

ABSTRAK

PENGARUH PERUBAHAN *BRAND* SYARIAH PT PEGADAIAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH

(Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bangkalan)

Pegadaian merupakan sebuah tempat alternatif pendanaan yang banyak diminati oleh masyarakat. Lembaga pegadaian yang ada di Indonesia saat ini, terdiri dari pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Tingginya minat nasabah terhadap kebutuhan dana cepat dengan prinsip syariah terutama di wilayah Madura menyebabkan pihak pegadaian terdorong untuk memperluas pangsa pasar. Salah satu cara yang dilakukan oleh pegadaian tersebut yakni mengkonversi seluruh outlet pegadaianya menjadi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perubahan *brand* (variabel bebas) syariah PT pegadaian terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah (variabel terikat).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner yang dilakukan kepada 100 responden yakni masyarakat Kabupaten Bangkalan yang mengetahui perubahan *brand* PT. Pegadaian menjadi syari'ah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi (R^2), dan uji T.

Hasil uji korelasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel perubahan *brand* dengan variabel minat bersifat kuat yakni sebesar 0,672. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa perubahan brand berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Bangkalan menggunakan pegadaian syariah yakni sebesar 39,3 % dan sisanya sebesar 60,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Uji-t dilakukan dengan cara melihat nilai *Sig* dan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai $Sig < \alpha$ ($0,000 < 0,025$) serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,967 > 1,98447$). Sehingga, H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara perubahan *brand* terhadap minat masyarakat Bangkalan menggunakan jasa pegadaian syariah.

Kata kunci: Perubahan, *Brand* Syari'ah, Minat Masyarakat.

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE CHANGE OF SHARIA BRAND in PT PEGADAIAN TO THE INTEREST OF SOCIETY TO USE THE SERVICE OF SHARIA PAWNSHOP

(A Case Study of the Society in Bangkalan Regency)

Pawnshop is an alternative funding place which is excessively interested by societies. Nowadays, the institution of Pawnshop which is exist in Indonesia consists of conventional pawnshop and sharia pawnshop. The high interest of customers to the necessary of fast fund with sharia principles, particularly in the region of Madura, it has caused that the party of pawnshops are encouraged to expand the market share. The one way which is conducted by the pawnshop is conversing all their outlets of pawnshops to be Sharia. This research purposes to find out the effect of Sharia Brand change (independent variable) in PT pegadaian to the interest of societies to use the service of Sharia pawnshop (dependent variable).

The primary data in this research is obtained from the spread of questionnaires which are conducted to the 100 respondents, they are the societies of Bangkalan Regency who know about the change of brand in PT. Pegadaian to be Sharia. The techniques of data analysis which are employed in this research are validity test, reliability test, normality test, analysis of correlation, the test of simple linear regression, coefficient of determination (R^2), and T test.

The result of correlation test in this research shows that the relation between the variable of brand change and the variable of interest are strong, those are 0,627. The result of determination coefficient shows that the brand change has significant effect to the interest of societies at Bangkalan in using Sharia pawnshop, it is 39,3% and the residue is 60,7% affected by other variables which are no mentioned in this research. The t-test is conducted by viewing the value of Sig and comparing the value of t_{hitung} dan t_{tabel} . The value $Sig < \alpha$ ($0,000 < 0,025$) and also the value $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,967 > 1,98447$). Therefore, H_0 is rejected and H_a is accepted. The conclusion is, there are the significant effects between the change of brand to the interest of Bangkalan societies in using the service of Sharia pawnshop.

Keywords: *Change, Sharia Brand, the Interest of societies.*

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Pernyataan Bebas Plagiasi.....	v
Nota Pinas Pembimbing	vi
Abstrak	vii
Pedoman Transliterasi	ix
Kata Pengantar	xiii
Daftar Isi	xvii
Daftar Tabel	xx
Daftar Gambar	xxi
Daftar Lampiran	xxii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Sistematika Pembahasan	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	7
1. Merek (<i>Brand</i>).....	7
a. Pengertian Merek.....	7

b. Manfaat Merek.....	10
2. Perubahan Merek (<i>Rebranding</i>)	11
a. Pengertian Rebranding.....	11
b. Jenis Rebranding.....	13
c. Proses Rebranding	14
3. Minat Masyarakat.....	15
a. Pengertian Minat.....	15
b. Tahapan Minat Konsumen.....	17
4. Pegadaian.....	18
a. Pengertian Pegadaian	18
b. Pengertian Pegadaian Syariah.....	20
c. Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional...	21
B. Kajian Pustaka	22
C. Kerangka Pemikiran Teritik	24
D. Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Variabel Penelitian	26
D. Sumber data	28
E. Populasi dan Sampel	28
F. Skala Pengukuran	30
G. Teknik Pengumpulan Data.....	31

H. Teknik Analisis Data.....	31
------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Deskripsi Data Responden	40
C. Hasil penelitian	46
D. Kesimpulan Hasil Penelitian	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	58
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA	60
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Pegadaian Syariah dengan Konvensional.....	22
Tabel 3. I ndikator Variabel X dan Y.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Korelasi.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.10 Hasil Uji t Hipotesis.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik	24
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	44
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
Gambar 4.4 Grafik Normal P-P Plot	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner

Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden

Lampiran 4 Hasil SPSS Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil SPSS Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil SPSS Uji Normalitas

Lampiran 7 Hasil SPSS Uji Korelasi

Lampiran 8 Hasil SPSS Uji Regresi Linier Sederhana

Lampiran 9 Daftar Tabel r

Lampiran 10 Daftar Tabel t

Lampiran 11 Dokumentasi Penyebaran dan Pengisian Kuisisioner