

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG PEGADAIAN SYARIAH (KCPS) DENPASAR

Siti Hadijah

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: siti_hadijah54@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, dan (2) faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar tahun 2014 dengan sampel sebanyak 98 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan analisis faktor melalui program SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, yaitu faktor tampilan fisik sebesar 67,138%, empati sebesar 20,960%, keandalan sebesar 6,889%, ketanggapan sebesar 2,919%, dan jaminan sebesar 2,094%. Faktor tampilan fisik menjadi faktor paling dominan karena memiliki *variance explained* tertinggi sebesar 61,798%, artinya faktor tampilan fisik mampu menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar sebesar 67,138%.

Kata kunci: faktor menggunakan jasa, Pegadaian Syariah

Abstract

This research is aimed to know (1) the factors that influence a customer's decision to using service in the Sharia Pawnshop KCPS Denpasar, and (2) dominant factors influencing the customer's decision to using service in the Sharia Pawnshop KCPS Denpasar. This population of research was all customers who use the services of Sharia Pawnshop KCPS Denpasar in 2014 with 98 respondents. This research used a nonprobability technique sampling with accidental sampling method. The collected data was using questionnaires and analyzed by factor analysis with SPSS 16.0. The results showed are five factors that influence customer's decision to using service in the Sharia Pawnshop KCPS Denpasar. They were factor of the physical appearance with 67.138%, factor of empathy with 20.960%, factor of reliability with 6.889%, factor of responsiveness with 2.919%, and factor of the collateral with 2.094%. Factors of the physical appearance was the most dominant factor because it has the highest explained variance of 61.798%, which means that factor of the physical appearance able to explain the decisions of customers using service in the Sharia Pawnshop KCPS Denpasar with 67.138%.

Keywords: The factors to using services, Sharia Pawnshop

PENDAHULUAN

Salah satu sistem perekonomian yang menunjukkan kestabilan terhadap kekacauan keuangan global yang terjadi saat ini adalah sistem ekonomi syariah. Menurut Abdullah dan Chee (2010), satu model keuangan yang menolak pembayaran bunga justru mencatat pertumbuhan dua digit meyakinkan, bahkan di tengah krisis ekonomi dunia akhir-akhir ini. Meskipun masih kecil dibandingkan dengan keuangan konvensional, keuangan syariah berada di ambang ekspansi penting. Pertumbuhan rata-ratanya mencapai 15-20 persen per tahun. Menurut *The Economist*, aset kelolaan syariah akan meningkat menjadi US\$ 1 triliun pada 2010 dari US\$ 700 miliar pada 2008. Sulit bagi siapapun untuk tidak memperhatikan kebangkitan keuangan syariah dewasa ini.

Sistem keuangan syariah mulai muncul di Indonesia sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1991, setelah itu disusul oleh bank-bank lainnya, termasuk BPR Syariah serta Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Untuk mendukung perkembangan perbankan syariah di Indonesia pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008. Oleh karena itu, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan perbankan nasional yang sebagian besar memiliki unit ataupun cabang syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, Bank tabungan Negara (BTN) Syariah, The Hongkong and Shanghai Banking Corporation (HSBC) Syariah, unit syariah Bukopin, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah dan sebagainya.

Selain perbankan syariah, lembaga keuangan syariah lainnya yang berkembang sejak dua dekade terakhir yaitu Bank Pekreditan Rakyat (BPR) Syariah serta Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang dikenal juga dengan nama Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Di tahun 2014 ini jumlah BMT di Indonesia tercatat sekitar 3.200 buah, aset mereka

bisa tumbuh mencapai Rp. 2,8 triliun. Untuk mempercepat perkembangan koperasi syariah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2008 menyediakan dana sebesar Rp. 250 miliar.

Perkembangan produk-produk berbasis syariah yang kian marak di Indonesia berpengaruh juga pada perkembangan bisnis PT Pegadaian (Persero). Oleh karena itu, PT Pegadaian (Persero) juga mengeluarkan produk baru berbasis syariah yang disebut dengan Pegadaian Syariah. Landasan hukum berdirinya Pegadaian Syariah adalah PP Nomor 103 Tanggal 10 Nopember 2000 serta Fatwa DSN No 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn. Keberadaan Pegadaian Syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan seperti Bank Syariah, Asuransi Syariah, dan lain-lain. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah institusi pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah ini memiliki karakteristik seperti, tidak menuntut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman. Hal inilah yang menjadi daya tarik dari Pegadaian Syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan Pegadaian Syariah.

Secara teoritis dalam memilih lembaga pemberi kredit, nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan layanan jasa pegadaian. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa yakni kualitas pelayanan. Menurut Tjiptoni (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi

harapan konsumen. Dalam mengukur kualitas pelayanan sebagai dasar pengukuran konsumen dalam menggunakan jasa yaitu bukti/tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

Dengan diresmikannya Unit Pegadaian Syariah, masyarakat memiliki variasi pilihan lagi untuk memperoleh tambahan dana secara cepat dengan prosedur yang mudah untuk memenuhi kebutuhannya baik untuk konsumsi maupun usaha. Tidak terkecuali di Bali yang mayoritas non muslim, keberadaan Pegadaian Syariah semata-mata sebagai alternatif pilihan dari PT Pegadaian (Persero) untuk menawarkan jasa pinjaman dengan sistem gadai yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil dengan berbagai kepentingan nasabah tidak saja umat muslim, tetapi juga non muslim. Semakin maraknya perkembangan produk-produk berbasis syariah tidak menutup kemungkinan nasabah non muslim tertarik untuk menggadai barangnya secara mudah dan cepat untuk memperoleh dana di Pegadaian Syariah.

Meskipun sebagian besar nasabah Pegadaian Syariah adalah muslim tidak menutup kemungkinan Pegadaian Syariah memiliki nasabah non muslim dengan memberikan informasi yang akurat, keuntungan serta nilai tambah yang akan diperoleh jika menjadi nasabah. Sebagian besar nasabah melihat nilai tambah Pegadaian Syariah adalah lebih halal karena tidak adanya bunga yang mengandung unsur riba dibandingkan dengan pegadaian konvensional.

Secara prinsip Pegadaian Syariah memiliki nilai tambah dan keuntungan dalam hal biaya gadai, namun dalam realitasnya Pegadaian Syariah KCPS Denpasar menghadapi kendala dalam hal menghimpun nasabah non muslim. Dari keseluruhan nasabah di Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, jumlah nasabah non muslim jumlahnya tidak lebih dari 30%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Pegadaian Syariah masih didominasi oleh nasabah muslim, padahal penduduk di sekitar Pegadaian Syariah KCPS Denpasar adalah non muslim.

Kelemahan ini diduga karena terbatasnya pemahaman masyarakat mengenai kegiatan usaha Pegadaian Syariah. Upaya pengembangan Pegadaian Syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (nasabah) lembaga pegadaian. Oleh karena itu, Pegadaian Syariah KCPS Denpasar dituntut untuk lebih gencar dan berani membuka diri guna terus meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat luas terutama dalam menumbuhkan kesadaran bahwa Pegadaian Syariah tidak hanya ditujukan kepada masyarakat muslim saja, tetapi masyarakat non muslim juga bisa menikmati pelayanan jasa Pegadaian Syariah pada Pegadaian Syariah KCPS Denpasar.

Tentunya dalam menetapkan pilihan untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah pada Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, nasabah mempunyai alasan-alasan tertentu dan faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan. Kondisi inilah yang menarik perhatian untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (KCPS) Denpasar".

METODE

Rancangan penelitian ini menggambarkan bagaimana strategi mengatur latar penelitian agar diperoleh data yang tepat dan sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada Pegadaian Syariah KCPS Denpasar dengan pengamatan difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar. Sehubungan

dengan itu, maka dalam pelaksanaan penelitian ini akan menggunakan jenis atau bentuk penelitian verifikasi. Penelitian verifikasi adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji temuan atau teori yang sudah ada, sehingga dalam penelitian ini digunakan hipotesis (Suliyanto, 2005). Hipotesis yang digunakan berdasarkan pada penelitian terdahulu atau teori yang sudah ada, untuk menguji hipotesis akan digunakan perhitungan-perhitungan statistik yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan analisis faktor, dalam penelitian analisis faktor hubungan antar variabel tersebut saling ketergantungan (*interdependence*) sehingga tidak ada pembagian variabel bebas dan variabel terikat, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Singarimbun dan Effendi (2007) metode survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Subjek penelitian ini adalah Pegadaian Syariah KCPS Denpasar yang beralamat di jalan Kartini Nomor 200 Kelurahan Dauh Puri Kaja Kecamatan Denpasar Utara-Kodya Denpasar, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar Tahun 2014. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2005). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Nonprobability Sampling* dengan metode *accidental sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Accidental Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu (*accidental*)

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan cocok sebagai sumber (Sugiyono, 2005).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka berupa skor jawaban yang diperoleh dari responden yaitu nasabah yang menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar.

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab, yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar terkait lima dimensi kualitas pelayanan antara lain: tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

Instrumen penelitian ini adalah kuisisioner yang disebarakan kepada 98 responden sebagai sampel yang mampu mewakili populasi, yaitu nasabah Pegadaian Syariah KCPS Denpasar terkait dengan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar. Kuisisioner yang dirancang menggunakan *Skala Likert*, yang menurut Sugiyono (2004) adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Adapun penjabaran kuisisioner yang telah dirancang menggunakan *Skala Likert* sebagai berikut.

- 1) Apabila pertanyaan sangat setuju (SS) diberi skor 5
- 2) Apabila pertanyaan setuju (S) diberi skor 4
- 3) Apabila pertanyaan cukup setuju (CS) diberi skor 3
- 4) Apabila pertanyaan kurang setuju (KS) diberi skor 2
- 5) Apabila pertanyaan tidak setuju (TS) diberi skor 1

Dalam penelitian ini, kuisioner merupakan instrumen pengumpulan data yang merupakan penjabaran dari indikator variabel sebelum digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan, maka terlebih dahulu harus diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Validitas merujuk sejauh mana instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur, sedangkan reliabilitas merujuk pada sejauhmana instrumen pengukur dapat dipercaya atau diandalkan (Sugiyono, 2005).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Menurut Sugiyono (2005), menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur suatu penelitian. Validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen dalam suatu faktor dan mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total dan bila korelasi tiap faktor tersebut positif maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat.

Suatu instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi antar butir lebih besar dari r-tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan tingkat kesalahan (α) 0,05 atau pada taraf 5% jika mempunyai signifikansi di bawah 0,05 (Sugiyono, 2010). Menurut Ghazali (2006) "keputusan pengujian validitas instrumen menggunakan taraf signifikansi (α) 0,05 dengan syarat untuk dianggap valid adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ ". Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2005). Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrumen akan diolah menggunakan *Statistical Program Social Scene* (SPSS) 16.0 for Windows yaitu dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh dari SPSS 16.0 for windows dengan batas nilai *Cronbach Alpha* untuk mengukur instrumen yang reliabel. Menurut Ghazali (2009), pengujian statistik dengan menggunakan teknik statistik *Cronbach Alpha*, instrumen dikatakan reliabel untuk mengukur variabel

apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan jenis data yang dikumpulkan maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Analisis faktor terdiri dari lima tahap sebagai berikut.

- (1) Membuat matrik, Semua data akan diolah untuk menghasilkan matrik korelasi. Matrik korelasi dapat diidentifikasi variabel-variabel tertentu yang tidak mempunyai korelasi dengan variabel yang lain, sehingga dapat dikeluarkan dari analisis. Untuk menguji ketepatan model analisis faktor, maka dapat digunakan *Barlett's test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi. Hasil *Barlett's test of Sphericity* menunjukkan apakah hubungan antara variabel-variabel signifikan atau tidak. Statistik lain yang berguna adalah pengukuran kelayakan sampel *Kaiser Meyer Olkin* (KMO). Analisis faktor dianggap layak jika besaran KMO nilainya minimal 0,50. Besaran ini digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) $\geq 0,50$.
- (2) Menentukan jumlah factor, variabel disusun kembali berdasarkan pada korelasi hasil langkah pada butir dua untuk menentukan faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk menentukan berapa faktor yang dapat diterima secara empirik dapat dilakukan berdasarkan besarnya *eigenvalue* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, semakin representatif faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Faktor-faktor ini yang dipilih adalah faktor yang mempunyai *eigenvalue* sama dengan atau lebih dari satu.
- (3) Rotasi faktor, hasil penyederhanaan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan antara faktor dengan variabel individu, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan.

Dengan menggunakan rotasi faktor matrik, matrik faktor ditransformasikan ke dalam matrik yang lebih sederhana sehingga mudah untuk diinterpretasikan. Dalam perilaku ini digunakan rotasi *varimax*.

- (4) Interpretasi faktor, dilakukan dengan mengelompokkan variabel yang mempunyai faktor *loading* tinggi ke dalam faktor tersebut. Untuk menginterpretasikan hasil penelitian ini, faktor *loading* minimal 0,5. Variabel yang mempunyai faktor *loading* kurang dari 0,5 dikeluarkan dari model.
- (5) Menentukan ketepatan model, tahap terakhir dari analisis faktor adalah mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik. Fenomena yang ada perlu diuji dengan teknik *Principal Component Analysis* (PCA) yaitu dengan melihat jumlah residual antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang direproduksi. Dalam penelitian ini, untuk mempermudah proses perhitungan dan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dalam analisis data, peneliti menggunakan bantuan alat hitung berupa program SPSS 16.0 for Windows.

Data yang didapat dari kuisisioner masih berupa data ordinal, sedangkan analisis data yang dipakai untuk membuktikan kebenaran pengujian analisis faktor mengisyaratkan minimal data interval, maka data ordinal tersebut perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala melalui "*Method of Succesive Interval*" (Riduwan, 2008) dengan langkah sebagai berikut. Ambil data ordinal dari kuisisioner, untuk setiap pertanyaan hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya, menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif (untuk data $n > 30$ dianggap mendekati luas daerah di bawah kurve normal), menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif

dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.

Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus nilai transformasi = Nilai Skala + | Nilai Skala Minimal | + 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada bagian ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Sebelum kuesioner tersebut disebar kepada seluruh responden, terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa 50 pertanyaan yang dibuat hanya 40 pertanyaan yang valid dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Besarnya masing-masing r_{hitung} untuk semua pertanyaan dapat dilihat pada Lampiran 3. Pertanyaan yang sudah valid dan reliabel kemudian disebar kepada responden sebanyak 98 orang sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner tersebut, kemudian diolah dengan menggunakan analisis faktor.

Analisis faktor digunakan untuk menganalisis hipotesis konseptual dengan memasukkan semua total nilai dari masing-masing dimensi atau faktor terhadap total skor item dari masing-masing dimensi. Skor dari masing-masing dimensi terlebih dahulu ditransformasi ke dalam data interval kemudian dilakukan penentuan matrik korelasi, penentuan jumlah faktor, membuat rotasi faktor, dan menentukan skor masing-masing faktor.

Untuk mengukur kecukupan sampel dalam penelitian ini digunakan Koefisien *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Hasil untuk pengujian KMO and Barlett's Test of Sphericity

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.697
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	376.965
	df	10
	Sig.	.000

Berdasarkan hasil analisis faktor diperoleh nilai KMO sebesar 0,697. Dengan demikian angka KMO *Measure of Sampling Adequacy* lebih besar dari 0,5. Hal ini berarti bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sudah cukup memenuhi syarat dan analisis faktor tepat digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Pengujian *Barlett's Test of Sphericity* menunjukkan hasil penelitian yang signifikan pada taraf nyata 0,000. Hal ini berarti matrik korelasi memiliki korelasi yang signifikan dengan sejumlah variabel, karena nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Pada hasil *output Statistical Program Social Scene (SPSS) 16.0 for Windows (Anti-image Matrics)*, dapat diketahui faktor-faktor atau variabel-variabel yang layak digunakan dalam analisis faktor. Pada *output SPSS (Anti-image Matrics)*, terdapat kode "a" yang artinya tanda untuk *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*. Faktor atau variabel yang layak digunakan dalam analisis adalah variabel yang memiliki nilai $MSA > 0,50$. Apabila terdapat variabel yang memiliki nilai $MSA < 0,50$, maka variabel tersebut dikeluarkan agar dapat dilakukan analisis faktor. Nilai MSA masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Nilai MSA Variabel

Variabel	Nilai MSA	Keputusan
Tampilan fisik (<i>tangible</i>)	0,661 > 0,50	Dapat digunakan untuk analisis faktor
Empati (<i>emphaty</i>)	0,662 > 0,50	Dapat digunakan untuk analisis faktor
Keandalan (<i>reliability</i>)	0,667 > 0,50	Dapat digunakan untuk analisis faktor
Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	0,705 > 0,50	Dapat digunakan untuk analisis faktor
Jaminan (<i>assurance</i>)	0,804 > 0,50	Dapat digunakan untuk analisis faktor

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat diketahui variabel-variabel yang digunakan dalam analisis faktor. Variabel tersebut (1) tampilan fisik (*tangible*), (2) empati (*emphaty*), (3) keandalan (*reliability*), (4) ketanggapan (*responsiveness*), dan (5) jaminan (*assurance*).

Untuk menentukan banyaknya faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah

menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, dapat dijelaskan oleh nilai persentase dari masing-masing faktor. Nilai *Total Variance Explained* digunakan untuk mengetahui persentase dari kelima faktor yang dianalisis. Hasil analisis faktor melalui SPSS menunjukkan persentase dari masing-masing faktor dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums Squared Loading		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.357	67.138	67.138	3.357	67.138	67.138
2	1.048	20.960	88.098	1.048	20.960	88.098
3	.344	6.889	94.987			
4	.146	2.919	97.906			
5	.105	2.094	100.000			

Dari Tabel 3 di atas dapat diketahui persentase dari masing-masing faktor antara lain: faktor tampilan fisik (*tangible*) memiliki *eigenvalue* sebesar 3,357 dengan nilai varian sebesar 67,138%, faktor empati (*emphaty*) memiliki *eigenvalue* sebesar 1,048 dengan nilai varian sebesar 20,960%, faktor keandalan (*reliability*) memiliki *eigenvalue* sebesar 0,344 dengan nilai varian 6,889%, faktor ketanggapan (*responsiveness*) memiliki *eigenvalue* sebesar 0,146 dengan nilai varian 2,919%, dan faktor lima jaminan (*assurance*) memiliki *eigenvalue* sebesar 0,105 dengan nilai varian 2,094%. Dari kelima faktor tersebut hanya dua faktor yang memiliki *eigenvalue* > 1 yaitu faktor fisik (*tangible*) sebesar 3,357 dan empati (*emphaty*)

sebesar 1,048. Total nilai *varianced explained* dari faktor fisik (*tangible*) dan empati (*emphaty*) adalah 88,098%. Dengan kata lain kedua faktor tersebut mampu menjelaskan pengaruhnya sebesar 88,098% terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar.

Untuk mengetahui distribusi dimensi-dimensi yang belum dirotasi ke dalam faktor yang telah terbentuk maka dapat dilihat pada *output* SPSS 16.0 (*Rotated Component Matrix*). Faktor yang mampu menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Faktor yang Menjelaskan Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa

Faktor	Eigenvalue	Varianced Explained (%)	Factor Loading
Tampilan fisik (<i>tangible</i>)	3.357	67.138	.933
Empati (<i>emphaty</i>)	1.048	20.960	.930
Keandalan (<i>reliability</i>)	.344	6.889	.918
Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	.146	2.919	.912
Jaminan (<i>assurance</i>)	.105	2.094	.780

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat dijelaskan bahwa faktor yang memiliki *eigenvalue* > 1 adalah tampilan fisik (*tangible*) dan empati (*emphaty*). Dari kedua faktor tersebut, tampilan fisik memiliki nilai *varianced explained* tertinggi yaitu 67,138%, artinya bahwa tampilan fisik (*tangible*) mampu menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa sebesar 67,138%. Faktor tampilan fisik (*tangible*) juga memiliki nilai *varianced explained* lebih

besar dari faktor lainnya, karena hal yang pertama kali yang biasa dilakukan oleh seseorang dalam menetapkan suatu pilihan terhadap suatu produk adalah dengan memperhatikan tampilan atau tampilan fisik (*tangible*) dari produk tersebut. Konsumen melihat tampilan fisik (*tangible*) bukan saja menyangkut sarana dan prasarana fisik seperti bangunan perusahaan, fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan, sarana komunikasi maupun tampilan fisik

karyawan, tetapi juga termasuk keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata yang disiapkan perusahaan sebagai penyedia jasa, oleh karena faktor tampilan fisik (*tangible*) adalah faktor yang digunakan sebagai langkah awal untuk menarik minat nasabah dalam memilih menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar.

Berdasarkan pengujian hipotesis konseptual, untuk menentukan dimensi

atau faktor keputusan nasabah menggunakan jasa yang paling dominan digunakan parameter koefisien *varimax* atau mendekati nilai -1. Nilai yang mendekati 1 diawali oleh nilai 0,5 sedangkan nilai yang mendekati -1 diawali oleh -0,5. Secara lebih rinci hasil ringkasan rotasi dari *matriks* faktor memuat nilai *varimax rotation*, dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. *Matriks* Rotasi Hasil Analisis Faktor

Dimensi atau faktor keputusan konsumen menggunakan jasa	<i>Varimax Rotation</i> (%)	
	(1)	(2)
Tampilan fisik (<i>tangible</i>)	67,138	-
Empati (<i>emphaty</i>)	-	20,960

Bedasarkan Tabel 5 maka faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar adalah faktor tampilan fisik (*tangible*) dengan nilai *varimax rotation* 67,138%, artinya kejelasan dari dimensi keputusan nasabah menggunakan jasa adalah tampilan fisik (*tangible*) yang paling mendominasi sebesar 67,138%. Faktor tampilan fisik lebih menekankan pada lokasi pelayanan jasa pegadaian yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum, fasilitas pendukung yang dimiliki seperti sarana parkir yang aman dan dekat dengan lokasi pelayanan, kondisi fisik gedung yang baik, ruang pelayanan yang bersih dan nyaman, serta penampilan fisik yang menarik dari karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Hipotesis yang berbunyi faktor tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) mampu menjelaskan keputusan konsumen menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar diterima. Faktor tampilan fisik (*tangible*) merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa karena memiliki *variance explained* tertinggi yaitu sebesar 67,138% (Tabel 5), artinya tampilan fisik (*tangible*) mampu menjelaskan pengaruhnya sebesar 67,138% terhadap keputusan nasabah

menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar dipengaruhi oleh tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) yang ditunjukkan pada Tabel 3. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Sviokla, bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa yaitu kualitas pelayanan, untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai dasar pengukuran konsumen dalam menggunakan jasa yaitu faktor tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Untuk menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, dilihat dari faktor-faktor yang memiliki *eigenvalue* > 1 yang ditunjukkan pada Tabel 4 yaitu, faktor tampilan fisik (*tangible*) dan empati (*emphaty*).

Pada penelitian ini tampilan fisik (*tangible*) merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah

KCPS Denpasar. Konsumen menilai bahwa faktor tampilan fisik (*tangible*) dapat menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya. Hal ini disebabkan karena penilaian nasabah terhadap faktor tampilan fisik (*tangible*) pasti berbeda-beda tergantung pada bagaimana kualitas dari tampilan fisik dan staf melayani kebutuhan konsumen. Kualitas dari tampilan fisik Pegadaian Syariah dapat dilihat dari lokasi pelayanan yang mudah dijangkau dengan kendaraan umum. Kemudian sarana dan prasarana seperti lokasi parkir yang aman dan dekat dengan lokasi pelayanan, cukup untuk parkir kendaraan roda empat maupun kendaraan roda dua, fasilitas gedung sekaligus kantor yang cukup untuk menampung nasabah pegadaian yang datang, penataan ruang fasilitas jasa *teller* dan *customer service*, ruang pelayanan bersih dilengkapi tempat duduk dan pendingin ruangan yang nyaman untuk nasabah, penampilan petugas yang rapi dan sopan, ketrampilan petugas pegadaian saat memberikan pelayanan kepada nasabah sangat baik, memiliki satpam yang menjaga pintu masuk dan tempat parkir.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Hendra Rustam Tahun 2012 dan oleh Kadek Budi Ariyono 2014. Dimana penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan. Metode penelitian juga menggunakan metode yang sama yaitu menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan analisis faktor untuk mengolah data hasil penelitian, namun antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat juga perbedaan berupa objek dan subjek penelitian yang dilakukan serta penentuan faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. (1) Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah

KCPS Denpasar adalah faktor tampilan fisik (*tangible*) dengan nilai varian sebesar 67,138%, faktor empati (*emphaty*) dengan nilai varian sebesar 20,960%, faktor keandalan (*reliability*) dengan nilai varian sebesar 6,889%, faktor ketanggapan (*responsiveness*) dengan nilai varian sebesar 2,919%, dan faktor jaminan (*assurance*) dengan nilai varian sebesar 2,094%. (2) Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar adalah faktor tampilan fisik (*tangible*) dengan nilai dengan nilai *varimax rotation* 67,138%.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut. (1) Bagi pihak Pegadaian Syariah KCPS Denpasar agar mempertahankan bahkan meningkatkan lagi kualitas pelayanan terutama pada faktor tampilan fisik (*tangible*) karena faktor tersebut telah mampu menjelaskan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar, sedangkan faktor empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) agar lebih ditingkatkan. Alternatif yang dapat dilakukan oleh pihak Pegadaian Syariah adalah melakukan peningkatan citra dan memberikan pemahaman konsep produk jasa Pegadaian Syariah kepada seluruh nasabah baik yang muslim maupun yang non muslim. Dengan demikian masyarakat yang belum memahami tentang Pegadaian Syariah akan lebih tertarik untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah sehingga dapat menghimpun lebih banyak nasabah baik yang muslim maupun yang non muslim. (2) Bagi peneliti lain yang berminat untuk mendalami bidang manajemen pemasaran terkait dengan keputusan nasabah (konsumen) dalam menggunakan jasa diharapkan dapat melakukan pengembangan dan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah (konsumen) menggunakan jasa dengan metode yang sama pada objek yang berbeda. Hal ini berguna untuk menguji

keberlakuan temuan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah (konsumen) dalam menggunakan jasa secara lebih luas. Aspek yang perlu dikembangkan dalam penelitian berikutnya adalah mengkaji perkembangan faktor keputusan nasabah (konsumen) dalam menggunakan jasa yaitu faktor empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Daud Vicary dan Keon Chee. 2012. *Keuangan Syariah* Terjemahan Satrio Wahono. *Why it Makes Sense*. 2010. Jakarta: Penerbit Zaman.
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI, Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ariyono, Kadek Budi. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda pada Dealer Astra Motor Denpasar Tahun 2012-2013*. (Skripsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha).
- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Riduwan. 2008. *Cara Menggunakan Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Rustam, Hendra. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pos Pada PT.Pos Indonesia Singaraja*. (Skripsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha)
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2007. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- , 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- , 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset

Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan Kelima. Jakarta: Rajagrafindo Persada.