

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini terdapat beragam jenis lembaga pembiayaan yang ada di Indonesia, mulai dari kelas tradisional sampai modern. Bahkan semakin berkembang nya zaman ini, banyak Lembaga Lembaga baru yang muncul untuk membantu masyarakat dari kelas bawah, menengah sampai kelas atas. Dan pada akhirnya banyak pulak masyarakat Indonesia yang memutuskan untuk memilih Lembaga mana yang akan dapat membantunya dalam memenuhi kebutuhan akan dana dalam rangka membiayai kegiatan usahanya dan lain sebagainya. Begitupun dengan lembaga keuangan Pegadaian yang tidak mau ketinggalan dalam memberikan layanan mendekati konsumen melalui pembukaan cabang atau unit pegadaian dengan pelayanan yang semakin optimal.

Perusahaan pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas pinjaman dengan jaminan tertentu. Jaminan nasabah tersebut digadaikan dan kemudian ditaksir oleh pihak pegadaian untuk menilai besarnya nilai jaminan. Sementara ini usaha pegadaian secara resmi masih dilakukan pemerintah. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman, cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, dan membawa Kartu Tanda Penduduk (KTP) masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik secara produktif maupun

konsumtif. Disamping itu proses pencairan dana terbilang cepat dan mudah. Pegadaian merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh kebutuhan dana dan pembiayaan. Selain menyediakan layanan gadai pembayaran listrik, telpon, serta kepemilikan kendaraan bermotor dan Logam Mulia (LM) pegadaian juga menyediakan pembiayaan untuk suatu usaha dalam sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Keputusan merupakan salah satu komponen utama dari perilaku nasabah. Keputusan nasabah merupakan tahap demi tahap yang digunakan nasabah ketika membeli barang dan jasa. Keputusan adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan dan tingkah laku setelah melakukan transaksi. Di dalam proses pelaksanaan pegadaian memerlukan kepercayaan terhadap nasabah. Kepercayaan merupakan suatu dasar dalam menjalin suatu hubungan dalam kecenderungan nasabah untuk mempercayai akan keadaan suatu produk dipegadaian. Dan dapat dikatakan bahwa kepercayaan adalah menyetujui pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajiban sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas jasa adalah aspek penting dalam rangka menciptakan keputusan pembelian nasabah. Faktor biaya, waktu menerapkan program, dan pengaruh layanan pelanggan. Sebagai bagian dari proses

implementasi, manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan sebagai bagian dari kebijakan organisasi.

Dan ada salah satu contoh kasus yang membuat peneliti sangat tertarik untuk meneliti di Pegadaian tersebut yaitu ada seorang ibu, bisa dikatakan umurnya sudah berumur kira-kira 40 tahun'an dia mengadaikan barangnya di pegadaian namun barang yang digadaikannya dilelang oleh pihak pegadaian, dia tidak terima dengan kejadian tersebut karena yang dia tahu, bahwa pihak pegadaian akan menghubungi nasabah apabila barang tersebut mau dilelang, dan ternyata pihak pegadaian melakukan sesuai dengan prosedur yang berlaku tetapi nomor yang tertera di surat gade itu sudah tidak aktif lagi. Jadi pihak pegadaian berhak untuk mengambil tindakan dan dijelaskan lah kepada ibu tersebut gimana prosedur yang berlaku dan ibu tersebut baru memahaminya, kemungkinan besar ibu yang baru mengadaikan barang itu bisa jadi, baru pertama kalinya mengadaikan barang jadi wajar saja kalau dia kurang memahami cara-cara atau peraturan yang berlaku di Pegadaian.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan topik kualitas jasa, kepercayaan, dan risiko dan menuangkan ke dalam bentuk skripsi dengan judul : “PENGARUH KUALITAS JASA, KEPERCAYAAN, DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DI PT.PEGADAIAN (Persero) CABANG BINJAI”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka permasalahan yang ingin dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas jasa berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai?
3. Apakah Resiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Binjai?
4. Apakah kualitas jasa, kepercayaan, resiko, berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dirumuskan, maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas jasa terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh resiko terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas jasa, kepercayaan dan resiko terhadap keputusan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Binjai

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat kepada :

Bagi Peneliti:

1. Melatih kemampuan dan keterampilan untuk menyelesaikan suatu masalah dalam bidang Administrasi Bisnis di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Binjai
2. Menumbuhkan sikap disiplin dan tanggung jawab dalam setiap pekerjaan
3. Meningkatkan rasa percaya diri dan mampu berkomunikasi dengan baik

Bagi Perusahaan:

1. Terjalinnnya Kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Binjai
2. Menjalin hubungan dan Kerjasama yang teratur, sehat serta dinamis antara di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Binjai

Bagi Masyarakat:

1. Dapat memberikan informasi dan lebih mengetahui tentang system Kualitas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Binjai
2. Dapat menolong masyarakat tanpa perlu persyaratan yang rumit.

Bagi Akademisi :

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi atau bahan perbandingan terhadap penelitian bagi mahasiswa atau mahasiswi yang akan Menyusun penelitian berikutnya

BAB II TINJAUAN

PUSTAKA

2.1 Pengertian Kualitas jasa

Menurut Wijaya (2018:9) Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan atau atribut-atribut tertentu

Menurut Kotler (2018:14) Jasa adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik.

2.1.2 Karakteristik Kualitas Jasa

Menurut Kotler dalam Wijaya (2018:14) kualitas jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasarannya yaitu:

1. Tidak Berwujud (intangibility). Jasa bersifat tidak terwujud, tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, dicium sebelum jasa itu dikonsumsi. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan mencari tanda atau bukti, jaminan, akan kualitas jasa. Konsumen akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol, dan harga yang mereka lihat.
2. Tidak Terpisahkan (inseparability). Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jasa tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melewati berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi.
3. Berfariasi (variability). Jasa sangat bervariasi, tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan. Perusahaan jasa dapat melakukan tiga Langkah dalam rangka pengendalian mutu. pertama, melakukan investasi untuk menciptakan prosedur prekrutan

dan pelatihan yang baik. Kedua, menstandarisasi proses pelaksanaan jasa diseluruh organisasi.ketiga,memantau kepuasan pelanggan melalui sitem saran dan keluhan,survey pelanggan dan melakukan belanja perbaikan.

4.Tidak tahan Disimpan(perishability).Jasa tidak dapat disimpan,ditahan lama,tidak dapat dikembalikan, atau tidak dapat di jual Kembali setelah digunakan.Jasa sangat abstrak sehingga diperlakukan standar yang jelas

2.1.3 Indikator Kualitas jasa

Menurut Kotler & Keller dalam jurnal Yulianti(2013:167) menyatakan lima indikator kualitas jasa terdiri dari:

1.Reliability(keandalan)

yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.

2.Responsiveness(daya tanggap)

kesedian membantu pelanggan dan memberikan pelayanan tepat waktu.

3.Assurance(jaminan)

yakni pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.

4.Emathy(empati)

yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.

5.Tangibles(bukti fisik/wujud)

meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

2.2 Pengertian Kepercayaan

Didalam kehidupan jika kita sudah yakin dan percaya kepada seseorang, apapun yang ada di dalam diri kita maka kita akan memberitahukannya kepada orang tersebut, dan apabila seseorang itu mengecewakan kita dan tidak menjaga kepercayaan kita dengan baik maka kita akan antisipasi atau waspada kepada seseorang tersebut.

Menurut Moor-man dkk, dalam jurnal Anandita dan Saputra (2015:205) Kepercayaan adalah kemauan seorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya.Kepercayaan merupakan kondisi mental yang

didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil sesuatu keputusan, ia akan memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai

2.2.1 Proses untuk Menumbuhkan Kepercayaan

Beberapa proses yang diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan adalah (Djati & Canon, 1997 dalam, Bruhn, 2003:65) dalam jurnal Ferrinadewi (2004:119) :

1. Proses yang terkalkulasi

Menurut proses ini pihak tertentu yakin pada perilaku positif pihak lain. Ketika manfaat dari perilaku negatif pihak yang sama memiliki konsekuensi biaya yang lebih rendah.

2. Proses Prediktif Kepercayaan menurut proses ini sangat bergantung pada kemampuan pihak tertentu untuk mengantisipasi perilaku pihak lainnya.

3. Proses Kemampuan Proses ini berkaitan erat dengan perkiraan kemampuan pihak lain dalam memenuhi kewajibannya.

4. Proses intensi Menurut proses ini kepercayaan didasarkan pada tujuan dan intensi pihak lain.

5. Proses transfer Kepercayaan menurut proses ini mengacu pada penilaian pihak lain diluar pihak-pihak yang terlibat dalam proses transfer

2.2.2 Indikator Kepercayaan

Menurut Balester et al, dalam Djati dan Ferrinadewi (2005:4) menyatakan bahwa kepercayaan merefleksikan lima indikator yaitu:

1. Integritas

Integritas meliputi kejujuran dan keadaan yang sesungguhnya. Integritas dalam kepercayaan merupakan suatu yang kritical. Tanpa persepsi karakter moral dan kejujuran yang dasar.

2. Kompetensi

Kompetensi merupakan Teknik dan kemampuan dalam berinteraksi membangun kepercayaan. Misalnya, bagaimana mendengarkan seseorang, bagaimana berbicara dan mengucapkan suatu agar terjadi proses kepercayaan

3. Konsistensi

Konsistensi berhubungan dengan sesuatu yang dapat dipercaya tingkat prediksi terhadap seseorang, dan penilaian menangani situasi.

4.Loyalitas

Kemampuan untuk melindungi dan menyelamatkan seseorang dari orang lain. Kepercayaan mempersyaratkan kita tergantung seseorang untuk tidak mencari kesempatan

5.Keterbukaan

Kepercayaan mengharuskan adanya keterbukaan diantara satu dengan yang lainnya. Tanpa keterbukaan tidak mungkin akan terjadi proses kepercayaan.

2.3 Pengertian Resiko

Didalam kehidupan sehari-hari kita terkadang sering kita mendengar istilah “resiko”. Resiko yang kita hadapi sehari-hari bisa berupa banjir pada saat musim hujan, buah-buahan tidak bertumbuh baik pada saat musim panas, tertabrak kendaraan lain saat di jalan, dan dimasa pandemi ini yaitu kita bisa terkena virus covid 19, dan resiko lainnya, yang dapat menyebabkan kita akan menanggung resiko-resiko jika kita tidak mengantisipasi dari awal (Muslih dkk, 2017:1)

Pengertian resiko banyak digunakan dalam berbagai pengertian dan sudah biasa dipakai dalam percakapan sehari-hari oleh kebanyakan orang. Apabila seseorang menyatakan bahwa ada resiko kalau anak yang jauh dari orang tua, bisa jadi anaknya terikut dalam pergaulan bebas, atau tidak bisa menjaga dirinya dengan baik terutama anak perempuan, ada juga kalau anak yang terlalu dikekang oleh orang tua akan menimbulkan keterkejutan dalam dirinya saat dia keluar dari zona tersebut dan lain sebagainya

Beberapa pengertian resiko menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut Arthur Williams dan Richard, M.H., dalam Muslih, dkk (2017, 1) resiko adalah suatu variasi dari hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu.

2. Menurut A. Abas Salim, dalam Muslih, dkk(2017,1) resiko adalah ketidakpastian (uncertainty) yang mungkin melahirkan peristiwa kerugian(loss).

3. Menurut Herman Darmawi, dalam Muslih, dkk(2017,1) resiko adalah probabilitas suatu hasil yang berbeda dengan yang diharapkan.

4. Sri Redjeki Hartono, dalam Muslih, dkk(2017,1) resiko adalah suatu ketidakpastian di masa yang akan datang tentang kerugian.

2.3.1 Sumber-sumber resiko

Menurut Herman Darmawi(2016:30-31) Menentukan sumber resiko adalah hal yang penting karena mempengaruhi cara penanganannya, sumber penyebab resiko atau kerugian dapat diklasifikasikan sebagai

1. Resiko Sosial

Sumber pertama resiko adalah masyarakat, artinya tindakan orang-orang menciptakan kejadian yang menyebabkan penyimpangan yang merugikan dari harapan kita .

2. Resiko Fisik

Ada banyak resiko fisik yang sebagiannya adalah fenomena alam, sedangkan lainnya disebabkan kesalahan manusia.

3. Resiko Ekonomi

Banyak resiko yang dihadapi perusahaan itu bersifat ekonomi. Contoh-contoh resiko ekonomi adalah inflasi, fluktuasi local, dan ketidakstabilan perusahaan individu dan sebagainya.

2.3.2 Jenis-jenis Resiko

Menurut Muslih dkk(2017:9-10) Ada dua jenis resiko, yakni:

1. Resiko Murni

Resiko Murni atau resiko yang apabila terjadi menimbulkan kerugian dan terjadinya tanpa sengaja. Umumnya bisa diasuransikan. Contoh resiko murni : terjadi kebakaran, bencana alam, atau banjir. Jadi resiko yang terjadinya tidak kita inginkan atau tidak kita sengaja

2. Resiko Spekulatif

Resiko Spekulatif adalah resiko yang sengaja ditimbulkan oleh yang bersangkutan, agar terjadinya ketidakpastian memberikan peluang keuntungan kepadanya. Umumnya tidak bisa diasuransikan. Contoh resiko

Spekualatif ini adalah usaha bisnis, misalnya kita menggunakan modal untuk membuka usaha rumah makan

2.3.3 Cara-cara untuk Menghadapi Resiko

Ada 4 cara untuk menghadapi suatu Resiko menurut Muslih dkk (2017:6) yaitu:

1. Reject the Risk Cenderung mengabaikan tantangan untuk menghadapi resiko tersebut dengan harapan resiko tersebut akan hilang
2. Accept the Risk Biasanya pendekatan ini digunakan jika cost yang dibutuhkan untuk melakukan pengontrolan untuk mengurangi resiko akan lebih besar dibandingkan jika resiko itu terjadi
3. Transfer the Risk Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan jika cost untuk melakukan pengontrolan untuk mengurangi resiko lebih besar bila dibandingkan dengan memindahkan resiko tersebut kepada pihak lain, seperti pihak asuransi
4. Mitigate the Risk Mengurangi resiko tersebut dengan management.

2.3.4 Resiko berdasarkan sumbernya

Resiko berdasarkan sumbernya dapat diklasifikasikan kedalam tiga kategori utama Partamihardja (2016:53) :

1. Lingkungan: ketidakpastian yang memengaruhi viabilitas model bisnis(ketika kekuatan eksternal memengaruhi kinerja organisasi atau membuat pilihan menurut strategi, operasi, hubungan klien, struktur organisasi atau ketidakefektifan pendanaan)
2. Resiko Proses: ketidakpastian yang memengaruhi pelaksanaan model bisnis(muncul ketika proses internal tidak mencakup tujuan yang diterapkan)
3. Resiko informan untuk pembuatan keputusan : ketidakpastian terhadap relevansi dan reliabilitas informasi yang mendukung keputusan pembuatan nilai(muncul Ketika informasi yang digunakan untuk mendukung keputusan bisnis bersifat tidak lengkap, tidak aktual, tidak akurat dan tidak liabel dan juga tidak relevan untuk membuat keputusan).

2.3.5 Indikator Resiko

Menurut Flanagan dan Norman(1993) yang dikutip dari Surya Ningsih(2017:32) untuk dapat mengenali resiko secara komprehensif dapat dilakukan dengan mengenali dari:

- 1.Sumbernya (source) adalah kondisi-kondisi yang dapat memperbesar kemungkinan terjadinya resiko
- 2.Kejadiannya (event) ada lah peristiwa yang menimbulkan pengaruh.
- 3.Akibatnya (effect) yang sifatnya dapat merugikan dan menguntungkan
- 4.Menahan resiko(risk retention) adalah Tindakan ini dilakukan karena dampak dari suatu kejadian yang merugikan masih dapat diterima (acceptable).
- 5.Mengurangi resiko(risk reduction) adalah mengurangi resiko dilakukan dengan mempelajari secara mendalam resiko tersebut dan melakukan usaha-usaha pencegahan pada sumber resiko atau mengkombinasikan usaha agar resiko yang diterima tidak terjadi secara simultan.

2.4 Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan adalah suatu masalah yang akhirnya dapat diterima oleh pihak A dan B tanpa menimbulkan Konflik dan tidak menimbulkan kerugian. Keputusan juga dapat diartikan sebagai suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah.

Keputusan nasabah merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan nasabah adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan

Sebuah keputusan tidak mungkin dapat dibentuk begitu saja. Harus ada tahapan-tahapan yang mendahului dalam proses pembuatan keputusan tersebut agar tidak terjadi penyesalan di kemudian hari. Keputusan nasabah yang dilakukan sangat bervariasi, ada yang sederhana dan kompleks.

2.4.1 Proses Pengambilan Keputusan Nasabah

Menurut Prasetijo & Ihalauw (2005:227) Ada tiga pemecahan masalah dalam mengambil keputusan:

1. Pemecahan masalah yang mensyaratkan respons yang rutin
2. Pemecahan masalah dengan proses yang tidak berbelit-belit (terbatas)
3. Pemecahan masalah yang dilakukan dengan upaya yang lebih berhati-hati dan penuh pertimbangan (pemecahan masalah yang intensif)

2.4.2 Indikator Keputusan Nasabah

Menurut Lamb et al (2001:188) dalam kutipan Anik Widati (2017:4) Proses keputusan pembelian melewati lima tahap yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan
Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Proses pembelian oleh konsumen diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal.
2. Pencarian Informasi
Konsumen secara sadar atau tidak, akan mencari informasi, jika motivasinya kuat dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harganya yang terjangkau, mungkin ia akan membelinya. Jika tidak barangkali konsumen hanya dapat mengingat kebutuhan tersebut atau mencari informasi sebatas yang berkaitan dengan kebutuhannya.
3. Evaluasi Alternatif
Cara konsumen memproses informasi untuk sampai pada pemilihan merk disebut evaluasi alternatif. Evaluasi umumnya mencerminkan keyakinan dan sikap yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka

4. Keputusan membeli Pada tahap evaluasi konsumen Menyusun peringkat merk dan membentuk tujuan pembelian. Biasanya keputusan pembelian konsumen akan menetapkan untuk membeli merk yang paling diminati. Ada dua factor yang dapat muncul diantara tujuan pembelian dan keputusan untuk membeli
5. Tingkah laku Pascha Pembelian Setelah melakukan pembelian suatu produk, konsumen dapat memperoleh kepuasan atau sebaliknya merasa kecewa dengan produk yang dibeli. Kondisi ini akan berpotensi membentuk perilaku pembelian pada minat konsumen terhadap produsen atau penjual. Faktor penyebab kepuasan atau kekecewaan di pihak konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan citra produk yang didupatkannya.

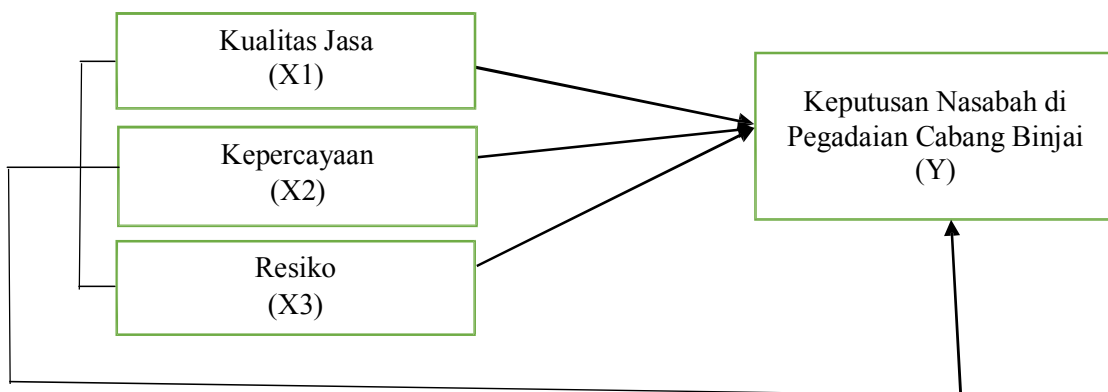
2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Variable	Hasil
1.	Emma Yulianta	2013	X1: Peran Kualitas Jasa Y : Keputusan dan Loyalitas nasabah di pegadaian Syariah di Surabaya	Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian adalah kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan nasabah PT.pegadaian Syariah di Surabaya dan pengaruh nya positif
2.	Daulay	2014	X1: Kualitas Pelayanan Y:Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah	Hasil dalam penelitian ini memperlihatkan variabel bagi hasil lebih besar pengaruhnya terhadap variabel keputusan menabung nasabah
3.	Zulfa	2018	X1:Resiko X2:Kualitas Situs Web X3:Kepercayaan Konsumen Y:Keputusan nasabah di pegadaianSyariah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebab utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah

			palangkaraya	kepercayaan konsumen yang mana hal tersebut ditandai akan keyakinan dan kemampuan dalam menyediakan barang yang butuhkan, keyakinan untuk selalu mengutamakan konsumen, keyakinan dalam menepati menyediakan barang yang berkualitas tinggi
--	--	--	--------------	---

2.6 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Dari kerangka penelitian di atas, maka dapat dibuat persamaan matematisnya sebagai berikut:

$$= \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah di Pegadaian Cabang Binjai

X1 = Kualitas Jasa

X2 = Kepercayaan

X_3 = Resiko

e = Standar eror

$\beta_0 \beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi yang hendak dicari

2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Sekaran(2005) dalam buku Noor(2011:79) mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian

1. Kualitas Jasa

H_0 :Kualitas jasa tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai

H_1 : Kualitas jasa berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai

2. Kepercayaan

H_0 :Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Binjai

H_1 :Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT. Pegadaian (Persero)Cabang Binjai

3. Resiko

H_0 :Resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian(Persero) Cabang Binjai

H1 :Resiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian(Persero) Cabang Binjai

4. Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Resiko

H₀ :Kualitas jasa,Kepercayaan dan Resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian(Persero) Cabang Binjai

H1 :Kualitas jasa,Kepercayaan dan Resiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah di PT.Pegadaian(Persero) Cabang Binjai

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di pakai adalah metode penelitian kuantitatif metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini adalah tentang pengaruh kualitas jasa, tingkat kepercayaan, dan tingkat resiko terhadap keputusan nasabah di Pegadaian(Persero) Cabang Binjai

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian ini di lakukan di PT.Pegadaian(persero) Cabang Binjai

Tabel 3.1

Jadwal Kegiatan Penelitian Dan Penulisan Skripsi

NO	KEGIATAN	WAKTU KEGIATAN																															
		Feb-21				Mar-21				Apr-21				Mei-21				Jun-21				Jul-21				Agu-21				Sept-21			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■																														
2	ACC Judul			■	■																												
3	Persetujuan Pembimbing					■	■																										
4	Penyusunan Proposal									■	■	■	■																				
5	Bimbingan Proposal												■	■	■	■	■																
6	Seminar Proposal																																
7	Revisi Proposal																																
8	Pengumpulan Data																																
9	Pengolahan dan Analisis Data																																
10	Bimbingan Skripsi																																
11	Periksa Buku																																

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Corper,Donald,R; Schindler,PamelaS(2003) dalam buku Sugiono (2019:126) menyatakan bahwa “population is totalcollection of element about which we wish to make some inference...A population element is the subject on which the measurement is being taken.It is the unit of study”. Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.

Berdasarkan Penelitian Populasi dalam metode penelitian yang dilakukan adalah Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT.Pegadaian(persero) Cabang Binjai. Dengan jumlah populasi 4260 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang dapat diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Atau dapat dikatakan sampel adalah sebuah miniature dari populasi. Meskipun demikian sampel tidak selalu dapat menggambarkan populasi secara sempurna.

Adapun Teknik untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e² = Presentasi kesalahan sampel diinginkan

$$n = \frac{N^2 e^2}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{N^2 e^2}{1 + N e^2}$$

$$n = 97.7$$

$$n = 98$$

3.4 Jenis & Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data ada 2 yaitu: Data Primer dan Data Sekunder

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau orang yang bersangkutan yang memerlukannya. Data Primer ini dikumpulkan melalui data :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

2. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit/kecil.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka(face to face) maupun dengan menggunakan telepon.

3. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian. Observasi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Biasanya data sekunder ini diperoleh dari dokumentasi, video, perusahaan dan laporan dari penelitian terdahulu

3.5 Definisi Operasional

Menurut Sekaran(2006) dalam buku Noor(2011:97) Definisi Operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi(indikator) dari suatu konsep/variabel. Dimensi(indikator) dapat berupa: perilaku, aspek, atau sifat/karakteristik.

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukuran
Kualitas jasa (X1) (Teori Kotler 2012:14)	Jasa adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain,yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik	1. Tangiable 2.Kehandalan 3.Daya tangkap 4.Jaminan 5.Empati	Likert
Kepercayaan (X2) (Teori Zikmund,2003:72)	Kepercayaan nasabah adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuain yang dirasakan antara harapan dan kinerja actual produk dalam pemakaiannya.Kepercayaan pelanggan merupakan evaluasi purna jual beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya atau melebihi harapan pelanggan.	1.Integritas 2.Kompetensi 3.Konsistensi 4.Loyalitas 5.Keterbukaan	Likert
Resiko (X3) Sri Redjeki Hartono,2017:1)	Resiko adalah suatu ketidakpastian dimasa yang akan datang tentang kerugian	1.Sumbernya 2.Kejadiannya 3.Akibatnya 4.Menahan Resiko 5.Mengurangi Resiko	Likert

Keputusan Nasabah (Y) (Teori Kotler dan Armstrong,2006:226)	Keputusan nasabah merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan nasabah adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan	1.Pengenalan Kebutuhan 2.Pencarian Informasi 3.Evaluasi Alternatif 4.Keputusan Membeli 5.Tingkah laku Pascha Pembelian	Likert
--	--	--	--------

3.6 Analisis Data

Analisis Data adalah suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Secara umum penulis dapat menguji instrumen yang telah disusun, yaitu menguji keandalan dan validitas pengukuran. Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk mendapatkan atau mengumpulkan data. Tentunya dalam penyusunan sebuah kuesioner harus benar-benar dapat menggambarkan tujuan dari penelitian tersebut (valid) dan juga dapat konsisten bila pertanyaan tersebut dijawab dalam waktu yang berbeda (reliabel).

Dalam penelitian ini, kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Noor (2011:128) menyatakan bahwa “skala likert merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan”. Skala likert merupakan salah satu teknik pengukuran sikap yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam pembuatan skala likert, periset membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Noor (2011:132) bahwa “uji validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang di ukur”. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah koesioner yang di susun tersebut itu valid/sahih, maka perlu di uji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total koesioner tersebut jika:

1. $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka dikatakan valid

2. $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dikatakan tidak valid

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Merupakan alat ukur untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu untuk mengukur reliabilitas dari instrument penelitian ini dilakukan dengan Cronbach's Alpha $> 0,70$. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode one shot dimana pengukuran dilakukan hanya satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi dengan jawaban. Dalam pengukurannya one shot akan dilakukan dengan Analisa Cronbach's Alpha

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan terlebih dahulu diadakan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik dalam asumsi klasik terdapat pengujian yang harus dilakukan Uji Normalitas, Uji Heterosodastisitas, Uji Multikolinearitas. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik normal

probability plot. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear

3.6.2.3 Uji Multikolinearitas

Adalah keadaan dimana antara 2 variabel independent atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Pengujian ini dibantu software pengolah data.

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Pada regresi berganda terdapat suatu variabel terikat dan lebih dari suatu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah pengaruh kepercayaan kemudahan. Model hubungan variabel dalam penelitian ini disusun dalam persamaan atau fungsi sebagai berikut:

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

Keterangan

Y = Variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah

X1 = Kualitas Jasa

X2 = Kepercayaan

X3 = Resiko

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien Regresi

e = Variabel Pengganggu

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan hipotesis benar, uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan Hipotesis

A. H_0 : Tidak ada pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

H_1 : Ada pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

B. H_0 : Tidak ada pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

H_1 : Ada pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

C. H_0 : Tidak ada pengaruh Resiko terhadap Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

H_1 : Ada pengaruh Resiko terhadap Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

2. Menentukan nilai t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% , tingkat kesalahan p value 5 % = 0,05 dan tingkat kebebasan (df)=(n-2)

3. Menarik Kesimpulan

H_0 diterima, H_1 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak, H_1 diterima apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

3.6.4.2 Uji F(Pengujian Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama(simultan) terhadap variabel yang terikat, Langkah-langkah sebagai berikut:

H_0 :Tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas Kualitas jasa, Kepercayaan dan Resiko terhadap variabel terikat Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

H_1 :Ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas Kualitas jasa, Kepercayaan dan Resiko terhadap variabel terikat Keputusan Nasabah di PT.Pegadaian Cabang Binjai

Menentukan nilai F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%tingkat kesalahan p value 5 % = 0,05 dan tingkat kebebasan (df)=(n-2)

Menarik kesimpulan

H_0 diterima, H_1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak, H_1 diterima apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

3.6.5 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi(R^2) yang dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi(R^2) antara 0(nol) dan 1(satu). Jika nilai range koefisien determinasi semakin mendekati angka 1 maka variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh besar. Sebaliknya, jika R^2 mendekati nol maka variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh yang kecil atau sama sekali tidak berpengaruh.