

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia globalisasi saat ini menyebabkan terjadi perubahan yang begitu cepat di dalam dunia bisnis, perubahan tersebut dilakukan agar tujuan organisasi dapat tetap *exist* dan bahkan dapat meningkatkan prestasi bisnisnya. Berbagai bidang perekonomian yang bersangkutan dengan keuangan menjadi suatu kebutuhan yang tidak terelakkan. Lembaga keuangan yang lebih berkaitan dengan pemenuhan dana yang digunakan untuk melakukan aktivitas produksi, merupakan sumber perekonomian di dunia modern saat ini. Lembaga keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangan pesat selama dekade terakhir ini. Pegadaian Syari'ah merupakan salah satu bentuk dari Lembaga Keuangan Syari'ah pada saat ini tumbuh dengan cepat dan menjadi bagian dari kehidupan keuangan di dunia Islam.

Pegadaian Syari'ah adalah unit syari'ah dari Perum Pegadaian, atau suatu Lembaga Keuangan milik pemerintah yang menjalankan usahanya dengan sistem gadai. Pegadaian Syari'ah yang baru didirikan pada akhir 2003 mengalami imbas dari kemajuan ekonomi Islam. Yaitu mampu mempunyai 27 cabang di kota-kota besar di Indonesia dan mengalami kenaikan yang signifikan dari segi omzetnya dalam waktu yang relatif singkat, yaitu mengalami kenaikan sebesar 128,84% dalam jangka waktu satu tahun dari mulai berdirinya Pegadaian Syari'ah.¹

Pegadaian Syari'ah mempunyai beberapa produk jasa antara lain, *Ar-Rahn* yaitu skim pinjaman (pembiayaan) untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai Syari'ah Islam dengan agunan berupa perhiasan emas, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor.

¹ Hermawan Kartajaya dan Muahammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Jakarta: Mizan, 2006, hal: 206

Nasabah hanya akan dibebani biaya administrasi, biaya jasa simpanan dan pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*). Produk *ar-rum*, yaitu skim pembiayaan untuk memenuhi keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran dengan agunan BPKB motor atau pun mobil.²

Pegadaian Syari'ah ini di Indonesia keberadaannya sudah memasuki tahun ke-7, sejak diluncurkan pada Januari 2003. Beberapa kemajuan sudah dicapai meskipun sudah tentu tidak terlepas dari kekurangan. Namun, secara umum perkembangannya cukup menggembirakan bagi lembaga keuangan Syari'ah di Indonesia. Perkembangan Pegadaian Syari'ah sampai akhir Februari 2009, jumlah pembiayaan mencapai Rp 1.6 trilyun dengan jumlah Nasabah 600 ribu orang; kantor cabang berjumlah 120 buah, meskipun kondisi ini masih lebih kecil dibandingkan dengan kantor cabang Pegadaian Konvensional yang berjumlah 3.000 buah, yang berarti baru 4% saja. Diharapkan pada tahun 2009 ini mengalami peningkatan.³

Kondisi ini juga terjadi di Semarang, dimana perkembangan Pegadaian Syariah meningkat signifikan setiap tahunnya. Menurut kepala humas Perum Pegadaian Kanwil Semarang, Ambardi, Pegadaian Syariah Semarang berdiri tahun 2003, telah menyalurkan kredit setiap tahunnya: tahun 2003 sebesar Rp 525 juta, tahun 2004 sebesar Rp 5,1 miliar, tahun 2005 sebesar Rp 7,5 miliar, tahun 2006 sebesar Rp 18,4 miliar, tahun 2007 sebesar Rp 48 miliar, dan tahun 2008 menyalurkan kredit sebanyak Rp 83,37 miliar. Data tersebut menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Semarang mampu menarik perhatian masyarakat, sehingga jumlah nasabah meningkat dari tahun ke tahun. Akan tetapi Pegadaian Syariah dibandingkan Pegadaian Konvensional di Semarang masih ketinggalan, karena Pegadaian Syariah yang baru berdiri tahun 2003 dan baru memiliki kantor yang minim dibandingkan dengan kantor cabang Pegadaian Konvensional di kota

² Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syari'ah*, Jakarta, Salemba Diniyah, 2003, Hal: 61

³ Harian Republika, 16 Februari 2009

Semarang yang berjumlah 9 kantor cabang.⁴ Hal itu menunjukkan, bahwa Pegadaian Syariah Cabang Semarang masih ketinggalan dengan Pegadaian Konvensional Cabang Semarang.

Melihat fenomena di atas, maka Pegadaian Syariah Cabang Semarang perlu melakukan strategi dalam rangka memuaskan konsumen secara terencana dan terpadu. Karena konsumen yang puas terhadap produk tentu cenderung untuk membeli kembali produk tersebut pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Sementara pembelian ulang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Selanjutnya konsumen yang puas tersebut dimungkinkan untuk mempengaruhi lingkungannya untuk membeli produk yang telah memuaskannya. Keadaan ini akan sangat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya.⁵

Maka langkah untuk memuaskan konsumen dengan strategi membangun kepercayaan dalam benak konsumen. Untuk membangun kepercayaan nasabah, Pegadaian Syari'ah perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan selalu meningkatkan kualitas produk demi kepercayaan nasabah. Karena Nasabah yang percaya terhadap produk tentu cenderung untuk membeli kembali produk tersebut pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah merupakan faktor kunci bagi nasabah dalam melakukan pembelian ulang. Sementara pembelian ulang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Selanjutnya nasabah yang percaya tersebut dimungkinkan untuk menjadikan partner dan juga nasabah bersedia untuk menempatkan diri dalam resiko.

Hal ini menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dan kualitas produk yang akan mendatangkan

⁴ [BPS](#) dan BAPPEDA Kota Semarang, *Laporan Kota Semarang Dalam Angka 2005*, h. 490 – 508.

⁵ Asmai Ishak, "Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya", *Jurnal Siasat Bisnis*, Edisi I Vol. 3, (Nopember 1996), h. 6

tingkat kepuasan yang akhirnya berdampak pada kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha dikarenakan kepercayaan akan membuat loyalitas nasabah meningkat. Nasabah yang mempunyai kepercayaan yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain, dan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko yaitu ketika terdapat hal-hal yang tidak mereka sukai akan memberitahukan kepada penyedia jasa dan tidak memberitahukannya kepada pihak lain. Kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan dan kualitas produk akan berpengaruh pada kepuasan nasabah yang akhirnya akan berdampak pada kepercayaan nasabah pada penyedia jasa tersebut.

Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang membutuhkan strategi yang jitu, guna mempertahankan eksistensi Pegadaian Syari'ah tersebut dalam upaya mewujudkan hubungan antara Pegadaian Syari'ah dengan nasabah agar terjalin secara kontinyu. Melihat hal di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH PADA PEGADAIAN SYARI'AH CABANG MAJAPAHIT SEMARANG"

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ekonomi Islam.
2. Bagi lembaga yang diteliti adalah dalam rangka pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan dapat digunakan sebagai dokumen ilmu dan bahan pemecahan masalah yang serupa bagi pihak yang berkepentingan.
4. Bagi peneliti lain dapat sebagai bahan informasi untuk penelitian yang akan datang.
5. Bagi masyarakat secara umum adalah dapat sebagai bahan pertimbangan untuk menggunakan produk dari Pegadaian.

1.4. Metode Penelitian

1.4.1 Jenis Sumber Data

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan, karena data-data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung dari nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh oleh pengumpul data. Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁶ Data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang sebagai obyek penelitian yang terpilih, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

1.4.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Jika populasi sangat besar maka perlu dilakukan pengambilan sampel (*sampling*). Ide dasar dari pengambilan sampel adalah dengan memilih bagian dari elemen populasi, sehingga kesimpulan tentang keseluruhan populasi dapat diperoleh. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang adalah 1200 nasabah.

Dalam pengambilan sampel ini peneliti menghindari pelanggan baru atau yang belum pernah sama sekali menjadi nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang. Yaitu nasabah yang sudah pernah bertransaksi sebelumnya di Pegadaian Syari'ah Cabang

⁶ Prof. Dr. Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2008. Hal: 225

⁷ Prof. Dr. Sugiono, *Ibid*, Hal: 80

Majapahit Semarang. Yaitu 60% dari jumlah nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang $1200 \times 60\% = 720$ nasabah.

Dikarenakan jumlah yang sangat besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu yaitu 10 – 15% jika jumlah populasi cukup besar atau lebih dari 100.⁸

$720 \times 15\% = 108$ nasabah

Untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data, maka peneliti membulatkan sampel dari 108 menjadi 110 sampel. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam menggunakan sampel adalah *sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁹ Yaitu setiap nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti.

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data

1.4.3.1 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti untuk memperoleh data, angket disebarkan kepada responden (orang-orang yang menjawab tadi yang diselidiki) untuk diisi, terutama pada penelitian survey.¹⁰ Responden di sini adalah nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sehingga hasil isian dari responden merupakan

⁸ Prof.Dr.Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. PT.Rineka Cipta, 2006. Hal: 134

⁹ Prof. Dr. Sugiono, *Op Cit*, Hal: 85

¹⁰ Drs. Cholid Narbuko. *Metodologi penelitian*. Jakarta. Bumi Aksara. 2009. Hal:76

tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang diajukan dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

Instrumen kuesioner harus diukur validitas dan reliabilitas datanya, sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid. Reliabilitas instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.¹¹ Instrumen kuesioner ini kemudian dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun dependen.

1.4.3.2 Dokumen

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, traskrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.¹² Dalam hal ini data mengenai Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit yang dapat menggambarkan keadaan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang yang dapat dijadikan sebagai referensi.

1.4.3.3 Wawancara

Metode wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.¹³ Wawancara dilakukan kepada pihak manajemen Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang sebagai salah satu pendukung dalam memperkuat data.

¹¹ Prof. Dr. Sugiyono. *Op Cit*, Hal:121

¹² Prof.Dr.Suharsimi Arikunto, *Loc Cit*, hal:231

¹³ Prof. Dr. Sugiono, *Op Cit*, Hal: 231

1.4.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
- Kualitas pelayanan	- Adalah suatu konsep secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu jasa, ¹⁴ yaitu perbandingan terhadap keterandalan (<i>excelince</i>) dalam servise encounter yang dilakukan pada konsumen dengan menggunakan prinsip etika bisnis islam.	- Jujur - Amanah - Tidak menipu - Menepati janji - Murah hati - Tidak melupakan akhirat
- Kualitas produk	- Apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. ¹⁵ Layanan jasa serta produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syari'ah kepada Nasabah	- Keandalan - Responsif - Bentuk nyata
- Kepercayaan nasabah	- Keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi	- Melakukan transaksi ulang (pembelian ulang) - Menolak produk

¹⁴ Ratminto, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2005, Hal:175

¹⁵ Taufiq Amir. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi Dan Rasakan*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta. 2005. Hal: 8

	yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. ¹⁶ Sikap kepercayaan nasabah terhadap Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.	pesaing - Melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko
--	--	---

Dari pengembangan instrumen penelitian tersebut, kemudian disusun beberapa item pertanyaan kuesioner. Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden melalui pertanyaan yang diajukan, dengan menggunakan skala likert. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan titik tolak menyusun item-item pertanyaan. Interval skala likert yang digunakan menunjukkan nilai atau skor.

Skala likert Instrumen

Variabel	Alternatif Jawaban	Skor
- Kualitas pelayanan	Sangat setuju	5
	setuju	4
	Sedang	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1
- Kualitas produk	Sangat setuju	5

¹⁶ Taufiq Amir. *Ibid.* Hal:62-63

	setuju	4
	Sedang	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1
- Kepercayaan nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang	Sangat setuju	5
	setuju	4
	Sedang	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1

1.4.5 Teknik Analisa Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan:

1.4.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat di mana suatu alat pengukur, mengukur apa yang seharusnya diukur. Data penelitian tidak akan berguna apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tersebut tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Teknik korelasi yang digunakan adalah *product moment*

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (y).

X : Skor setiap item.

Y : Skor total.

n : Jumlah responden.

1.4.5.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu untuk mengetahui hasil penelitian pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan.¹⁷

Penelitian yang digunakan pada koefisien tersebut dikenal dengan rumus *spearman brown prophecy* :

$$r_1 = \frac{2rb}{1+rb}$$

Keterangan :

r₁ : Reliabilitas internal seluruh instrument.

rb : Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

1 & 2 : Bilangan konstan.¹⁸

1.4.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan metode regresi berganda, maka ada beberapa syarat yang harus dipenuhi.

¹⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Loc Cit*, hal: 122-123

¹⁸ Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII press. 2005. Hlm 156-160

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.¹⁹

2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi.²⁰

3. Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.²¹ Dilakukan dengan pengujian terhadap nilai uji *Durbin Watson (Uji DW)*

Pengukuran Autokorelasi

DW	Kesimpulan
Kurang dari 1,08	Ada Autokorelasi
1,08 -1,66	Tanpa kesimpulan
1,66 – 2,34	Tidak ada autokorelasi
2,34 – 2,92	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,92	Ada Autokorelasi

¹⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : UNDIP, 2005, hlm. 91.

²⁰ Imam Ghazali, *Ibid*, hlm. 95.

²¹ Imam Ghazali, *Ibid*, hlm. 110.

1.4.5.4 Regresi Linier Berganda

Untuk menjawab permasalahan apakah kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang digunakan analisis regresi linier berganda.

Rumus yang dipakai : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Keterangan :

Y : Kepercayaan nasabah Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

X1: Kualitas pelayanan.

X2: Kualitas produk.

a : Nilai intersep (konstanta).

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi.

Sebelum melakukan pengujian signifikan dapat dicari terlebih dahulu nilai R (korelasi berganda) yaitu X1, dan X2 terhadap Y. Untuk menguji apakah X1, dan X2 secara parsial berpengaruh terhadap Y, maka dilakukan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

b : Koefisien regresi.

Se: Standar *error*.

Untuk menguji apakah X1, X2, secara simultan berpengaruh terhadap Y maka dilakukan uji F dengan rumus :

$$f = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R² : Koefisien determinasi.

k : Jumlah variabel independen.

n : Jumlah responden.

1.5.5.1 Kriteria Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

H₀ diterima : Apabila t hitung < t tabel berarti bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

H₀ tidak dapat diterima : Apabila t hitung > t tabel berarti bahwa kualitas pelayanan, dan kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

H₀ diterima : Apabila F hitung < F tabel, berarti bahwa kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

H₀ tidak dapat diterima : Apabila F hitung > F tabel, berarti bahwa kualitas pelayanan, dan kualitas produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memahami masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka penulis mendeskripsikan sesuai dari urutan bab I sampai bab V secara global sebagai berikut:

- I. Bab I : Berisi tentang pendahuluan yaitu Latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, sistematika penulisan.
- II. Bab II: Berisi tentang pembahasan umum tentang topik atau pokok bahasan yaitu pengertian kualitas pelayanan, pengertian kualitas produk, dan pengertian kepercayaan, kerangka pikir, hipotesis, penelitian terdahulu.
- III. Bab III: Berisi tentang gambaran umum objek penelitian yaitu gambaran umum Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, strukrur organisasi Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, Visi misi dan nilai-nilai Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, Produk dan Jasa Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, karakteristik responden, diskripsi data responden.
- IV. Bab IV: Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yaitu hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji simultan dan hasil uji partial
- V. Bab V: Berisi tentang penutup yaitu kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran, dan penutup.