



PENGARUH *MARKETING* SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH CABANG
SUMBERSARI JEMBER

THE INFLUENCE OF *MARKETING* TO THE CUSTOMERS DECISION TO
USE THE SERVICES SHARI'AH IN SHARI'AH PAWNSHOP BRANCHES
USING SUMBERSARI JEMBER

SKRIPSI

Oleh :

Aminatus Zuhra

NIM. 100810201013

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014



PENGARUH *MARKETING* SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH CABANG
SUMBERSARI JEMBER

*THE INFLUENCE OF MARKETING TO THE CUSTOMERS DECISION TO
USE THE SERVICES SHARI'AH IN SHARI'AH PAWNSHOP BRANCHES
USING SUMBERSARI JEMBER*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Aminatus Zuhra

NIM. 100810201013

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Aminatus Zuhra
NIM : 100810201013
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *marketing* Syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah cabang Sumpalsari Jember.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 17 September 2014

Yang menyatakan,



Aminatus Zuhra

NIM : 100810201013

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH *MARKETING* SYARIAH TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH
CABANG SUMBERSARI JEMBER

Nama Mahasiswa : Aminatus Zuhra
NIM : 100810201013
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 17 September 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE., M. Si

H.N. Ari Subagio SE., MM

NIP. 195910131988021001

NIP. 197311092000031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Dr. Handriyono, SE., M.Si

NIP. 196208021990021001

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH KONSEP MARKETING SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH
CABANG SUMBERSARI JEMBER

Yang di persiapkan dan disusun oleh:

Nama : Aminatus Zuhra

Nim : 100810201013

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

06 Oktober 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Adi Prasodjo M.P. : (.....)

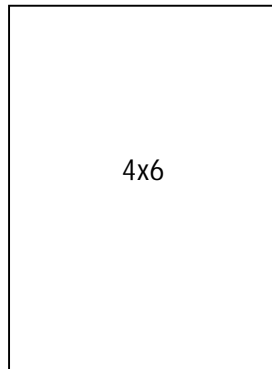
NIP. 195505161987031001

Sekretaris : Gusti Ayu Wulandari, SE., MM. : (.....)

NIP. 198309122008122001

Anggota : Dr. Sumani M.Si. : (.....)

NIP. 196901142005011002



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M. Si

NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua Orang Tuaku, Bapak Ahmawi dan Ibu Masi Yundawiya tercinta dan tersayang, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku, mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
2. Adikku Mieya Santika Wimas Puti yang tercinta dan tersayang yang selalu menghibur dan memberikan semangat luar biasa untukku.
3. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

Dalam kerendahan hati ada ketinggian budi. Dalam kemiskinan harta ada kekayaan jiwa. Dalam kesempitan hidup ada kekuasaan ilmu.

(Saidina Umar Al-Khattab)

Berfikir itu cahaya, kelalaian itu kegelapan, kejahilan itu kesesatan dan manusia yang paling hina ialah orang yang menganiaya orang bawahannya.

(Saidina Ali)

Tiada keberhasilan tanpa usaha.

(Aminatus Zuhra)

RINGKASAN

“Pengaruh *Marketing Syariah* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember”; Aminatus Zuhra ; 100810201013 ; 2014 ; 81 halaman ; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Marketing Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada stakeholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Perum Pegadaian adalah salah satu lembaga pemerintah yang bergerak di bidang jasa penyaluran uang pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai dengan jaminan barang bergerak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Teitis, Etis, Realistis, dan Humanistis terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah Pegadaian Syariah cabang Summersari Jember. Sampel yang terpilih sebanyak 110 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria tertentu yaitu, nasabah yang pernah menggunakan jasa produk *ar-rahn* atau produk *ar-rum* Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan pendekatan *confirmatory* yaitu menganalisis data dengan melakukan perhitungan-perhitungan menurut metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan program Amos.

Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa variabel Teitis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember, Etis, Realistis dan Humanistis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember. Oleh karena itu Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember perlu mempertahankan dan meningkatkan *marketing Syariah* untuk meningkatkan jumlah nasabah.

SUMMARY

“The Influence Of *Marketing* To The Customers Decision To Use The *Servcices Shari’ah* In Shari’ah Pawnshop Branches Using *Sumbersari Jember* ; Aminatus Zuhra; 100810201013 ; 2014 ; 81 Pages ; Departement of Management Faculty of Economics Jember University.

Sharia Marketing is a strategic business discipline that directs the process of creation, negotiation, and alteration the value initiator to the stakeholders that are in accordance with the prinsiples of Islamic. Perum Pawnshop is one of the government agencies in the sector of distribution services lending money for the public on the basis of lien law with the assurance of moving object. The purpose of this research are knowing and analyzing about the effect of theistic, ethical, realistic, and humanistic to the customer’s decision for use Sharia PawnShop Branch in Summersari, Jember.

This research is explanatory research. The population of this research are all customers of Sharia PawnShop Branch in Summersari, Jember. The sample that is selected by 110 respondents. The taking sample method that is used is purposive sampling with the criteria like, the customers have used the service of ar-rahn product atau ar-rum product in Sharia PawnShop Branch in Summersari, Jember. The methods of analyzing data use multiple linear regression confirmatory approach that is analyzing data by performing calculations according to quantitative research method with using the program Amos.

This research obtains result and conclusion that theistic variable does not significantly influence the customer’s decition to use Sharia PawnShop Branch in Summersari, Jember and the other outside is about ethical, realistic, and humanistic that significantly influence to the customer’s decision for use Sharia PawnShop Branch in Summersari, Jember. Therefore, Sharia PawnShop Branch in Summersari, Jember need to maintain and improve the marketing of sharia to increase the number of customers.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh konsep *Marketing* Syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah cabang Sumbersari Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini berjalan sebagai mana mestinya dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Imam Suroso, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H. N.Ari Subagio SE., MSi selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar dan pengertian memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ariwan Joko Nusbantoro S.E., M.M selaku pembimbing akademik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi. Serta karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
6. Kedua Orang tuaku, Bapak Ahmawi dan Ibu Masi Yundawiya tercinta dan tersayang, yang selalu dengan tulus menyayangiku, membesarkanku,

mendidikku, dan memberikan semangat untukku serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.

7. Nenekku, mbah Ahmani yang tercinta dan tersayang yang selalu mendukung, mendoakan dan menyayangiku dengan tulus.
8. Adikku Mieya Santika Wimas Putri tercinta dan tersayang yang selalu menghibur dan memberikan semangat luar biasa untukku.
9. Teman-teman Manajemen 2010 dan temen-teman Kalimantan 57 nyit, refi bunda, terima kasih sudah membuat hidupku jauh lebih berwarna.
10. Semua teman dan sahabat yang telah membantuku, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Semoga Allah selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan untuk saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, Amin.

Jember, 17 September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
<i>SUMMARY</i>	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 <i>Marketing</i> Syariah	6
2.1.2 Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah	10
2.1.3 Gadai Syariah.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual	14
2.4 Hipotesis.....	16
BAB 3. METODE PENELITIAN	17

3.1 Rancangan Penelitian	17
3.2 Populasi dan Sampel	17
3.3 Jenis dan Sumber Data	17
3.4 Metode Pengumpulan Data	18
3.5 Identifikasi Variabel.....	18
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	22
3.8 Uji Instrumen	22
3.8.1 Uji Validitas	22
3.8.2 Uji Reliabilitas	22
3.9 Metode Analisis Data	23
3.9.1 Uji Asumsi Regresi dengan Pendekatan Analisis Konfirmatori	23
3.9.2 <i>Confirmatory Technique</i>	25
3.9.3 Kerangka Pemecahan Masalah	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil Penelitian	31
4.1.1 Gambaran Umum Perum Pegadaian	31
4.2. Karakteristik Responden	35
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	36
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	38
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Teistis	39
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Etis	40
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Realistis	41
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Humanistis	42
4.3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Sumbersari Jember	42
4.4 Analisis Data.....	43
4.4.1 Uji Asumsi <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	43
4.4.2 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	45
4.4.3 Kesesuaian Model	46

4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	47
4.5 Pembahasan.....	49
4.5.1 Pengaruh Variabel Teitis Terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Sumbersari Jember	50
4.5.2 Pengaruh Variabel Etis Terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Sumbersari Jember	51
4.5.3 Pengaruh Variabel Realistis Terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Sumbersari Jember.....	52
4.5.4 Pengaruh Variabel Humanistis Terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Sumbersari Jember.....	53
4.6 Keterbatasan Penelitian	55
BAB V. Penutup	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Perbedaan Prinsip Teitis Pada akad Perjanjian Pegadaian Syariah dan Konvensional	7
2.2 Perbedaan Prinsip Etis Pada akad Perjanjian Pegadaian Syariah dan Konvensional	8
2.3 Perbedaan Prinsip Realistis Pada akad Perjanjian Pegadaian Syariah dan Konvensional	9
2.4 Perbedaan Prinsip Humanistis Pada akad Perjanjian Pegadaian Syariah dan Konvensional	9
2.5 Penelitian Terdahulu.....	12
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	28
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2 Karakteristik Responden Status Pekerjaan.....	36
4.3 Penilaian Responden Pada Teitis	36
4.4 Penilaian Responden Pada Etis.....	37
4.5 Penilaian Responden Pada Realistis	37
4.6 Penilaian Responden Pada Humanistis	37
4.7 Penilaian Responden Pada Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Cabang Summersari Jember.....	38
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Teitis.....	40
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Etis.....	40
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Realistis	41
4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Humanistis.....	42
4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Menggunakan Pegadaian Syariah.....	42
4.13 <i>Assesment Of Normality</i>	44
4.14 GOODNESS OF FIT MODEL SEBELUM DIMODIFIKASI.....	46
4.15 Hasil Pengujian Kausalitas.....	46
4.16 Hipotesis Penelitian.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Keputusan Membeli	10
2.2 Kerangka Konseptual	14
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	30
4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Sumbersari Jember.....	33
4.2 Hasil Analisis Konfirmatory	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	59
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner	63
Lampiran 3. Tabel Frekuensi	67
Lampiran 4. Uji <i>Confirmatory</i>	71
Lampiran 5. Data Awal dan Hasil Analisis Faktor serta Regresi	78