

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang dan metode yang digunakan adalah metode angket atau kuesioner dengan memberikan atau membagikan secara langsung angket atau kuesioner tersebut kepada nasabah tabungan emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang.

Tabel 4.1

Sampel Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Lama menjadi nasabah
1	Widya Sri Putri	Wanita	20-30	Lainnya	SMA/SMK	1 tahun
2	Jumairah	Wanita	>40	IRT	SD	< 1 tahun
3	Hj.Fitri	Wanita	31-40	PNS	Lainnya	>3 tahun
4	A.Sima Bahtiar	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	2 tahun
5	A.Nagaulang	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	1 tahun
6	St.Aisyah	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	<1 tahun
7	Rasmi	Wanita	>40	IRT	SMP	<1 tahun
8	A.Yuliani	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	1 tahun
9	Sumarwah	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	1 tahun
10	Suryani	Wanita	20-30	Wiraswasta	Lainnya	<1 tahun
11	Rismawati	Wanita	31-40	Wiraswasta	SMA/SMK	<1 tahun
12	Nurpasilah	Wanita	<20	Wiraswasta	SMA/SMK	1 tahun
13	Novitha	Wanita	20-30	IRT	Lainnya	1 tahun
14	Widyawati S.E	Wanita	>40	Wiraswasta	Lainnya	<2 tahun
15	Andi Batari Soji	Pria	>40	Lainnya	SMA/SMK	1 tahun
16	Agustina	Wanita	>40	Wiraswasta	SMA/SMK	1 tahun

17	Irmawati	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	>1 tahun
18	Hudayah	Wanita	>40	Wiraswasta	SMA/SMK	1 tahun
19	Ainun Mardiah	Wanita	20-30	Pelajar/Mah asiwa	Lainnya	<1 tahun
20	Fitriani B, S.Kep	Wanita	20-30	Karyawan Swasta	Lainnya	<2 tahun
21	Selvi	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
22	Wahida	Wanita	31-40	IRT	SMP	<2 tahun
23	Rahmawati	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	
24	Reski Eka Putri	Wanita	<20	Pelajar/Mah asiswa	SMA/SMK	<1 tahun
25	Dharia	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
26	Sutri Jayani	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	>1 tahun
27	Heryanti	Wanita	20-30	Lainnya	SMP	<2 tahun
28	Jamaua	Wanita	>40	Lainnya	SMA/SMK	1 tahun
29	Muh Ikhsan S.H	Pria	20-30	Wiraswasta	Lainnya	1 tahun
30	Alwi Tahir	Pria	31-40	Wiraswasta	SMA/SMK	>1 tahun
31	Zulham	Pria	31-40	PNS	Lainnya	<2 tahun
32	Nurdin	Pria	31-40	Wiraswasta	SMA/SMK	1 tahun
33	A.Gia	Wanita	31-40	PNS	Lainnya	<1 tahun
34	Hj.Ramlia	Wanita	>40	IRT	SD	<2 tahun
35	Hj. Suwarni Candang,Spd,M M	Wanita	>40	PNS	Lainnya	2 tahun
36	Wahyuni	Wanita	>40	IRT	Lainnya	1 tahun
37	Rosmini	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
38	Wahyuni Tautri	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	1 tahun
39	Nurlia	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	<1 tahun

40	Sabrina	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	>1 tahun
41	Merpati	Wanita	31-40	IRT	SMP	1 tahun
42	Hj. Nurul	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
43	Nurhayati	Wanita	31-40	IRT	SMP	1 tahun
44	Ria	Wanita	31-40	IRT	SMP	<2 tahun
45	Harmina	Wanita	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	<2 tahun
46	Alfi Nur	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	<1 tahun
47	Bulkis	Pria	31-40	Wiraswasta	SMA/SMK	>1 tahun
48	Baharia	Wanita	>40	IRT	SMP	1 tahun
49	Suryana	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
50	Mustika	Wanita	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	1 tahun
51	Erni C	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	1 tahun
52	Arfa Arfianti	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	>1 tahun
53	Maryam	Wanita	20-30	IRT	Lainnya	<2 tahun
54	Sitti Munirah	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	1 tahun
56	Eka Febrianti	Wanita	31-40	Wiraswasta	SMA/SMK	<1 tahun
57	Hj.P. Ratnawati	Wanita	31-40	IRT	Lainnya	>1 tahun
58	Ina Nursi	Wanita	20-30	IRT	SMP	1 tahun
59	Erna, S. SOS	Wanita	20-30	PNS	Lainnya	1 tahun
60	Andi Batari Soji	Pria	31-40	Wiraswasta	SMA/SMK	<2 tahun
61	Dahniar	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	1 tahun
62	Erni	Wanita	20-30	IRT	Lainnya	>1 tahun
63	Nirmala	Wanita	>40	IRT	Lainnya	<1 tahun
64	Erna	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
65	Hj.Helmi	Wanita	>40	IRT	Lainnya	1 tahun
66	Hj.Halima	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	1 tahun
67	Sumiatun	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	>1 tahun
68	Zakaria	Wanita	31-40	IRT	SMP	<2 tahun

69	Hamzah	Pria	>40	Wiraswasta	Lainnya	<1 tahun
70	Amiruddin	Pria	20-30	Lainnya	SMP	>1 tahun
71	Khairunnisa	Wanita	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	>1 tahun
72	Yulianti	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	<2 tahun
73	Syamsidar	Pria	31-40	Lainnya	SMP	>1 tahun
74	Rahman	Pria	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	<1 tahun
75	Hatta	Pria	31-40	Lainnya	SMA/SMK	>1 tahun
76	Rusni	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	1 tahun
77	Ramlah	Wanita	20-30	IRT	SMP	<1 tahun
78	Darmi	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	>2 tahun
79	Dahlia	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	>3 tahun
80	Ratna	Wanita	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	2 tahun
81	Hasnah	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	<1 tahun
82	Nurhasmah	Wanita	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	>1 tahun
83	Rismawati	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	>1 tahun
84	Indri	Wanita	20-30	IRT	SMP	2 tahun
85	Hikma	Wanita	20-30	Wiraswasta	SMA/SMK	2 tahun
86	Rifayanti	Wanita	20-30	IRT	SMA/SMK	1 tahun
87	Isra	Wanita	>40	IRT	SMP	< 1 tahun
88	Dirman	Pria	>40	Lainnya	SMA/SMK	>1 tahun
89	Arham Jalil	Pria	31-40	Lainnya	SMA/SMK	>1 tahun
90	Laupe	Pria	>40	Lainnya	SMA/SMK	1 tahun
91	Syafi'i	Pria	>40	Lainnya	SMA/SMK	<2 tahun
92	Aminah	Wanita	31-40	IRT	SMA/SMK	>3 tahun
93	Ayu Andira	Wanita	31-40	IRT	SMP	2 tahun
94	Darna	Wanita	>40	IRT	SMA/SMK	1 tahun

B. Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan menurut karakteristiknya, yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase %
Pria	16	17%
Wanita	78	83%

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah	Presentase %
20-30	29	31%
31-40	31	33%
>40	34	36%

Dari tabel 4.3 maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak jika dilihat dari segi umur adalah usia >40 Tahun yaitu sebanyak 34 responden atau setara dengan 36%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Jumlah	Presentase %
Pelajar/Mahasiswa	2	2%
PNS	5	5%
Wiraswasta	26	27%
IRT	51	54%
Lainnya	10	12%

Dari tabel 4.4 di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah IRT sebanyak 51 responden atau setara dengan 54%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir Responden	Jumlah	Presentase %
SD	2	2%
SMP	15	16%
SMA/SMK	58	62%
Sarjana	19	20%

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden terbanyak jika dilihat dari pendidikan terakhirnya adalah SMA/SMK sebanyak 58 orang atau setara dengan 62%.

C. Deskripsi Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Promosi(X1)

Tabel 4.6

Jawaban Responden Terhadap Promosi(X1)

Responden	Pengaruh Promosi (X1)					Total
	1	2	3	4	5	
1	5	4	5	4	5	23
2	5	4	4	4	3	20
3	5	4	4	4	5	22
4	4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	3	5	23
6	4	4	4	5	4	21
7	5	4	4	5	3	21

8	5	4	4	4	4	21
9	4	5	5	5	3	22
10	4	5	4	5	4	22
11	4	4	5	5	4	22
12	4	5	5	4	4	22
13	5	4	4	4	5	22
14	4	4	5	5	4	22
15	5	5	4	4	4	22
16	4	4	5	4	4	21
17	4	5	4	4	3	20
18	5	4	4	5	5	23
19	4	4	4	5	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	5	4	4	5	4	22
22	4	4	5	5	4	22
23	5	5	5	5	5	25
24	5	4	5	5	4	23
25	4	5	4	4	4	21
26	5	5	5	5	4	24
27	5	4	4	4	4	21
28	4	5	5	4	5	23
29	5	4	4	5	3	21
30	4	5	4	5	5	23
31	5	5	5	5	5	25
32	4	5	5	5	4	23
33	5	5	4	5	4	23
34	4	4	5	4	4	21

35	5	5	5	5	5	25
36	4	5	4	4	4	21
37	5	4	4	4	4	21
38	4	5	5	4	4	22
39	5	4	4	5	4	22
40	4	5	5	4	3	21
41	4	5	4	4	4	21
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	4	5	4	5	4	22
45	5	4	5	5	4	23
46	4	5	5	4	4	22
47	5	5	4	5	4	23
48	5	5	5	4	4	23
49	4	5	4	4	5	22
50	4	5	5	4	5	23
51	4	5	4	4	4	21
52	5	4	5	4	4	22
53	4	5	5	4	4	22
54	5	4	5	4	4	22
55	4	5	5	4	4	22
56	5	5	4	5	4	23
57	5	4	4	5	4	22
58	4	5	5	5	4	23
59	4	5	5	4	4	22
60	4	5	5	4	4	22
61	4	5	5	4	3	21

62	5	5	5	5	5	25
63	4	5	5	5	4	23
64	5	5	4	5	4	23
65	5	4	5	4	5	23
66	5	4	4	4	3	20
67	5	4	4	4	5	22
68	4	5	5	5	4	23
69	5	5	5	3	5	23
70	4	4	4	5	4	21
71	5	4	4	5	3	21
72	5	4	4	4	4	21
73	4	5	5	4	4	22
74	5	4	4	5	4	22
75	4	5	5	4	3	21
76	4	5	4	4	4	21
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	4	5	4	5	4	22
80	5	4	5	5	4	23
81	4	5	5	4	4	22
82	5	5	4	5	4	23
83	5	5	5	4	4	23
84	4	5	4	4	5	22
85	4	5	5	4	5	23
86	4	5	4	4	4	21
87	5	4	5	4	4	22
88	4	5	5	4	4	22

89	4	4	4	5	4	21
90	5	5	5	5	5	25
91	5	4	4	5	4	22
92	4	4	5	5	4	22
93	5	5	5	5	5	25
94	5	4	5	5	4	23
Total						2100
Mean						22.3

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X1 mengenai Promosi hasil perhitungannya dari 94 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2100 untuk variabel X1 dan rata-ratanya sebesar 22.3

2. Jawaban Responden Terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan(X2)

Tabel 4.7

Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan(X2)

Responden	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2)					Total
	1	2	3	4	5	
1	5	4	5	5	4	23
2	4	5	5	4	4	22
3	5	4	4	3	5	21
4	4	5	5	5	4	23
5	4	4	4	4	4	20
6	5	4	5	5	4	23
7	3	4	4	5	4	20
8	5	4	4	5	4	22
9	4	5	5	4	5	23

10	4	4	4	5	4	21
11	3	4	5	5	4	21
12	5	5	5	5	5	25
13	5	4	4	4	5	22
14	4	4	5	5	4	22
15	5	5	4	4	4	22
16	4	4	5	4	4	21
17	4	5	4	4	3	20
18	5	4	4	5	5	23
19	4	4	4	5	4	21
20	5	5	4	5	4	23
21	5	4	5	4	4	22
22	5	4	4	3	4	20
23	4	4	5	4	4	21
24	5	4	5	5	4	23
25	4	5	5	4	4	22
26	4	4	5	4	5	22
27	4	5	4	4	3	20
28	5	4	4	5	4	22
29	5	5	4	4	5	23
30	5	4	4	3	5	21
31	4	5	4	5	5	23
32	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	3	19
34	5	5	4	5	4	23
35	5	4	4	3	4	20
36	5	4	5	5	4	23

37	4	4	4	5	5	22
38	5	5	4	4	4	22
39	4	5	5	3	4	21
40	4	5	4	5	4	22
41	5	5	4	4	4	22
42	5	4	4	5	5	23
43	4	5	5	5	4	23
44	3	4	4	5	4	20
45	5	5	4	5	4	23
46	5	5	4	3	4	21
47	4	5	5	4	4	22
48	5	4	4	5	5	23
49	5	5	4	4	4	22
50	4	4	4	4	4	20
51	4	5	4	3	4	20
52	5	4	5	4	4	22
53	5	5	5	4	5	24
54	4	4	5	4	4	21
55	4	4	5	3	4	20
56	3	5	4	5	4	21
57	5	5	5	5	4	24
58	4	4	4	4	4	20
59	5	5	4	4	4	22
60	5	4	4	5	5	23
61	5	5	5	4	5	24
62	5	5	5	5	4	24
63	5	5	4	4	4	22

64	5	5	4	3	4	21
65	5	5	4	5	4	23
66	5	5	5	4	4	23
67	4	5	4	4	5	22
68	4	5	5	4	5	23
69	4	5	4	4	4	21
70	4	5	5	5	4	23
71	4	4	4	4	4	20
72	5	4	5	5	4	23
73	3	4	4	5	4	20
74	5	4	4	5	4	22
75	4	5	5	4	5	23
76	4	4	4	5	4	21
77	3	4	5	5	4	21
78	4	5	5	3	4	21
79	4	5	4	5	4	22
80	5	5	4	4	4	22
81	5	4	4	5	5	23
82	4	5	5	5	4	23
83	3	4	4	5	4	20
84	5	5	4	5	4	23
85	5	4	4	5	4	22
86	4	5	5	4	5	23
87	4	4	4	5	4	21
88	3	4	5	5	4	21
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	4	5	4	23

91	5	5	5	4	4	23
92	4	5	4	4	5	22
93	4	5	5	4	5	23
94	4	5	4	4	4	21
Total						2064
Mean						22

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X2 mengenai Kualitas Layanan hasil perhitungannya dari 94 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2064 untuk variabel X2 dan rata-ratanya sebesar 22.

3. Jawaban Responden Terhadap Minat Investasi(Y)

Tabel 4.8

Responden	Minat Investasi (Y)					Total
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	5	4	21
2	5	4	4	4	3	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	4	23
5	4	5	4	3	4	20
6	4	5	5	5	4	23
7	5	5	4	5	3	22
8	5	4	4	4	4	21

9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	5	4	22
11	5	5	4	4	5	23
12	4	5	5	4	4	22
13	5	4	4	5	5	23
14	4	4	5	5	4	22
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	4	5	23
17	4	4	5	4	5	22
18	4	3	4	5	5	21
19	3	4	4	5	4	20
20	4	4	5	3	3	19
21	5	4	5	4	5	23
22	4	5	5	4	3	21
23	4	5	4	3	4	20
24	5	4	4	4	5	22
25	5	4	5	5	4	23
26	3	4	4	3	4	18
27	5	4	4	3	4	20
28	5	5	4	4	5	23
29	4	4	5	3	4	20
30	5	4	4	5	4	22
31	5	5	5	4	4	23
32	5	5	5	5	4	24
33	4	4	3	4	5	20
34	5	4	5	4	4	22
35	5	5	4	3	4	21

36	5	4	4	5	4	22
37	4	5	5	4	4	22
38	5	4	4	3	5	21
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	4	3	5	21
41	5	5	4	4	4	22
42	4	4	5	4	3	20
43	5	5	4	4	5	23
44	4	4	5	3	3	19
45	5	4	4	3	4	20
46	5	5	4	4	4	22
47	3	4	4	3	4	18
48	5	4	4	5	4	22
49	4	4	5	5	4	22
50	4	4	5	4	4	21
51	5	4	4	4	3	20
52	5	3	4	4	5	21
53	5	5	5	4	4	23
54	4	4	4	5	5	22
55	5	4	5	4	3	21
56	4	5	4	3	4	20
57	5	4	5	4	4	22
58	4	4	4	5	5	22
59	5	4	4	4	3	20
60	5	5	5	4	4	23
61	4	4	5	3	3	19
62	4	5	5	4	4	22

63	4	5	4	4	4	21
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	4	5	4	23
66	5	5	5	4	4	23
67	4	5	4	4	5	22
68	4	5	5	4	5	23
69	4	5	4	4	4	21
70	5	4	4	5	4	22
71	5	5	4	4	5	23
72	5	4	4	3	5	21
73	4	5	4	5	5	23
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	3	19
76	5	5	4	5	4	23
77	5	4	4	3	4	20
78	4	4	5	3	4	20
79	5	4	4	5	4	22
80	5	5	5	4	4	23
81	5	5	5	5	4	24
82	4	4	3	4	5	20
83	5	4	5	4	4	22
84	5	5	4	3	4	21
85	5	4	4	5	4	22
86	4	5	5	4	4	22
87	5	4	4	3	5	21
88	5	4	4	5	4	22
89	5	5	4	4	5	23

90	5	4	4	3	5	21
91	4	5	4	5	5	23
92	5	5	5	5	5	25
93	4	4	4	4	3	19
94	5	5	4	5	4	23
Total						2036
Mean						21.6

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Minat Investasi(Y) mengenai Promosi hasil perhitungannya dari 94 responden berdasarkan kuesioner atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 2036 untuk variabel Y dan rata-ratanya sebesar 21.6

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir item dalam instrument itu valid atau tidak dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total menggunakan program komputer SPSS. Apabila korelasi tiap item pertanyaan positif dan besarnya 0,30 keatas ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$) maka item butir tersebut valid dan jika korelasi dibawah 0,30 ($r_{hitung} < r_{tabel}$), maka item butir tersebut tidak valid dan harus diperbaiki.

a) Hasil Uji Validitas Promosi

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Promosi (X1)

Correlations						
	Item _1	Item _2	Item _3	Item _4	Item _5	Skor_ Total

		_1	_2	_3	_4	_5	Total
Item_1	Pearson Correlation	1	,078	,014	,146	,131	,516**
	Sig. (2-tailed)		,457	,895	,161	,207	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_2	Pearson Correlation	,078	1	,178	,102	,097	,524**
	Sig. (2-tailed)	,457		,085	,329	,350	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_3	Pearson Correlation	,014	,178	1	,070	-,180	,365**
	Sig. (2-tailed)	,895	,085		,503	,082	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_4	Pearson Correlation	,146	,102	,070	1	,129	,639**
	Sig. (2-tailed)	,161	,329	,503		,214	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_5	Pearson Correlation	,131	,097	-,180	,129	1	,495**
	Sig. (2-tailed)	,207	,350	,082	,214		,000
	N	94	94	94	94	94	94
Skor_ Total	Pearson Correlation	,516*	,524*	,365*	,639*	,495*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Kualitas Layanan (X2) pada r_{hitung} semuanya berada diatas 0,30 dan juga lebih besar dari pada r_{tabel} sebesar 0,200 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Kualitas Layanan (X2) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

c) Hasil Uji Validitas Minat Investasi

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Minat Investasi (Y)

Correlations						
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_ Total

Item_1	Pearson Correlation	1	,126	-,093	-,088	,188	,536**
	Sig. (2-tailed)		,226	,372	,399	,070	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_2	Pearson Correlation	,126	1	,098	-,164	,036	,416**
	Sig. (2-tailed)	,226		,349	,115	,728	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_3	Pearson Correlation	-,093	,098	1	,002	,101	,414**
	Sig. (2-tailed)	,372	,349		,984	,331	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_4	Pearson Correlation	-,088	-,164	,002	1	-,001	,413**
	Sig. (2-tailed)	,399	,115	,984		,989	,000
	N	94	94	94	94	94	94
Item_5	Pearson Correlation	,188	,036	,101	-,001	1	,524**
	Sig. (2-tailed)	,070	,728	,331	,989		,000
	N	94	94	94	94	94	94
Skor Total	Pearson Correlation	,536*	,416*	,414*	,413*	,524*	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,001	,000	,003	
	N	94	94	94	94	94	94
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas, dapat dilihat pada hasil uji validitas Minat Investasi (Y) pada r_{hitung} semuanya berada diatas 0,30 dan juga lebih besar dari pada r_{tabel} sebesar 0,200 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari setiap butir pernyataan variabel Minat Investasi (Y) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.12

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Promosi			
X1	$r_{hitung} > 0,200$		Valid

Kualitas Layanan		
X2	$r_{hitung} > 0,200$	Valid
Minat Investasi		
Y	$r_{hitung} > 0,200$	Valid

2. Uji Reabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliable atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian adalah dengan menggunakan alpha cronbach yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika $r_{hitung} >$ nilai kritis r_{tabel} product moment maka data penelitian dianggap reliable atau handal untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,275	3

Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas dari setiap item instrumen terhadap semua variabel diperoleh nilai Cronbach's Alpha $r_{hitung} 0,275 > r_{tabel} 0,200$ pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka instrument pernyataan memiliki reliable yang tinggi. Jadi, uji instrumen pada data semua variable sudah valid dan reliable untuk seluruh butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data.

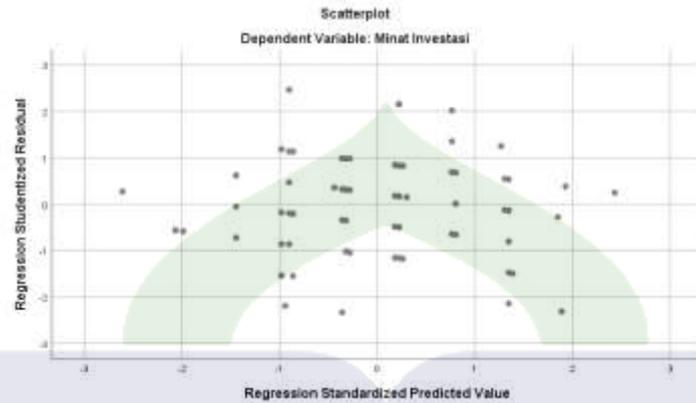
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapaun dasar pengambilan keputusannya, jika nilai sig $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.

Sebaliknya, jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

Gambar 4.1



Berdasarkan output Uji Heteroskedastisitas diatas dengan Scatterplots, dapat diketahui bahwa:

- Titik-titik pada data penyebaran berada diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- Penyebaran titik-titik data membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali pada persebarannya.
- Penyebaran titik-titik data tersebut tidak berpola.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Adapun untuk dasar pengambilan keputusannya, Jika nilai $Tolerance > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi, sebaliknya jika nilai $Tolerance < 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas pada model regresi.

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.112	4.327		4.186	.000		
Promosi	-.145	.153	-.117	-.945	.349	.982	1.018
Kualitas Pelayanan	.302	.143	.262	2.104	.040	.982	1.018

a. Dependent Variable: Minat Investasi

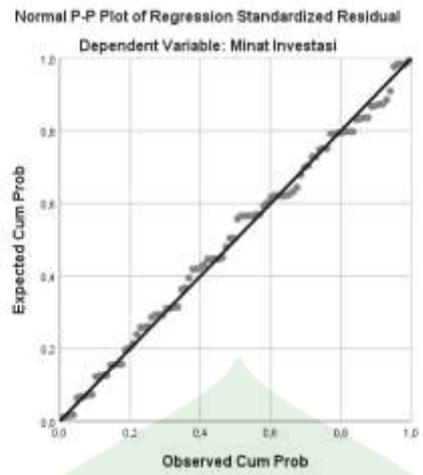
Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil SPSS diatas, maka diketahui bahwa nilai $0,982 > 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat korelasi (hubungan) antara variabel bebasnya.

5. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk meniali sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Kenormalan dari distribusi sebuah data adalah suatu keharusan yang harus terpenuhi ketika peneliti hendak melakukan analisis statistic parametric .uji normalitas merupakan bagian dari uji prasyarat atau asumsi klasik dalam analisis regresi.

Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah, data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik penyebarannya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data atau titik menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal.



Gambar 4.2

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebaran titik berada sepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat ditarik kesimpulannya bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Investasi karena telah memenuhi asumsi normalitas.

E. Hasil Penelitian

1. Uji One Sample T Test

Untuk mengetahui seberapa baik Promosi, Kualitas Layanan dan Minat Investasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang

a) Promosi (X1)

Pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil One Sample Statistics Variabel Promosi

One-Sample Test

	Test Value = 85					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Promosi	-397.737	93	.000	-62.672	-62.99	-62.36

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -397.737 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata promosi = 89% dari yang diharapkan.

b) Kualitas Layanan (X2)

Pengambilan keputusan sebagai berikut: jika H_0 lebih kecil atau sama dengan 80% dari skor ideal, dan H_a lebih besar dari 80% dari skor ideal.

$H_0 = < 80\%$

$H_a = > 80\%$

Tabel 4.16

Hasil One Sample Statistics Variabel Kualitas Pelayanan

	One-Sample Test					
	Test Value = 80					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper	
Kualitas Pelayanan	-345.230	93	.000	-58.109	-58.45	-57.77

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -345.230 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Nilai t hitung (-345.230) < t tabel (1,985), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bahwa Kepercayaan “paling tinggi 80% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata Kualitas Pelayanan = 86% dari yang diharapkan.

c) Minat Investasi (Y)

Pengambilan keputusan sebagai berikut: jika H_0 lebih kecil atau sama dengan

80% dari skor ideal, dan H_a lebih besar dari 80% dari skor ideal.

$H_0 = <80\%$

$H_a = >80\%$

Tabel 4.17

Hasil One Sample Statistics Variabel Minat Investasi

One-Sample Test						
	Test Value = 80					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Minat Investasi	-301.393	93	.000	-58.516	-58.90	-58.13

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil t test diatas diperoleh nilai t hitung sebesar -301.393 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985. Nilai t hitung $-301.393 < t$ tabel (1,985), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bahwa Kepuasan Nasabah “paling tinggi 85% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Dari perhitungan sampel ditemukan rata-rata Kepuasan Nasabah 85% dari yang diharapkan.

2. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel independen secara individu (*parsial*) mempengaruhi variabel dependen ini berarti menjelaskan Promosi dan Kualitas Layanan secara terpisah dapat mempengaruhi Minat investasi

Hasil Uji t yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 25 dapat dilihat pada tabel *Coefficients* hubungan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat nilai *p-value* . Nilai *p-value* yang memenuhi standar jika lebih kecil dari nilai *level of significant* yaitu 0,05.

Tabel 4.18**Hasil Uji t****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.112	4.327		4.186	.000
Promosi	-.145	.153	-.117	-.945	.034
Kualitas Pelayanan	.302	.143	.262	2.104	.004

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Tabel Uji t telah dilakukan pada variabel Promosi diketahui bahwa $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,034 < 0,05$ ini berarti Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial. Sedangkan pada variabel Kepercayaan diketahui $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,004 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial.

3. Uji Simultan (f)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen).

Hasil yang diperoleh dari Uji f yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 25 dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil f test menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika $p\text{-value}$ (pada kolom signifikan) lebih kecil dari $\text{level of significant}$ yaitu 0,05.

Tabel 4.19

Uji Simultan f
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.242	2	5.621	2.436	.002 ^b
	Residual	140.742	92	2.307		
	Total	151.984	93			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa *p-value* tersebut lebih besar dari *level of significant* yang telah ditentukan sebesar 0,05. Berarti Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Tabungan Emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang secara simultan, karena $0,002 < 0,05$.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Kualitas Layanan dan Kepercayaan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 – 1.

Tabel 4.20

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.272 ^a	.074	.044	1.519

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan gambar 4.20 di atas dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,74, dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,44 – 44%. Jika dilihat menggunakan tabel tingkat korelasi dan kekuatan hubungan pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai 44% memiliki tingkat hubungan yang lemah.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi liner berganda ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel yang ada biasanya variabel X dan Y menampilkan simbol dari suatu data dimana Y sebagai variabel terikat dan X sebagai variabel bebas.

Dalam penelitian ini regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui kelinieran pengaruh antara variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Investasi. Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan dengan program IMB SPSS maka didapatkan hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.112	4.327	4.186	.000
	Promosi	-.145	.153	-.945	.034
	Kualitas Pelayanan	.302	.143	.262	.004

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 18.112 + (-0.145)X_1 + 0.302X_2$$

Keterangan :

- Y = Minat Investasi
- a = Konstanta.
- = Koefisien Regresi.
- = Variabel Promosi
- = Variabel Kualitas Layanan

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

- A = konstanta sebesar 18.112 menyatakan bahwa jika variabel Promosi (X_1), variabel Kualitas Layanan (X_2) dianggap konstan, maka Minat Investasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang akan positif.
- = -0.145, koefisien regresi Promosi (X_1)-0.145 sebesar yang berarti apabila Promosi (X_1) negatif, maka dipastikan Kualitas Layanan tidak menjadi hal utama pada Kepuasan Nasabah.
- = 0,302 koefisien regresi Kualitas Layanan (X_2) sebesar 0,302 yang berarti apabila Kualitas Pelayanan (X_2) konstan, maka dengan meningkatnya kepercayaan akan membuat Kepuasan Nasabah meningkat.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai Koefisien Regresi (β) tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol makanya variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lainnya.

Jadi Variabel Kualitas Layanan merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Investasi, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,302 dibandingkan dengan variabel Promosi yang nilai koefisiennya hanya sebesar -0.145. Karena (β Kualitas Layanan) > (β Promosi) dimana $0,302 > -0.145$ sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengaruh adalah Kualitas Layanan.

Keterangan diatas bahwa Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi dikarenakan mendapatkan hasil yang negatif, dan Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Investasi dan variabel Kualitas Pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Keterangan diatas bahwa Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi dikarenakan mendapatkan hasil yang negatif, dan Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Investasi dan variabel Kualitas Pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat investasi.

6. Korelasi *Pearson Product Moment*

Dasar pengambilan keputusan, pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi. Berdasarkan nilai signifikansi jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi.

Tabel 4.22
Hasil Korelasi Secara Parsial
Correlations

		Promosi	Kualitas Pelayanan	Minat Investasi
Promosi	Pearson Correlation	1	.134	-.082
	Sig. (2-tailed)		.292	.517
	N	94	94	94
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.134	1	.246**
	Sig. (2-tailed)	.292		.002
	N	94	94	94
Minat Investasi	Pearson Correlation	-.082	.246**	1
	Sig. (2-tailed)	.517	.050	
	N	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan nilai signifikan (*sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi (X_1) dengan Minat investasi (Y) nilai signifikansi $0,517 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara X_1 dan Y, maka ditolak. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan,

disimpulkan bahwa nilai korelasi X_1 terhadap Y yaitu -0.082 yang artinya sama sekali tidak berkorelasi.

Selanjutnya antara Kualitas Layanan (X_2) dengan Minat Investasi (Y) nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Layanan (X_2) dengan variabel Minat Investasi (Y), maka diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X_2 terhadap Y yaitu 0.246 yang artinya tingkat korelasinya lemah.

Terakhir antara variabel X_1 dengan variabel X_2 nilai signifikansi adalah $0.292 > 0,05$ yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antara X_1 dengan X_2 yang artinya ditolak. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X_1 terhadap X_2 yaitu $0,134$ yang artinya tidak ada korelasi.

Tabel 4.23

**Hasil Korelasi secara simultan
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.272 ^a	.074	.044	1.519	.074	2.436	2	61	.002

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber : data diolah menggunakan SPSS

Setelah sebelumnya telah di jelaskan hubungan antara masing-masing variabel secara parsial terhadap Minat Investasi, Maka tabel 4.23 diatas menggambarkan

hubungan variabel X secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat Investasi.

Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:

Jika *Sig f change* < 0,05. Maka berkorelasi

Jika *Sig f change* > 0,05. Maka tidak berkorelasi

Melihat tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Sig f change* adalah $0,002 < 0,05$ artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi (X_1) dan Kualitas Pelayanan(X_2) secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat investasi (Y), maka diterima. Kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai korelasi X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap Y yaitu 0,272 yang artinya korelasi Cukup.

F. Pembahasan

1. Variabel Promosi di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang

Dari hasil uji one sampel t test, diperoleh Nilai t hitung $(-301,393) < t$ tabel (1,985). Data yang diharapkan, Seberapa baik Promosiyaitu sebesar 85%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan 4 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 89%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden = $5 \times 4 \times 94 = 1880$. Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Promosiyaitu total $X_1 /$ nilai skor ideal = $1.880 / 2100 = 0,89$ atau 89% dengan skor klasifikasi sangat baik.

2. Variabel Kualitas Pelayanan di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang

Dari hasil t test diatas diperoleh Nilai t hitung $(-345,230) < t$ tabel (1,985). Data yang diharapkan, Seberapa baik Kualitas Layananyaitu sebesar 80%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan 16 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 86%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden = $5 \times 16 \times 94 = 7520$. Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Promosi yaitu total $X_2 /$ nilai skor ideal = $2064 / 7520 = 0,86$ atau 86% dengan skor klasifikasi sangat baik.

3. Variabel Minat investasi Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang

Dari hasil t test diatas diperoleh Nilai t hitung (-301,393) < t tabel (1,985). Data yang diharapkan, Seberapa baik Minat investasiyaitu sebesar 80%, sedangkan data yang terkumpul dari sampel dengan 5 item pernyataan dari angket yaitu sebesar 85%. Untuk memperoleh nilai skor ideal yaitu Skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden= 5 x 5 x 94 = 2350. Untuk memperoleh nilai ideal dari variabel Minat investasi yaitu total Y / nilai skor ideal =2036 / 2350 = 0,86 atau 86% dengan skor klasifikasi sangat baik.

4. Hubungan Antara Promosi Dengan Minat Investasi

Hasil uji validitas dari empat butir pernyataan pada variabel Promosi diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan data $r_{hitung} > 0,275$ hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel Promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hasil Uji t menunjukkan variabel X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Dengan ketentuan, nilai *signifikansi* (Sig) < 0,05 atau $0,034 < 0,05$.

Hasil uji Korelasi berdasarkan nilai *signifikansi* (Sig) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi (X_1) dengan Minat Investasi (Y) dimana nilai signifikansi $0,517 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat korelasi yang signifikan. Maka ditolak. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu -0,082 atau tidak memiliki korelasi sama sekali.

5. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Minat Investasi

Hasil uji validitas dari ke 16 butir pernyataan pada variabel Kepercayaan diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > 0,275$ hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan diperoleh yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hasil Uji t menunjukkan variabel X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Dengan ketentuan, nilai *signifikansi* (Sig) < 0,05 atau $0,002 < 0,05$.

Hasil uji Korelasi berdasarkan nilai *signifikansi* (Sig) dari tabel korelasi dapat diketahui antara Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Minat Investasi (Y) dimana nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan.

Maka dapat disimpulkan bahwa diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0.246 atau tingkat korelasinya lemah.

6. Hubungan Antara Promosi Dengan Kualitas Pelayanan

Hasil uji Korelasi berdasarkan nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara Promosi (X_1) dengan Kualitas Pelayanan (X_2) dimana nilai signifikansi $0.292 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa ditolak. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0.134 atau tidak ada korelasi.

7. Hubungan Antara Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji validitas dari ke lima butir pernyataan pada variabel Kepuasan Nasabah diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > 0,275$, hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel Promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hasil Uji *f* menunjukkan variabel X_1 dan variabel X_2 secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Y*. Dengan ketentuan, jika *p-value* $< level\ of\ significant$ atau $0,002 < 0,05$.

Hasil uji Korelasi simultan berdasarkan nilai *Sig f change* dari tabel korelasi secara simultan dapat diketahui antara Promosi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan Minat Investasi (*Y*) dimana nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa diterima. Dengan tingkat kekuatan hubungan yaitu 0,272 atau tingkat korelasinya cukup.

8. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat investasi

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 18.112 + -0.145X_1 + 0,302 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

A = Konstanta sebesar 18.112 menyatakan bahwa jika variabel Promosi (X_1), variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dianggap konstan, maka Minat Investasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang akan positif.

= -0.145, koefisien regresi Promosi (X_1)-0.145 sebesar yang berarti apabila Promosi (X_1) negatif, maka dipastikan Kualitas Pelayanan tidak menjadi hal utama pada Kepuasan Nasabah.

= 0,302 koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,302 yang berarti apabila Kualitas Pelayanan (X_2) konstan, maka dengan meningkatnya Kualitas Pelayanan akan membuat Minat Investasi meningkat.

Jadi Variabel Kualitas Pelayanan merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Investasi, dimana nilai koefisiennya sebesar 0,302 dibandingkan dengan variabel Promosi yang nilai koefisiennya hanya sebesar -0.145

