PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI LOGAM MULIA DI PEGADAIAN SYARIAH LANGSA BARAT

Guspia Ningsih[1], Muhammad Dayyan, Nurjanah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan pegetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat dan untuk mengetahui pengaruhnya secara parsial dan simultan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan 85 responden sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan melalui nonprobability sampling dengan metode Qouta Sampling yaitu sebuah teknik pengambilan sampel dimana elemen populasi dipilih atas pertimbangan penulis serta jumlah sampel sudah ditentukan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner sebanyak 16 item pernyataan yang dinilai dengan skala likert 1-5 dan diuji kelayakannya menggunakan uji validitas dan realiabilitas. Data yang terkumpul dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, heterokedastisitas dan uji autokorelasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dan uji hipotesis dengan uji t (parsial), uji F (simultan) dan uji determinasi (R2). Berdasarkan uji hipotesis taraf signifikansi 5% menujukkan bahwa secara parsial bahwa (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat; dan (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat. Dan secara simultan promosi,kualitas pelayanan dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat. Sedangkan hasil koefisien determinasi (R2) sebesar 0,655 ini berarti kontribusi variabel independen (promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan) mempengaruhi variabel dependen (minat berinvestasi Logam Mulia) sebesar 65,5% sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan, Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia.*

1 IAIN Langsa, Email: guspianingsih@gmail.com

Abstract

The purpose of this research that to knowing the promotion effect, service quality and knowledge of people willingness in precious metal investation at Unit Pegadaian Syariah, West Langsa and to knowing percial effect and simultance of people willingness in precious metal investation. This research using quantitative analysis to collect the data, utilized 85 respondents as research samples, this samples of research took by doing nonprobability sampling with quota sampling method, which is the sample taking by using the element of population technic based on researcher consideration and the number of samples had been determined. In collecting data was using questioner technic about 16 questions which rate from 1-5 Likert scale and examined the expedience by utilized the validity and reliability. The data have been collected by examined classic assumption including normality, linearity, multicollinearity, heteroscedasticity and autocorrelation test, after that analyzed by using double regression analyses and hypothesis test of T test (parcial) F test (simultance) and determinant (R^2). according to the hypothesis test in significance level there are 5% parcial showed that (1) there is positive effect and significance promotion of people to invest precious metal at Unit Pegadaian Syariah, West Langsa (2) there is positive effect and significance service quality in people willingness to invest the precious metal at Unit Pegadaian Syariah, West Langsa (3) there is positive effect and significance knowledge of people interest to invest the precious metal at Unit Pegadaian Syariah, West Langsa. Then in simultance promotion have the positive effect of service quality and knowledge. Moreover, have significance willingness of the people to invest precious metal at Unit Pegadaian Syariah, West Langsa. In the other hand the coefficient of determinant (R^2) result about 0,655, it means contribute of the independent variables (promotion, service quality, and knowledge) influence dependent variables (willingness of precious metal investation) about 65,5% but 34,5% influence by other variables.

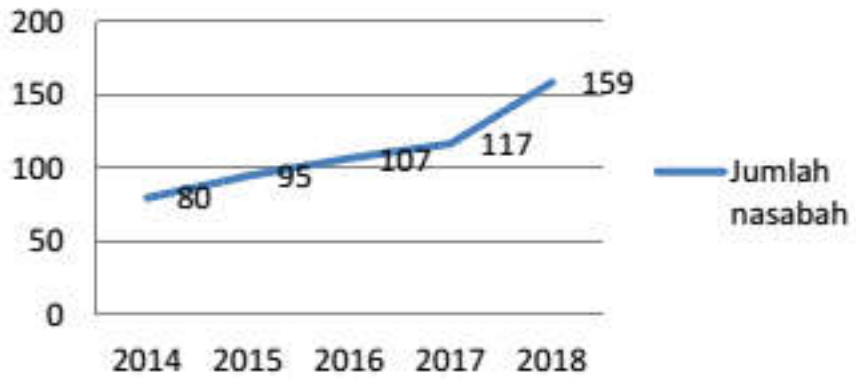
Keywords: *promotion, service quality and knowledge, people willingness of precious metal investation.*

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

1. PENDAHULUAN

Investasi merupakan penanaman dana atau penempatan aset dengan maksud untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. (Adiwarman A. Karim, 2016: 236). Pada umumnya investasi banyak jenisnya seperti investasi dalam bentuk uang, saham, poperti dan juga banyak peminatnya saat ini investasi dalam bentuk emas. salah satu investasi yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah adalah MULIA (Murabahah Emas Logam Mulia Investasi Abadi). Pegadaian Syariah memberikan layanan investasi Logam Mulia kepada masyarakat secara tunai dan angsuran dengan proses yang cepat dan jangka waktu tertentu, maksimal angsuran selama 6 bulan. Perkembangan jumlah nasabah produk Mulia dapat di lihat pada gambar berikut.

Gambar. 1.1
Perkembagan Data Nasabah Produk Mulia Di Unit Pegadain Syariah Langsa Barat



Sumber: Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat

Dari gambar tersebut dapat menjelaskan bahwa kurun waktu 5 tahun yaitu tahun 2014-2018, perkembangan jumlah nasabah pada tahun 2014-2018 mengalami peningkatan namun belum stabil.

Perkembangan suatu produk dapat dilakukan dengan salah satu kegiatan pemasaran yaitu dengan melakukan promosi terhadap produk. Promosi adalah salah satu faktor dalam proses pembelian. (Arif Yusuf Hamali, 2016: 207). Sehingga para tenaga pemasaran dapat menggunakan promosi untuk menyampaikan informasi, keberadaan produk, keunggulan produk dan menarik minat calon nasabah terhadap suatu produk yang ditawarkan. Karena konsumen atau nasabah tidak akan tertarik terhadap suatu produk kecuali mereka telah mengetahui keberadaan dan keunggulan suatu produk tersebut. Dimana telah dilakukan observasi awal, diketahui bahwa promosi terhadap investasi Logam Mulia yang dilakukan oleh unit Pegadaian Syariah melalui iklan, pencetakan brosur, pemasangan spanduk,media sosial, agen pegadaian syariah dan penjualan pribadi juga

dilakukan oleh unit Pegadaian syariah Langsa Barat kepada nasabah gadai lainnya. Namun jika dilihat dari gambar 1.1 perkembangan jumlah nasabah produk Logam Mulia belum mengalami peningkatan yang stabil. Seharusnya dengan promosi yang baik dapat meningkatkan jumlah nasabah terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia.

Selain dari promosi peningkatan kualitas pelayanan juga harus dilakukan untuk menarik minat masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dengan kualitas pelayanan yang baik dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan terhadap nasabahnya. Kepuasan nasabah pada suatu perusahaan menjadi salah satu aspek untuk memilih produk dari suatu perusahaan tersebut. (Fandy Tjiptono, 2007:82). Dari segi pelayanan unit Pegadain syariah Langsa Barat terus melakukan peningkaktan kualitas pelayanan seperti, kasir, penaksir, secuirity,memberikan pelayan dengan cepat, memudahkan transaksi pembelian Logam Mulia dan menyediakan fasilitas ruang tunggu

Dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi Logam Mulia, pengetahuan masyarakat juga tidak kalah pentingnya dengan promosi dan kualitas pelayanan. Karena pengetahuan masyarakat tentang investasi Logam Mulia diperlukan sebagai bahan pertimbangan memilih produk MULIA yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah. Pengetahuan adalah Segala sesuatu yang diketahui oleh seseorang. Ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Semakin baik pengetahuan tentang investasi Logam Mulia semakin tinggi kemungkinan masyarakat mau melakukan investasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah dan sebaliknya semakin rendah pengetahuan masyarakat terhadap investasi Logam Mulia maka akan menyebabkan masyarakat tidak tertarik terhadap investasi Logam Mulia. (Nurul Indarti, 2014:14). Demikian halnya pengetahuan yang diberikan oleh unit Pegadaian Syariah Langsa Barat. Pegadaian syariah memberikan pengetahuan tentang pentingnya investasi Logam Mulia kepada masyarakat untuk mendorong minat masyarakat yaitu melalui media sosial, mengadakan seminar, dan memberikan penjelasan-penjelasan kepada nasabah ketika ingin melakukan investasi logam mulia. Dari setrategi yang telah di Lakukan oleh unit pegadaian syariah langsa barat apakah dapat mempengaruhi minat masyarakat atau dipenaruhi oleh variabel lain

Dalam penelitian yang dilakukan oleh, Sinta Ardhillatul jannah (2017), Rita Tarore, Lanny N.A lengkey (2014) dan Dila Larantika , mengatakan bahwa promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat sedangkan penelitian yg dilakukan oleh Feti Rukmana Sari (2017) dan Difa Ikrima Mudzdalifa (2017) mengatakan promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat. Hasil penelitaian terhadap romosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan tidak selalu sama sehingga peneliti tertarik untuk meneliti apakah variabel tersebut berpengaruh atau tidak terhadap minat . Dalam penelitian ini adalah minat msayarakat berinvestasi Logam Mulia. Berdasarkan

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Investasi Logam Mulia Di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat.**

2. LANDASAN TEORI

2.1. Teori Investasi Emas

Investasi merupakan kegiatan mengembangkan harta kekayaan dengan cara-cara tertentu yang melibatkan aktivitas dan risiko. Maksud dengan aktivitas dan risiko di sini, seseorang yang melakukan investasi dalam aktivitasnya melibatkan dirinya dalam mekanisme investasi tersebut sehingga dengan sendirinya ia akan menerima kemungkinan keuntungan dan kerugian sebagai risiko dari aktivitas tersebut. (Nazaruddin Abdul Wahid, 2010:80). Investasi adalah penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa-masa yang akan datang. (Yoyo Sudaryo dan Aditya Yudanegara, 2010:2). Media investasi dibagi menjadi 2 kriteria yakni investasi modern (deposito, saham, obligasi) dan investasi klasik (tanah, rumah, ruko) dan emas.(Kusnandar, 2011:29).

2.2. Logam Mulia

Emas adalah salah satu Logam Mulia yang didambakan oleh manusia, tidak hanya dalam bentuk perhiasan tetapi juga batangan. Logam mulia juga merupakan salah satu sarana investasi yang paling ideal karena emas batangan biasanya mempunyai kadar 24 karat dengan tingkat kemurnian 99,99%. Pada saat ini logam mulia (emas batangan) telah tersedia mulai dari unit kecil 1 gram, 2 gram, 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, 100 gram dan 1 kilogram. Dengan begitu masyarakat dapat menyesuaikan keuangan untuk menentukan berat emas batangan yang akan dibeli atau dijadikan investasi.(Joko Salim, 2010:27)

2.2.1. Keunggulan Investasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat.

1) Layanan cepat atau prosedurnya sangat mudah.
2) Emas bisa Diubah menjadi Perhiasan.
3) Bisa Dicairkan Kapan Pun.
4) Penyimpanan Emas
5) Terpercaya.
6) Bisa Tunai atau Angsuran

2.2.2. Pesyaratan yang dibutuhkan dalam kepemilikan logam mulia.

1) Menyerahkan foto copy KTP atau SIM.

2) Mengisi Formulir permohonan kepemilikan logam mulia

3) Menyerahkan Uang muka.

4) Menandatangani Akad Mulia.

2.2.3. Keuntungan berinvestasi melalui Logam Mulia.

1) Mewujudkan niat mulia guna :

   a) Menabung Logam Mulia untuk menunaikan ibadah haji.

   b) Mempersiapkan biaya pendidikan anak di masa mendatang.

   c) Memiliki tempat tinggal (rumah) dan kendaraan.

2) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.

3) Sebagai aset, emas batangan sangat likuid untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak.

4) Tersedia pilihan Logam Mulia dengan berat 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, 100 gram, 250 gram dan 1 kilogram

2.2.4. Akad Yang Digunakan Dalam Investasi Logam Mulia

1) *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.(Muhammad Syafi'i Antonio, 2001:101) Kententuan akad murabahah diatur dalam fatwa DSN Nomor: 04/DSN-MUI/IV/2000

2) *Ar-Rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. (Zainuddin Ali, 2008:1)

2.3. Implementasi Investasi Logam Mulia

Skema pembelian Logam Mulia dengan akad murabahah di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

Produk Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat yaitu MULIA (*murabahah* emas Logam Mulia investasi Abadi). Investasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat menggunakan akad *Murabahah* dan akad *rahn*. Disini akad *rahn* hanya digunakan sebagai akad pelengkap artinya sebagai jaminan terhadap produk lain seperti dalam pembiayaan *Murabahah*. Dalam investasi Logam Mulia yang disediakan oleh Unit Pegadaian syariah Langsa Barat menggunakan akad *Murabahah*, dalam akad tersebut yang diperjual belikan yaitu emas. Dimana emas merupakan salah satu barang ribawi. Jual beli barang ribawi yang tidak sejenis dan dilakukan secara hutang dan dimana adanya penangguhan waktu transaksi ,penambahan nilai transaksi dan terjadi perbedaan nilai ini mengadung riba nasia'ah. Riba nasi'ah muncul karena adanya perbedaan, perubahan atau tambahan atau yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian. Sehingga untuk menghindari terjadinya riba nasi'ah dalam transaksi pembelian Logam Mulia secara tidak tunai di gunakan akad *murabahahah* yang diringin dengan akad *rahn*. Investasi emas secara tidak tunai dengan menggunakan akad *murabahah* diatur dalam Fatwa DSN Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 menjelaskan bahwa hukum investasi emas secara tidak tunai di perbolehkan menurut ketentuan dan batasan tertentu yaitu harga jual tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perpanjangan waktu setelah jatuh tempo, kedua emas yang dibeli dengan pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan dan emas yang dijadikan jaminan tidak boleh diperjualbelikan atau dijadikan objek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.

2.4. Promosi

2.4.1. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan dalam bidang pemasaran yang bertujuan meningkatkan omset penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.(Alex S. Nitisemito, 2003:126).

2.4.2. Indikator Promosi

Ada beberapa yang menjadi indikator promosi adalah sebagai berikut: (Freddy Rangkuti, 2009:232)

1). Iklan yang disampaikan mudah dipahami.

2). Informasi yang ada dibrosur jelas dan mudah dipahami

3). Desain brosur menarik

4). Bahasa yang digunakan mudah dipahami.

2.5. Kualitas Pelayanan.

2.5.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mewujudkan kepemilikan apa pun. (Philip Kolter dan Amstrong, 1997:56). Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.(Umar Husen, 2003:120)

2.5.2. Indikator Pelayanan

Ada beberapa indikator pelayanan adalah sebagai berikut: (Fandy Tjiptono, 2005:16)

1). Keramahan

2). Kesopanan

3). Fasilitas.

4). Kelancaran Dalam Transaksi

2.6. Pengetahuan

2.6.1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahuinya.(Nurul Indarti, 2014:14).Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinnya. Sebagian besar pengetahuan seseorang diperoleh melalui indera pendengaran (telinga), dan indera penglihatan (mata). (Soekidjo Notoatmodjo, 2003:50).

2.6.2. Indikator Pengetahuan

Ada beberapa indikator dari pengetahuan yaitu sebagai berikut: (Feti Rukmana Sari, 2017:98).

1). Pengetahuan tentang Pegadaian Syariah

2). Kemudahan dalam akses/transaksi.

3). Pengetahuan tentang produk Logam Mulia.

4). Pengetahuan tentang Investasi Logam Mulia.

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

2.7. Minat

2.7.1. Pengertian Minat

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan, kehendak atau sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. (Joko Salim, 2010:66). Minat adalah kecendrungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.(Muhibbin Syah, 1999:136).

2.7.2. Indikator Minat

Ada beberapa Indikator minat beli seorang calon Nasabah adalah sebagai berikut: (Feti Rukmanasari, 2017:34).

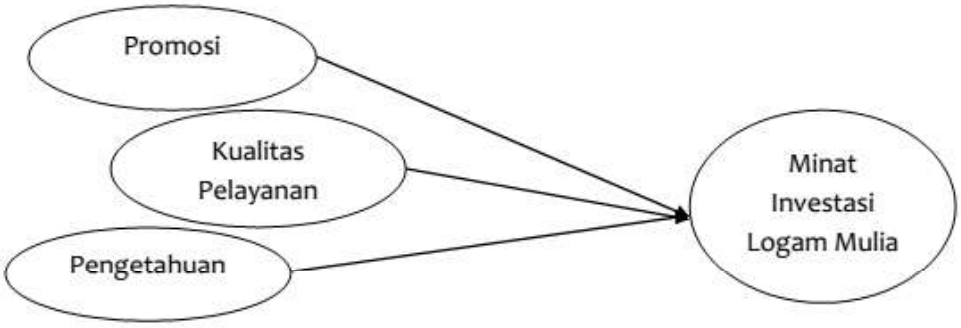
1). *Attention*, yaitu perhatian calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh produser.

2). *Interest*, yaitu ketertarikan calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.

3). *Desire*, yaitu keinginan calon nasabah untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen.

4). *Action*, yaitu calon nasabah melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

2.8. Kerangka Teoritis



3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan data-data yang bersifat angka-angka yang dapat dikuantifikasi. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan umtuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.(Sugiyono, 2012:7)

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat pada tahun 2014- 2018 yang berjumlah 568 nasabah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Qouta Sampling* yaitu sebuah teknik pengambilan sampel dimana elemen populasi dipilih atas pertimbangan penulis serta jumlah sampel sudah ditentukan.(Azuar Juliandi dan Irfan, 2013:58) Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 85 sampel

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiono, 2001:135).

3.4. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. (Singgih Santoso,2000:277)

3.5. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas pada dasarnya digunakan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan dihandalkan. “Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.(Imam Ghozali,2005:48)

3.6. Model Analisi Data

Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum statistik dari data yang diperoleh (populasi atau sampel).Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran demografi responden penelitian (jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, pengeluaran dan lain-lain).(Ridwan, 2005:65)

3.7. Model Analisi Regresi Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. (Imam Ghozali, 2005: 81-110)

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

$$\mathbf{Y = a + b1X_1 + b2X_2 + b3X_3 + e}$$

Keterangan:

Y	: Minat Melakukan Investasi Logam Mulia
α	: Konstanta
$b_1 b_2 b_3$	: Koefisien Regresi
x1	: Promosi
x2	: Kualitas Pelayanan
x3	: Pengetahuan
e	: *Error Term*

3.8. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunkan analisis regresi, maka diperlukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian, Uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi.

3.9. Uji Hipotesis

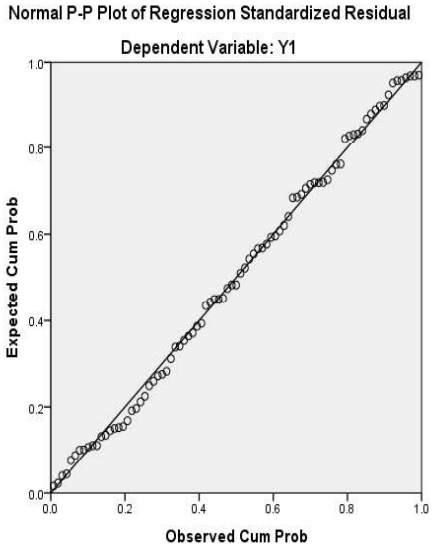
Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relatif mendekati suatu kebenaran yang diharapkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Asumsi Klasik

4.1.1. Uji Normaltas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. (Azuar Juliandi dan Irfan, 2013:169). Data yang baik dan layak digunakan adalah data yang berdistribusi normal. Normalitas ini dapat dilihat dengan menggunakan normal probability plot. Hasil dari normalitas adalah sebagai berikut:



Sumber : Data yang di olah dari SPSS 20, 2019

Dari tampilan Grafik Normal P-P Plot diketahui bahwa bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.3.
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		X1	X2	X3	Y1
85		85	85	85	
Normal Parameters[a,b]	Mean	14.1882	14.5647	14.4471	14.6941
	Std. Deviation	2.45189	2.25962	2.07310	2.19319
Most Extreme Differences	Absolute	.099	.118	.135	.124
	Positive	.086	.109	.112	.121
	Negative	-.099	-.118	-.135	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		.917	1.084	1.241	1.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.370	.191	.092	.145

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2019

Adapun hasil dari pengujian dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah:

X1 = 0,917 > 0,05 maka data residual berdistribusi normal

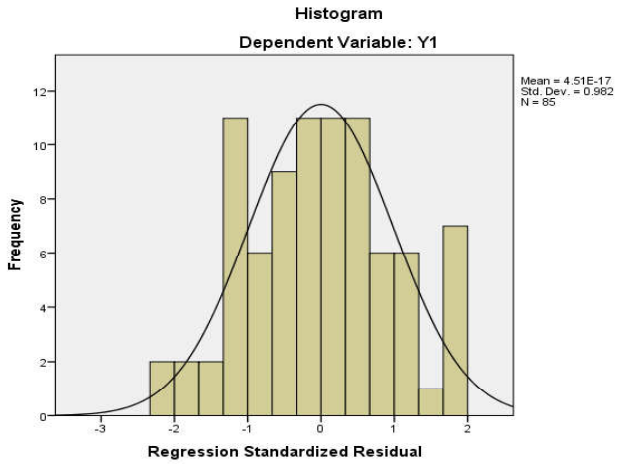
X2 = 1,084 > 0,05 maka data residual berdistribusi normal.

X3 = 1,241> 0,05 maka data residual berdistribusi normal.

Y = 1,145 > 0,05 maka data residual berdistribusi normal.

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

Grafik Histogram



Sumber: Data yang di olah pada SPSS 20, 2019

Berdasarkan grafik histogram terlihat bahwa menyebar secara merata ke kiri dan ke kanan

4.1.2. Uji Linearitas

Tujuan uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang ditetapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang ditentukan, yaitu 5% atau (0,05), maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi bentuk linear.(Anton Bowono, 2006:179). *Out put* analisis tabel ANOVA adalah:

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X1	Between Groups	(Combined)	218.357	11	19.851	7.804	.000
		Linearity	196.358	1	196.358	77.194	.000
		Deviation from Linearity	22.000	10	2.200	.865	.569
	Within Groups		185.690	73	2.544		
	Total		404.047	84			

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X2	Between Groups	(Combined)	212.369	10	21.237	8.199	.000
		Linearity	184.999	1	184.999	71.421	.000
		Deviation from Linearity	27.370	9	3.041	1.174	.324
	Within Groups		191.678	74	2.590		
	Total		404.047	84			

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X3	Between Groups	(Combined)	245.425	9	27.269	12.894	.000
		Linearity	215.038	1	215.038	101.675	.000
		Deviation-from Linear-ity	30.388	8	3.798	1.796	.091
	Within Groups		158.622	75	2.115		
	Total		404.047	84			

Hasil Uji Linearitas menunjukkan nilai koefesien signifikansi dari variabel promosi (X1) sebesar 0,569, kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,324 dan pengetahuan (X_3) sebesar 0,091 yang artinya lebih besar dari alpa yang ditentukan, yaitu 0,05. Ini berarti bahwa hubungan kedua variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linear.

4.1.3. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi (hubungan) antara variabel bebas dalam penelitian ini. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. (Imam Ghozali, 2005: 95). Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel independen	***Tolerance***	**VIF**
Promosi (X_1)	0,584	1,712
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,529	1,890
Pengetahuan (X_3)	0,467	2,099

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2019

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih

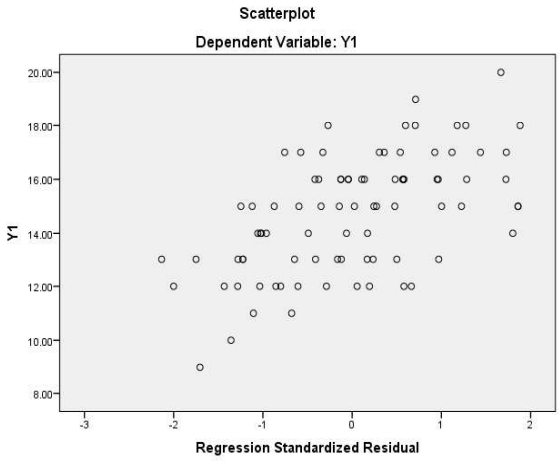
http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

dari 0,1, yang berarti bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

4.1.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. (Sugiyono, 2008: 125-126).

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2019

Berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik pada Grafik Plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi layak di pakai untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap minat investasi Logam Mulia.

1) Uji Autokorelasi

Pemeriksaaan autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson, dimana jika nilai DW diantara -2 sampai 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi. (Danang Sunyoto, 2016:97)

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817[a]	.667	.655	1.28906	2.360

a. Predictors: (Constant)Pengetahuan, Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi Logam Mulia

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 20, 2019

Dari hasil tabel diperoleh nilai DW sebesar 2.360, karena nilai ini berada diantara -2 dan 2, maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi.

4.2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

$$\mathbf{Y = 1.381\ constant + 0.303\ _{(X1)} + 0{,}249\ _{(X2)} + 0.373\ _{(X3)}}$$

Keterangan:

Y	: Minat Melakukan Investasi Logam Mulia
α	: Konstanta
$b_1 b_2\ b_3$	: Koefisien Regresi
x1	: Promosi
x2	: Kualitas Pelayanan
x3	: Pengetahuan
e	: *Error Term*

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std . Error	Beta		
(Constant)	1.381	1.066		1.296	.199
Promosi (X_1)	.303	.075	.339	4.037	.000
Kualitas Pelayanan (X_2)	.249	.086	.256	2.905	.005
Pengetahuan (X_3)	.373	.098	.353	3.797	.000

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi Logam Mulia

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2019

Berdasarkan pada Tabel ditunjukkan sebagai berikut:

1). Nilai konstanta (Y) sebesar 1,381 artinya jika variabel parameter promosi, variabel parameter kualitas pelayanan dan variabel parameter pengetahuan nilainya adalah konstan (tetap), maka variabel minat berinvestasi Logam Mulia (Y) akan berada pada angka 1,381 satuan.

2). Koefisien regresi promosi sebesar 0,303, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan promosi mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka minat berinvesta-

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

si Logam Mulia (Y) juga akan meningkat sebesar 0,303 satuan.

3). Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,249, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka minat berinvestasi Logam Mulia (Y) juga akan meningkat sebesar 0,249 satuan.

4). Koefisien regresi pengetahuan sebesar 0,373, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pengetahuan mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka minat berinvestasi Logam Mulia (Y) juga akan meningkat sebesar 0,373 satuan.

4.3. Uji Hipotesis

4.3.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji dan melihat pengaruh secara parsial bagi promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia dapat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. (Imam Ghozali, 2005:89) Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:.

Tabel 4.8.
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.381	1.066		1.296	.199
Promosi	.303	.075	.339	4.037	.000
Kualitas Pelayanan	.249	.086	.256	2.905	.005
Pengetahuan	.373	.098	.353	3.797	.000

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi Logam Mulia

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2019

Berdasarkan Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1). Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa promosi berpengaruh terhadap minat investasi Logam Mulia dengan menggunakan program SPSS memperoleh nilai sebesar 4.037 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung 0,000 . Berdasarkan ketentuannya jika sig<0,05 (0,000<0,05), ini berarti variabel independen promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat berinvestasi Logam mulia. Artinya hipotesis H1 diterima.

1). Pengujian Hipotesis kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat investasi Logam Mulia dengan menggunakan program SPSS memperoleh nilai sebesar 2.905 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung 0,005 . Berdasarkan ketentuannya jika sig<0,05 (0,005<0,05), ini berarti variabel independen kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat berinvestasi Logam mulia. Artinya hipotesis H2 diterima.

1). Pengujian Hipotesis ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat investasi Logam Mulia dengan menggunakan program SPSS memperoleh nilai sebesar 3.797 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung 0,000 . Berdasarkan ketentuannya jika sig<0,05 (0,000<0,05), ini berarti variabel independen pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat berinvestasi Logam mulia. Artinya hipotesis H_3 diterima.

4.3.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi: promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (*sig*<0,05) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak.(Imam Ghozali, 2005:88).

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269.452	3	89.817	54.052	.000[b]
	Residual	134.595	81	1.662		
	Total	404.047	84			

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi Logam Mulia

b. Predictors: (Constant),Pengetahuan, Promosi, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data yang di olah pada SPSS 20, 2019

Hasil uji F pada perhitungan yang menggunakan SPSS 20, diperoleh F hitung =

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

54.052 dengan nilai signifikan = 0.000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa hipoteis yang menyatakan bahwa promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia diterima.

4.3.3. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi () yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Minat)berinvestasi Logam Mulia. (Imam Ghozali, 2005:87). Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai Adjusted R2

Hasil Uji Determinasi (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817[a]	.667	.655	1.28906

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Promosi, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Minat Berinvestasi Logam Mulia

Sumber: Data yang di olah pada SPPS 20, 2019

Pada Tabel menunjukkan nilai adjusted R2 sebesar 0,655 yang berarti bahwa 65,5% variasi nilai minat berinvetasi Logam Mulia y ang ditentukan oleh tiga variabel yang berpengaruh terhadap minat yaitu promosi, kualitas pelayanan, dan pengetahuan. Sedangkan sisanya (100% - 65,5% = 34,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

5.1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia.

Faktor promosi adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan investasi Logam Mulia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik menggunakan program SPSS 20 memperoleh nilai koefesien regresi promosi sebesar 0,303 dan nilai sig sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuan jika nilai sig<0,05 (0,000<0,05) maka terdapat kontribusi yang signifikan promosi terhadap minat masyarakat melakukan investasi Logam Mulia. Artinya jika promosi melalui hubungan masyarakat ditingkatkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat melakukan investasi Logam Mulia. Promosi dapat menginformasikan atau meningkatkan nasabah. Semakin sering nasabah mendapatkan informasi melalui promosi,maka minat masyarakat juga semakin meningkat.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Sinta Ardhilatul Jannah (2017) yang mengungkapkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat, akan tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan penelitan yang dilakukan oleh Feti Rukmanasari (2017) dan Mandasari yang mengatakan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat.

Menurut Kotler dalam buku Freddy Rangkuti mengatakan promosi adalah kegiatan marketing mix (bauran pemasaran) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi untuk membujuk atau mempengaruhi nasabah agar mereka dapat mengenal produk yang ditawarkan dan mereka menjadi senang lalu mereka membeli produk tersebut. Dalam hal ini promosi merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi Logam Mulia.

5.2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia.

Faktor Kualitas Pelayanan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan investasi Logam Mulia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik menggunakan program SPSS 20 memperoleh nilai koefesien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,249 dan nilai sig sebesar 0,005. Berdasarkan ketentuan jika nilai sig<0,05 (0,005<0,05) maka terdapat kontribusi yang signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat melakukan investasi Logam Mulia. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan di hati nasabah , nasabah yang merasa puas akan mempengaruhi minat untuk datang kembali ke Pegadaian Syariah dan melakukan investasi Logam Mulia.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Sinta Ardhilatul Jannah (2017) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Pengaruh yang tinggi untuk menarik dan meningkatkan minat, akan tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan penelitan yang dilakukan oleh Difa Ikrima Mudzdalifa (2017) yang mengatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain serta kemudahan dalam memenuhi segala kebutuhan mereka. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kesenangan dan kepuasan bagi nasabah. Jika nasabah merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan maka akan mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi Logam Mulia.

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

5.3. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia.

Faktor pengetahuan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan investasi Logam Mulia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik menggunakan program SPSS 20 memperoleh nilai koefesien regresi pengetahuan sebesar 0,303 dan nilai sig sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuan jika nilai sig<0,05 (0,000<0,05) maka terdapat kontribusi yang signifikan pengetahuan terhadap minat masyarakat melakukan investasi Logam Mulia. Artinya jika pengetahuan nasabah tentang investasi Logam Mulia ditingkatkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat melakukan investasi Logam Mulia. Nasabah yang memiliki pengetahuan yang lebih tinggi tentang investasi Logam Mulia akan lebih tertarik melakukan investasi Logam Mulia dibandingkan dengan nasabah yang pengetahuannya kurang.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dila Larantika yang menyatakan adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat, akan tetapi hasil peneitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmanasari (2017) yang mengatakan variabel pengetahuan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat.

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui yang berasal dari pengalaman. Pengalaman individu yang berbeda-beda menyebabkan perubahan persepsi yang berujung pada keputusan terhadap minat

5.4. Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi LogamMulia.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) diketahui bahwa promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F menggunakan program SPSS diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuan jika nilai sig<0,05 (0,000<0,05) maka terdapat kontribusi yang signifikan promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap minat masyarakat melakukan investasi Logam Mulia. Artinya semakin sering promosi dilakukan, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang investasi Logam mulia, dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi Logam Mulia di unit Pegadaian Syariah Langsa Barat

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sinta Ardhilatul Jannah (2017) yang mengungkapkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat dan penelitian yang telah dilakukan oleh Dila Larantika yang menyatakan adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1). Hasil penelitian menunjukkan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS 20 memperoleh nilai koefesien regresi promosi sebesar 0,303 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

2). Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS 20 memperoleh nilai koefesien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,249 dan nilai signifikansi 0,005 < 0,05.

3). Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS 20 memperoleh nilai koefesien regresi pengetahuan sebesar 0,303 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

4). Promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh dan positif signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji stasistik menggunakan program SPSS diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Karim, AdiWarman A. Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Jakarta: PT Grafindo Persadas, 2009.

Antonio, Muhammad Syafi'i. Bank syariah dari tori ke praktik. Jakarta: Gema Insani. 2001

Ali Zainuddin. Hukum Gadai Syariah. Jakarta: Sinar Grafika. 2008.

Burhan, Bungin. Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi. Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana, 2009..

Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. 2005.

Hamali, Y Arif. Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewiraushaan. Jakarta: Prenadamedia group. 2006.

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2

Husin, Umar. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia. 2003.

Indarti, Nurul. Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2014

Juliandi Azuar & Irfan (ed.). Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis, Bandung: Ccitapustaka Media Perintis. 2003

Karim, AdiWarman A. Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Jakarta: PT Grafindo Persadas, 2009.

Bank Islam, Jakarta: PT Grafindo Persadas, 2009.

Kotler, Philip dan Amstrong . Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhalindo. 1997.

Kusnandar. Cara Cerdas Berkebun Emas, Jakarta: Transmedia. 2011.

Nitisemito, Alex S. Manajemen Personalia, Jakarta: Ghaha Indonesia. 2003.

Notoatmodjo, Soekidjo. Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta. 2003.

Rangkuti Freddy. Strategi yang Kreatif dan Analisis kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2009.

Ridwan. Skala Pengukur Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta. 2005

Salim dan Sutrisno Budi (ed.). Hukum Investasi di Indonesia. Jakarta: Rajawali Pers. 2008.

Salim, Joko. 10 Investasi Paling Gampang Dan Paling Aman. Jakarta: Transmedia Pustaka. 2010.

Santoso, Singgih. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik. Jakarta: PT.Elex Media Computindo. 2000.

Sudaryo Yoyo dan Aditya Yudanegara (ed.). Investasi Bank Dan lembaga Keuangan, Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2017.

Sugiyono. Metodologi Penelitian Metodologi Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta. 2001.

_____, Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta. 2008.

_____,.Memahami Penelitian Kualitatif, Cet-8, Bandung: Alfabeta. 2012.

Sunyoto, Danang. Metodologi Penelitian Ekonomi. Bandung: PT. Rafika. 2016.

Syah, Muhibbin. Psikologi Belajar Ciputat: PT. Logos Wacana Ilmu. 1999.

Tjiptono, Fandy. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Depublish.2005.

_____, Strategi Pemasaran Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset. 2017.

Difa Ikrima Mudzdalifa, Pengaruh promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Ssyariah Pasar Telo Yogyakarta), Skripsi Tesis: Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017

Dila Larantika, Minat Masyarakat Terhadap Jual Beli Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Penelitian Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere), Skripsi: Ekonomi dan Bisnis Isllam

Feti Rukmanasai, Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Sudi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang), Skripsi: Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017

Rita Tarore dan Lanny N.A. Lengkey, Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya hTerhadap Kepuusan Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur, Jurnal: Ekonomi dan Bisnis Islam, 2014

Sinta Ardhillatul Jannah, Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim, Skripsi: Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017

http://pegadaian.co.id. diakses pada tanggal 3 Januari 2019.

Perum Pegadaian, Brosur Pegadaian Syariah, (Langsa: Perum Pegadaian).

Dokumentasi Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat

http://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ihtiyath
https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v1i2