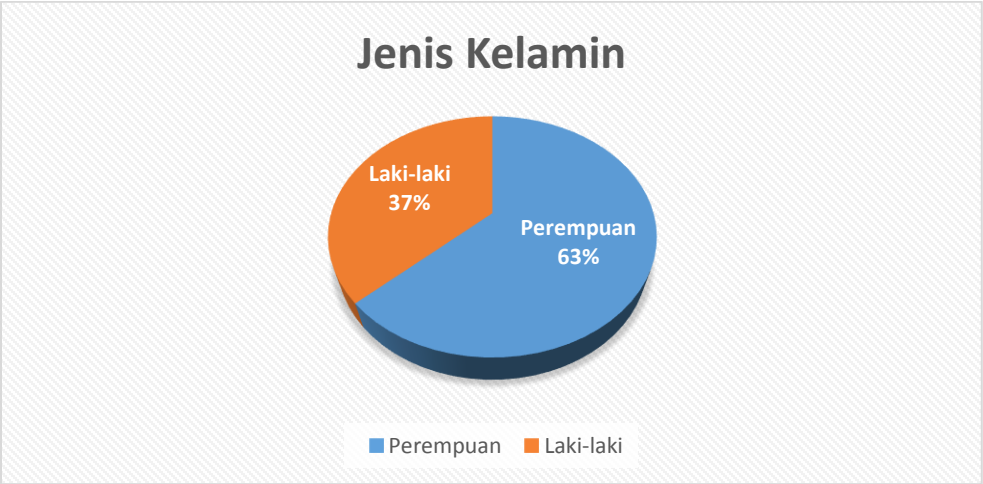
3. Deskripsi Data responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah yang melakukan pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota sebagai berikut:

Gambar 4.2

Karakteristuk Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

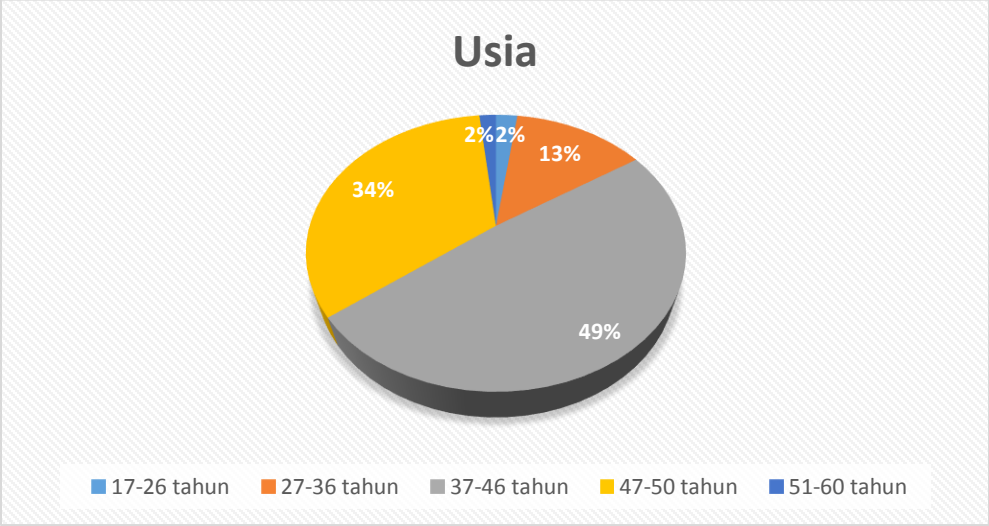
Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 102 Orang dengan persentase 37% dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 175 orang dengan persentase 63%. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa nasabah yang melakukan pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia nasabah yang aktif melakukan pembiayaan *rahn* (gadai) yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

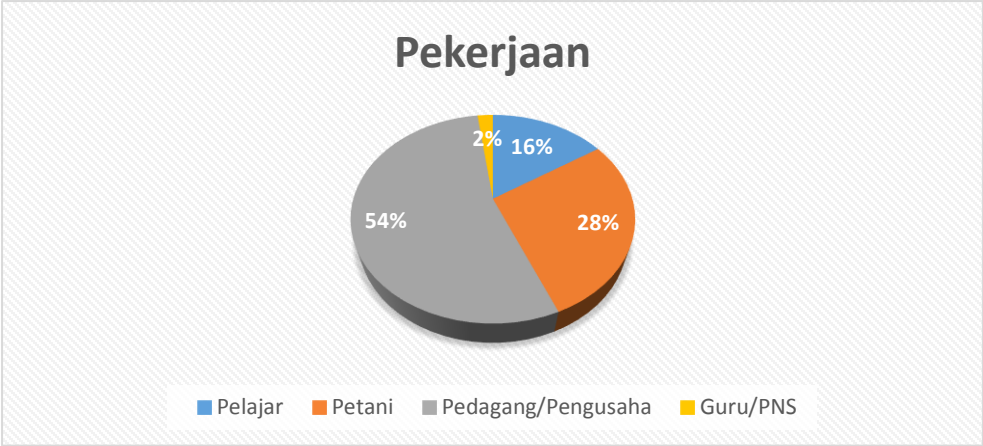
Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat diketahui informasi responden berdasarkan usianya yaitu 17-26 tahun sebanyak (2%), yang berusia 27-36 tahun sebanyak (34%), yang berusia 37-46 tahun sebanyak (13%), yang berusia 47-50 tahun sebanyak (34%), dan yang berusia 51- 60 tahun sebanyak (2%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan nasabah yang menggunakan pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat diketahui informasi responden berdasarkan pekerjaannya yaitu responden pelajar berjumlah 24 orang dengan persentase 9%, petani berjumlah 44 orang dengan persentase 16%, pedagang/ pengusaha berjumlah 85 orang dengan persentase 31% dan responden yang bekerja sebagai guru/ PNS berjumlah 124 orang dengan persentase 44%.

4. Skala Pengukuran Responden

a) Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan (X_1)

Tanggapan dari responden terkait variabel kualitas pelayanan dijelaskan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan

No. Item	SS		S		KS		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%
1	155	56	118	42,6	3	1,1	1	0,4			100
2	165	59,6	106	38,3	4	1,4	2	7			100

3	116	41,9	153	55,2	8	2,9					100
4	173	62,5	95	34,3	5	1,8	1	1,4			100
5	131	47,3	123	44,4	22	7,9	1	0,4			100
6	107	38,6	145	52,3	20	7,2	5	1,8			100
7	136	49,1	112	40,4	28	10,1	1	0,4			100
8	128	46,2	106	38,3	39	14,1	4	1,4			100
9	134	48,4	121	43,7	22	7,9					100
10	128	46,2	126	45,5	18	6,5	5	1,8			100
Jumlah	1.373		1.205		169		19				1000

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada setiap item pernyataan kualitas pelayanan dengan menjawab sangat setuju sebanyak 1.373, setuju 1.205, kurang setuju 169, tidak setuju 19, dan sangat tidak setuju 0 jawaban dari jumlah jawaban yang di karkulasikan dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

b) Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk (X_2)

Tanggapan dari responden terkait variabel kualitas produk dijelaskan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk

No. Item	SS		S		KS		TS		STS		Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	100	36,1	139	50,2	37	13,4	1	0,4			100

2	80	28,9	154	55,6	35	12,6	8	2,9			100
3	116	41,9	114	41,2	40	14,4	7	2,5			100
4	100	36,1	128	46,2	42	15,2	7	2,5			100
5	109	39,4	135	48,7	31	11,2	2	0,7			100
jumlah	505		670		185		25				500

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada setiap item pernyataan kualitas produk (X2) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 505, setuju 670, kurang setuju 185, tidak setuju 25, dan sangat tidak setuju 0 jawaban dari jumlah jawaban yang di karkulasikan dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

c) Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah (Y)

Tanggapan dari responden terkait variabel kepuasan nasabah dijelaskan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tanggapan responden tentang kepuasan nasabah

No. Item	SS		S		KS		TS		STS		Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	87	31,4	167	60,3	19	6,9	4	1,4			100
2	105	37,9	153	55,2	15	5,4	4	1,4			100
3	98	35,4	160	57,8	18	6,5	1	0,4			100
4	95	34,3	151	54,5	24	8,7	7	2,5			100
5	92	33,2	168	60,6	15	5,4	2	0,7			100

6	57	20,6	191	69,0	18	6,5	11	4,0			100
jumlah	534		990		109		25				600

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada setiap item pernyataan kepuasan nasabah (Y) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 534, setuju 990, kurang setuju 109, tidak setuju 25, dan sangat tidak setuju 0 jawaban dari jumlah jawaban yang di karkulasikan dari 6 item pernyataan yang diberikan kepada responden.

B. Uji Hipotesis

1. Uji Kualitas data

Uji kualitas data dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Peneliti menggunakan pengujian dengan SPSS versi 26. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan setiap butir pernyataan yang digunakan peneliti dalam mendefinisikan variabel yang digunakan. Uji validitas dapat diketahui dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan $r_{tabel.}$ Nilai r_{tabel} dapat diketahui dengan cara mencari nilai *degrre of freedom* (df) = N-2, dimana N merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Jika r_{tabel} kurang dari r_{hitung} maka butir pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.

Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai df = 277-2 adalah 275, dan (a= 5%) sehingga diketahui nilai R_{tabel} 0,117. Berdasarkan uji SPSS nilai R_{hitung} yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	R_{tabel}	Validitas
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,485	0,117	Valid
	X1.2	0,580	0,117	Valid
	X1.3	0,554	0,117	Valid
	X1.4	0,546	0,117	Valid
	X1.5	0,491	0,117	Valid
	X1.6	0,607	0,117	Valid
	X1.7	0,494	0,117	Valid
	X1.8	0,627	0,117	Valid
	X1.9	0,543	0,117	Valid
	X1.10	0,398	0,117	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,530	0,117	Valid
	X2.2	0,696	0,117	Valid
	X2.3	0,694	0,117	Valid
	X2.4	0,766	0,117	Valid
	X2.5	0,619	0,117	Valid
Kepuasan Nasabah	Y1	0,737	0,117	Valid
	Y2	0,699	0,117	Valid
	Y3	0,728	0,117	Valid
	Y4	0,691	0,117	Valid
	Y5	0,558	0,117	Valid
	Y6	0,472	0,117	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji SPSS menunjukkan bahwa setiap bulir pernyataan pada subvariabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah dinyatakan valid. Karena nilai r_{hitung} yang dihasilakan melalui uji analisis SPSS lebih besar daripada $r_{tabel.}$

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban dari responden yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pernyataan Uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* suatu variabel > 0,60 maka instrument tersebut dinyatakan reliable. Jika nilai *Cronbach Alpha* suatu variabel < 0,60 maka instrument tersebut tidak reliable. Berikut ini adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach Alpha***	**keterangan**
X1	0,716	Reliabel
X2	0,683	Reliabel
Y	0,721	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji analisis SPSS menyatakan bahwa semua indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Kualitas Produk (X2), dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan > 0,60. Oleh karena itu, indikator dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah dapat dipercaya untuk bisa digunakan sebagai alat ukur variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan selama penelitian ini. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui implikasi subvariabel kualitas pelayanan, kualitas produk, terhadap kepuasan nasabah. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik tidak ditemukannya hubungan atau korelasi. Ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Varian Inflation Factor*), jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi muultikolinearitas.

Hasil analisis data untuk uji multikolinearitas menggunakan SPSS. Berikut hasil analisis data untuk uji multikolinearitas dapat dilihat pada data berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.055	2.195		9.136	.000		
	Kualitas Pelayanan	.053	.044	.072	1.205	.229	.987	1.014
	Kualitas Produk	.140	.061	.138	2.297	.022	.987	1.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 uji multikolinearitas diatas, nilai toleransi kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar (0,987 dan 0,987) > 0,10 dan VIF sebesar (1,014 dan 1,014) < 10. Artinya model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada masalah autokorelasi. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi adalah uji Durbin Watson dengan taraf signifikansi 5%.

Metode pegujian yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan atau dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji Durbin Watson

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Autokorelasi positif	Tolak, terima Ha	0 < d < dL
tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	dL ≤ d ≤ du
Autokorelasi negatif	Tolak, terima Ha	4-dL < d < 4

Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	4-du ≤ d ≤ 4-dL
Tidak ada autokorelasi	Diterima, tolak Ha	du < d < 4-du

hasil pengolahan data uji autokorelasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.530[a]	.281	.276	.11869	2.146

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel uji autokorelasi dengan menggunakan uji durbin-watson diatas, menunjukkan nilai durbun-watson sebesar 2,146. Selanjutnya nilai DWhitung tersebut akan dibandingkan dengan DWtabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Pengolahan Data Durbin-Watson

dL	du	4-dL	4-du	DW	Keputusan
1,785	1,807	2,215	2,193	2,146	Tidak ada autokorelasi

Berdasarkan tabel pengolahan data durbin-watson menyatakan bahwa nilai DW sebesar 2,146. Artinya nilai DW berada diantara du dan 4-du (du < DW < 4-du), yaitu (1,807 < 2,146 < 2,193) yang berarti dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dengan residual satu pengamatan kepengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji *Glejser*. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka model regresi tersebut terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.062	1.376		1.499	.135
	Kualitas Pelayanan	-.008	.027	-.018	-.300	.765
	Kualitas Produk	.009	.038	.014	.237	.813

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser diatas, menunjukkan nilai signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar (0,765 dan 0,813) > 0,05. Artinya model regresi penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel independent atau keduaya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik

hendaknya bedistribusi normal atau mendekati normal. Cara yang bisa dilakukan untuk menguji kenormalan data yaitu dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Jika sig > 0,05 maka data berdistribusi normal begitu pula sebaliknya. Berikut hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada penelitian ini.

Tabel 4.12

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		277
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11825773
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.032
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan uji normalitas pada tabel 4.12 didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,200 dimana hasil tersebut > 0,05. Dapat disimpukan bahwa uji tes pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode analisis 26tatistic yang untu mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua variabel independent atau lebih dengan satu variabel dependent. Pada penelitian ini persamaan regresi yang digunakan $Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + \varepsilon$.

Berikut merupakan hasil uji regresi linear berganda menggunakan uji analisis SPSS.

Tabel 4.13

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.132	,302		7.068	,000
	Kualitas Pelayanan	,278	,037	,398	7.422	,000
	Kualitas Produk	,200	,042	,254	4.734	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Dari tabel 4.13 tersebut, maka didapat hasil sebagai berikut:

A= 2,132

B= 0, 278

B2= 0, 200

Berdasarkan tabel di atas dimana hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$Y= 2,132 + 0,278X_1 + 0,200X_2$

Model persamaan regresi berganda tersebut bermakna:

Nilai analisis regresi linear berganda yang masih berbentuk angka dapat dijelaskan dalam bahasa yang mudah dan dapat dipahami sebagaimana berikut ini:

1. Nilai konstanta sebesar 2,132 berarti jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualita produk (X2) dalam keadaan konstan atau tidak mengalami perubahan sama dengan nol, maka kepuasan nasabah (Y) akan bernilai sebesar 2,132.
2. Nilai koefisien regresi X1 = 0,278 menunjukkan apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasa nasabah pembiayaan rahn gadai di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota sebesar 0,278.
3. Nilai koefisien regresi X2 = 0,200 menunjukkan jika kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasa nasabah pembiayaan rahn (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota sebesar 0,200.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (f)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui secara bersama-sama besarnya variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependent dengan nilai a=0,05. Dasar pengambilan keputusan ialah dengan melihat nilai f_{hitung}, jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent. Dan juga sekian nilai sig < 0,05 maka

variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent. Begitupun sebaliknya.

Berikut ini adalah hasil uji signifikansi secara simultan variabel independent terhadap variabel dependent:

Tabel 4.14

Uji Simultan (F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37,307	2	18,653	3,176	,043[b]
	Residual	1609,394	274	5,874		
	Total	1646,700	276			

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji analisis SPSS pada tabel, diperoleh nilai f_{hitung} =3,176 dengan tingkat nilai signifikansi 0,043. Pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 227 maka nilai f_{tabel} diperoleh sebesar 2,637. Berdasarkan hasil tersebut menyatakan bahwa subvariabel idependent secara bersama-sama berpengaruh terhadap vaeriabel dependent, yang dimana artinya variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Hal itu dikarenakan nilai f_{hitung} (3,176) > f_{tabel} (2,637) dan nilai signifikansi (0,043 < 0,05).

b. Uji Parsial (t)

Uji signifikansi individual variabel independent terhadap variabel dependent digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel

independent terhadap variabel dependent dengan a=0,05. Dasar pengambilan keputusannya ialah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial, begitupun sebaliknya. Sementara itu jika nilai sig < 0,05, maka artinya variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, begitupun sebaliknya. Berikut ini adalah hasil uji parsial variabel independent terhadap dependent:

Tabel 4.15

Uji Parsial (t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.132	,302		7.068	,000
	Kualitas Pelayanan	,278	,037	,398	7.422	,000
	Kualitas Produk	,200	,042	,254	4.734	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2024

Dalam penelitian ini jumlah sample sebesar 227 sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,968. Berdasarkan hasil analisis SPSS pada tabel pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh t_{hitung} 7,422 dengan taraf nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} (7,422) > t_{tabel} (1,968) dan nilai signifikansi (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y)
2) Variabel kualitas produk (X2) diperoleh t_{hitung} 4,734 dengan taraf nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} (4,734) > t_{tabel} (1,968) dan nilai signifikansi

(0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y)

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana atau seberapa besar kemampuan variabel independent (sistem jemput tabungan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah). Berikut hasil koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan uji SPSS (*Statistical Package foThe Social Sciences*):

Tabel 4.16

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676[a]	.457	.441	1.617

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber: Output SPSS, data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji SPSS pada tabel 4.15 diatas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R Square (R^2) adalah 0,457 atau 45,7%. Hal ini berarti sebesar 45,7% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependent. Artinya sejauh 45,7% variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variasi variabel independent sistem jemput tabungan. Sedangkan sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Pembahasan ini dilakukan untuk menganalisis hasil "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan *Rahn* (Gadai) Di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota" secara parsial dan secara simultan.

1. **Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan *Rahn* (Gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota**

Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi linear variabel kualitas pelayanan adalah positif, yang menunjukkan kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan kepuasan nasabah sesuai dengan uji regresi linear berganda dari hasil uji T (parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 7,422 dan nilai signifikansinya 0,000 dengan nilai t_{tabel} 1,968 yang artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,422 > 1,968) dan signifikansinya (0,000 < 0,05). Sehingga hasilnya H1 diterima dan H0 ditolak yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota.

Berdasarkan penjelasan di atas, jelas bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota, nasabah akan merasa puas sehingga akan terus melakukan pembiayaan *rahn* (gadai). Pelayanan yang baik dimulai dari memperkenalkan produk apa saja yang ada di perusahaan tersebut khususnya di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota, dan juga harus diimbangi dengan pengetahuan mengenai pelayanan yang baik dan sesuai dengan pekerjaan yang dihadapinya.[5] Kualitas pelayanan yang memuaskan jika layanan yang dirasakan itu sama atau lebih baik dari yang diharapkan. Selain itu, harapan nasabah tercermin pada pelayanan yang baik, ramah, berpenampilan rapi, sopan, dan ketepatan waktu yang merupakan nilai penting yang diharapkan

[5] Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (jakarta: PT RajaGeafindo Persada,2008), 181

nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan yang diterima akan mendorong terjadinya rekomendasi kepada orang lain dan bahkan dapat memperbaiki citra karyawan atau perusahaan dimata nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan dan mempertahankan hubungan baik dengan nasabah.[6]

Kualitas pelayanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dibandingkan kualitas produk karena beberapa alasan yaitu nasabah berinteraksi langsung dengan layanan yang diberikan, pelayanan memungkinkan personalisasi yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, kualitas pelayanan yang baik dapat membantu nasabah menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif, kesan pertama yang positif melalui pelayanan yang baik dapat menciptakan loyalitas jangka panjang, kualitas pelayanan menjadi faktor pembeda yang membuat nasabah memilih satu perusahaan dibandingkan yang lain, dan layanan yang buruk dapat mengurangi nilai dari produk yang baik, sementara layanan yang luar biasa dapat meningkatkan persepsi terhadap produk yang biasa saja.[7]

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ivantan, Aris Ariyanto dan Purwanti yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.[8] Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Putri Dwi Cahyani dan Andhika Alvianto yang menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara parsial.[9] Akan tetapi bertolak belakang dengan penelitian Raudhatul Zahrah, Rahfizah, Supaino dan Akhmad Kholil yang menyatakan

---

[6] Lalilatus Sa'adah dan Abdullah Fajarul Munir, *Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah), 5-6

[7] Inggang Perwangsa Nuralam. *Etika Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*, 53

[8] Ivantan, Aris Ariyanto, Purwanti,"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah X."*Jurnal Ekonomi Efektif*, 2, No.2,(2020), 417

[9] Putri Dwi Cahyani, Andhika Alvianto, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Pemasaran Spiritual Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syraiah Kantor Cabang Yogyakarta Dan Purwokerto," *Jurnal Pemikiran Islam*, 21, No 1 (2020), 34-39

kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan.[10]

2. Kualitas Produk Perpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan *Rahn* (Gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota

Berdasarkan hasil penelitian koefisien linear variabel kualitas produk adalah positif, yang menunjukkan bahwa kualitas produk berhubungan langsung dengan kepuasan nasabah sesuai dengan uji regresi linear berganda pada uji t nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk adalah 4,734 dan signifikansinya 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,734 > 1,968) dan nilai sig (0,000 < 0,05), yang menunjukkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak yang artinya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota.

Kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.[11] Kualitas produk menjadi salah satu tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Pengalaman akan suatu produk akan mempengaruhi nasabah untuk terus melakukan pembiayaan gadai, sehingga perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya serta poduk disesuaikan dengan kebutuhan nasabah karena semakin tinggi kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Oleh sebab itu, PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota harus memberikan kualitas produk yang baik kepada nasabah, baik dari segi pengetahuan produknya, cara bertransaksi dan yang

---

[10] Raudhatul Zahrah Rafizah, Supaino, Akhmad Kholil, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan," *Jurnal Nisbah*, 6, No. 1 (2020), 25-26

[11] Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan.* Sulawesi Selatan: *Global Research and Consulting Institute*, 2017, 15

berhubungan dengan kualitas produk itu sendiri guna meningkatkan atau memberikan kepuasan kepada nasabah khususnya yang melakukan pembiyaan *rahn* (gadai).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh pegadaian syariah cabang sampang kota, maka nasabah akan merasa puas dengan kualitas produk tersebut. Akibatnya nasabah akan terus melakukan pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota. Ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggi Rahayu dan Susianto yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifkan terhadap kepuasan nasabah.[12] Dan bertolak belakang dengan penellitian yang dilakukan oleh Hilman Rismanto yang menyatkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah tabungan PT Bank X Bandung.[13]

3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan *Rahn* (Gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota

Dari hasil uji F (simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 3,178 dengan taraf signifikan sebesar 0,043 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,637. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,178 > 2,637) dan nilai sig (0,043 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak artinya variabel kulaitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dukungan kepada nasabah untuk

---

[12] Anggi Rahayu, Susianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mahramah (Studi Kasus PT Bank Sumut Kcpsy Kota Baru Magelan." Jurnal FEB, 1, No. 1,(April,2019), 501

[13] Hilman Rismanto, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pt Bank X Bandung " Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora, 2, No. 1 (2019), 55

menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan dan memberikan kepuasan kepada nasabah.[14] Setelah nasabah merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, nasabah akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila nasabah benar-benar telah merasa puas, nasabah akan melakukan transaksi lagi dan nasabah akan memberitahu orang lain bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk beralih di tempat yang sama.[15] Sedangkan kualitas produk ditentukan oleh keunikan produk seperti halnya produk pembiayaan rahn (gadai) yang mempunyai beberapa keunggulan seperti Pinjaman (*Marhun Bih*) mulai dari 50 ribu, Prosedur pengajuannya sangat mudah, Prosedur pinjaman sangat cepat, hanya membutuhkan 15 menit, Pinjaman berjangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang berkali-kali, Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan Mu'nah Bih dalam bentuk tunai atau dapat di transfer ke rekening nasabah. Banyaknya keunggulan ini dapat memberikan manfaat dan kepuasan kepada nasabah. Selain itu, nasabah dikatakan memperoleh kepuasan apabila kinerja dari suatu produk atau pelayanan yang diterimanya sama dengan harapannya. Hal ini sesuai dengan harapan nasabah yang lebih memilih Pegadaian Syariah karena fitur produk yang sangat mudah dan dapat dihandalkan produknya.[16] Sebaliknya ketidakpuasan nasabah akan terjadi ketika kinerja dari suatu produk atau jasa yang diterima dibawah harapannya.[17]

Semakin meningkat kualitas pelayanan dan kualitas produk, maka akan meningkat pula kepuasan nasabah dalam melakukan pembiayaan *rahn* (gadai) di PT Pegadaian Syariah Cabang Sampang Kota. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang lakukan oleh Raudhatul Zahrah,

---

[14] Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategi Di Era Global* (Surabaya: Prenadamedia Group, 2017), 194
[15] Kasmir, *Pemasaran Bank, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana,2008), 123*
[16] Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merk (Planning & Strategy*), (Surabaya: Qiara Media,2019),8
[17] Muhammad Santoso, *Loyalitas Nasabah Pada Bank Pengkreditan Rakyat Wilayah Cirebon* (Yogyakarta: Deepublish,2019), 58

Rahfizah, Supaino, dan Akhmad Kholil yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.[18] Dan juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Rahayu dan Susianto yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan.[19]

[18] Raudhatul Zahrah Rafizah, Supaino, Akhmad Kholil, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan," *Jurnal Nisbah*, 6, No. 1 (2020), 25-26

[19] Anggi Rahayu, Susianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mahramah (Studi Kasus PT Bank Sumut Kcpsy Kota Baru Magelan." Jurnal FEB, 1, No. 1,(April,2019), 501