



PENGARUH KUALITAS PRODUK AMANAH PEGADAIAN SYARIAH PROBOLINGGO TERHADAP MINAT MASYARAKAT UNTUK MEMBELI KENDARAAN BARU ATAU SECOND

Hosnawiyah¹, Abu Yazid Adnan Quthny², & Cici Widya Prasetyandari³

^{1,2,&3}*Jurusan Manajemen Keuangan Syariah, Universitas Islam Zainal Hasan Genggong Kraksaan
Probolinggo Jawa Timur*

Email : hosnawiyah0611@gmail.com, a.yazid.aq@gmail.com, ciciwidyaprsetyandari@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk amanah pegadaian syariah terhadap minat masyarakat dalam membeli kendaraan baru atau second. Populasi penelitian ini adalah seluruh klien pegadaian syariah Probolinggo. Orang yang membeli produk amanah dari Juli hingga September 2023 yang berjumlah 40 responden. Sedangkan metode pemilihan sampelnya menggunakan metode sampel jenuh. Metode Penelitian ini menggunakan regresi linear yang mudah. Hasil studi menunjukkan nilai *r squared* 0,693. Artinya, kualitas produk amanah pegadaian syariah Probolinggo berpengaruh sebesar 69,3% terhadap keinginan masyarakat untuk membeli kendaraan baru atau second. Hasil pengujian juga mengkonfirmasi bahwa faktor kualitas produk berdampak positif dan penting untuk kepentingan masyarakat.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Minat Masyarakat, Pembiayaan Amanah, Pegadaian Syariah.

ABSTRACT

*The purpose of this analysis is to find out how the quality of amanah pegadaian sharia products affects people's interest in buying new or second-hand vehicles. The population of this research is all clients of pegadaian syariah Probolinggo. People who purchased amanah products from July to September 2023, totaling 40 respondents. Meanwhile, the sample selection method uses the saturated sample method. This research method uses easy linear regression. The study results show an *r squared* value of 0.693. This means that the quality of amanah pegadaian syariah Probolinggo products has an influence of 69.3% on people's desire to buy new or second-hand vehicles. The test results also confirm that product quality factors have a positive impact and are important for the benefit of society.*

Keywords : High-Quality Product, The General Interest, Amanah Financing, Sharia Pawnshops.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan perekonomian masyarakat maka diperlukan suatu organisasi atau lembaga yang mempunyai pengelolaan keuangan. Hal ini yang melatar belakangi terbentuknya lembaga keuangan, lembaga keuangan modern pada awalnya terdiri dari bank, oleh karena itu lembaga keuangan harus berfungsi sebagai perantara antara kedua belah pihak yang memiliki pihak yang memiliki *surplus* dan pihak yang memiliki defisit. Lembaga keuangan lain, seperti lembaga keuangan nonbank, dapat mengikuti contoh ini. yang mengalami pertumbuhan pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Fajrin & Muamar, 2019)

Ekonomi digerakkan oleh lembaga keuangan, baik bank maupun nonbank. Bank dan lembaga nonbank memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan mengalokasikan dana masyarakat dengan tepat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui peran strategis mereka. Lembaga keuangan non-bank dan bank berperan penting dalam mendukung infrastruktur kelancaran perekonomian (Ramadhan, 2020)

Pegadaian syariah adalah salah satu jenis organisasi keuangan nonbank yang ditujukan untuk masyarakat umum yang sangat membutuhkan dana segera. Pegadaian berbasis syariah memberikan pembiayaan dengan persyaratan gadai sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Lembaga kemudian menilai jaminan tersebut. Nilai estimasi jaminan mempunyai pengaruh yang besar terhadap jenis akad nilai pinjaman. Gadai adalah salah satunya utang dan piutang di mana orang yang memiliki hutang menggadaikan barangnya sebagai garansi untuk kewajibannya. Dalam fiqih Islam, konsep ini disebut dengan istilah *rahn* atau gadai (Koni & Saifullah, 2022).

Cabang Syariah PT. Pegadaian (Persero) di Probolinggo menyediakan layanan seperti uang bisnis, gadai syariah, arrum, amanah, mulia, tabungan emas, emasku, listrik, air, internet, televisi berlayar,

pembayaran iuran asuransi kesehatan, dan lain-lain. Investasi emas, tabungan emas, pendaftaran, pegadaian digital atau *online*, kredit cepat aman (KCA), dan cek harga emas antara lain. Nasabah juga dapat mendapatkan pinjaman, kredit, atau kredit yang dijamin dengan surat BPKB kendaraan mereka di kantor ini yaitu roda dua, tiga dan empat. Sertifikat tanah dan komoditas lainnya. Fokus Studi ini adalah hasil dari pembiayaan amanah. (Rumengan et al, 2023).

Produk Pembiayaan Amanah pembiayaan dasar syariah yang dimaksudkan tentang pengusaha kecil dan karyawan yang tetap yang memiliki kendaraan roda dua, tiga, atau empat. Pembiayaan Amanah menawarkan uang muka dan angsuran yang tetap, yang merupakan metode yang tepat dan menghasilkan hasil yang menguntungkan. Selain itu, transaksi terjadi berdasarkan dasar syariah yang menentramkan dan adil. Ini adalah jenis pembiayaan amanah yang memberikan pembiayaan dengan uang muka 10% untuk sepeda motor dan 20% untuk mobil. Pembiayaan dapat diberikan dalam jangka waktu yang fleksibel selama 12–18 bulan, 24–36 bulan, dan 60 bulan dengan tarif (*mu'nah*) yang menarik. Pegadaiansyariah.co.id menawarkan layanan pembiayaan yang mudah, cepat, dan cepat untuk kendaraan baru atau bekas.

Produk Amanah yang ditawarkan oleh pegadaian PT. Pegadaian (Persero) Syariah kota Probolinggo, memberikan dampak positif terhadap masyarakat yang berpenghasilan sedang atau rendah. Dengan banyak bersosialisasi, meningkatkan kualitas produk baik untuk memberi tahu orang tentang keuntungan produk Amanah, meningkatkan minat masyarakat (Mardiana et al, 2023). Produk pembiayaan Amanah memiliki banyak keunggulan namun di masyarakat masih banyak yang melakukan pembiayaan di leasing yang mana bunganya lebih besar dibandingkan produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah.

Setelah mendapatkan dorongan dari produk yang dia lihat, minat beli timbul dan menyebabkan keinginannya untuk membeli dan memilikinya. Minat beli dikaitkan dengan keinginan pembeli untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Menarik minat beli untuk konsumen, lokasi yang mudah diakses dan harga yang masuk akal. (Tania et al, 2022).

Salah satu permasalahan ini penulis ingin mencari tahu bagaimana persepsi komunitas mengenai produk Amanah PT. Pegadaian Syariah, sehingga masih banyak masyarakat memilih produk pembiayaan di leasing sedangkan di pegadaian sudah ada produk amanah dengan banyak keunggulan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Ernawati (2019), salah satu faktor utama yang memengaruhi pilihan konsumen untuk membeli barang adalah kualitas barang. Konsumen akan tertarik untuk membeli barang dengan kualitas yang lebih baik. Sebagaimana dinyatakan oleh Lesmana (2019), kualitas produk adalah kondisi yang terus berubah yang berkaitan dengan produk, individu atau pekerja, dan tempat untuk memenuhi kebutuhan semua pelanggan.

Ada 4 Dimensi kualitas produk terdiri dari empat dimensi, menurut Tjiptono (2015).

1. Kinerja adalah karakteristik operasi utama produk inti yang dibeli dan memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsinya. Dimensi kinerja jasa atau produk dapat berbeda berdasarkan nilai fungsional yang dijanjikan oleh perusahaan. Rasa yang enak adalah ukuran kinerja dalam bisnis makan.
2. Sifat atau Keistimewaan Ekstra (Keistimewaan) Karakteristik sekunder atau fitur tambahan produk ini juga dapat digunakan sebagai karakteristik yang membedakan produk dengan produk pesaing sejenis. Tingkat kepuasan

pelanggan terhadap suatu produk dapat ditentukan oleh fitur yang diberikan.

3. Keandalan (*Reliability*) - Keandalan produk menunjukkan seberapa kecil kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal. Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh resiko kerusakan produk, karena semakin besar resiko yang diterima konsumen terhadap produk tingkat kepuasan pelanggan yang lebih rendah.
4. Kemampuan melayani : Ini mencakup kecepatan, kemampuan, kenyamanan, penyelesaian masalah yang cepat, dan penanganan keluhan yang memuaskan. Jika ada produk yang rusak atau gagal, maka dapat diartikan bahwa jika ada produk yang rusak atau gagal, maka akan ada kesiapan untuk memperbaikinya sehingga pelanggan tidak merasa dirugikan.

Minat Beli

Kotler menurut Abzari et al, (2014), minat beli didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang ingin memilih dan mengkonsumsi suatu barang. Ini terjadi apabila konsumen telah dipengaruhi oleh kualitas dan kualitas produk serta informasinya. Beberapa tanda minat beli, sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yang menunjukkan bahwa seseorang cenderung membeli barang;
2. Minat referensial, yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk menyarankan barang-barang kepada orang lain;
3. Minat preferensial, yang menunjukkan tindakan seseorang yang sangat tertarik pada produk tersebut; dan
4. Minat eksploratif, yang menunjukkan bagaimana seseorang terus mencari tahu tentang produk.

Dengan mempertimbangkan teori Hipotesis penelitian ini, seperti yang

disebutkan sebelumnya, adalah sebagai berikut:

H₀ : Produk Amanah Pegadaian Syariah Probolinggo tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membeli kendaraan baru atau second.

H_a : Produk Amanah Pegadaian Syariah Probolinggo berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membeli kendaraan baru atau second.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Karundeng et al, (2029) yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada *Home Industry* pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Arumang Barat. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas produk merupakan variabel yang tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Jika kualitas produk baik maka akan timbul minat beli dan konsumen akan merasa puas. Dalam hal ini usaha Pia Deisy harus lebih meningkatkan kualitas produk agar lebih diminati dan akan berdampak baik bagi usaha rumahan Pia Deisy.

Penelitian yang dilakukan oleh Febrian (2019) mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli lembur batik. secara simultan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli dengan pengaruh kualitas produk sebesar 0,577 dan signifikan terhadap harga 0,263 dan secara simultan pengaruh kedua variabel pada minat beli 0,354. Dari hasil penelitian secara parsial mengetahui kualitas produk yang lebih dominan berpengaruh pada minat beli dibandingkan harga.

Penelitian yang dilakukan oleh Satria (2017) mengenai pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi dan kualitas produk

berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Variabel harga, promosi dan kualitas produk juga memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kontribusi variabel bebas (harga, promosi dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (minat beli) adalah sebesar 68.9%. Variabel bebas yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah faktor kualitas produk

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yang data analisis nya menggunakan teknik analisis statistik. Karena data yang dikumpulkan, metode ini disebut kuantitatif yang terkumpul dalam penelitian ini menggunakan data sebagai alat untuk mendapatkan informasi atau penjelasan.

Studi kuantitatif adalah jenis studi di mana jumlah digunakan, mulai dengan proses pengumpulan informasi yang diperoleh dari observasi yang kemudian dianalisis, hingga presentasi akhir penelitian. Penelitian jenis korelasi mengumpulkan sejumlah informasi untuk menentukan apakah variabel X dan variabel Y berkorelasi satu sama lain. Selain itu, pada tahap akhir penelitian, akan lebih baik jika digabungkan dengan gambar untuk memperjelas data yang telah dianalisis (Zuhairi, 2016). Penelitian ini menggunakan metode korelasional kuantitatif. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana variabel X berdampak pada variabel Y.

Studi ini juga menggunakan data awal. Sumber data langsung, seperti hasil wawancara dan kuesioner, disebut data primer (Sugiyono, 2021). Data utama penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada nasabah produk amanah pegadaian syari'ah probolinggo. Penyebaran kuesioner melalui *google form*.

Kuesioner merupakan metode untuk mengumpulkan data dari responden dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Metode ini menggunakan *skala likert* dan memberikan tanggapan dengan gradasi

sangat setuju, tidak setuju, netral, atau sangat tidak setuju.

Populasi terdiri dari nasabah produk amanah yang terdaftar sampai bulan September 2023. Populasi penelitian ini berjumlah 40 nasabah produk amanah pegadaian syariah Probolinggo. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel total atau sensus. *Sampling* hasil sensus adalah suatu teknik pemilihan sampel di mana seluruh elemen kumpulan orang menjadi sampel. Dalam teknik ini, semua unit populasi diambil sebagai sampel, sehingga tidak ada unit yang dikecualikan atau diabaikan. Metode *sampling total* digunakan ketika populasi sangat kecil ataupun terbatas, sehingga memungkinkan pengambilan seluruh elemen populasi (Sugiyono, 2021).

Teknik sumber data adalah metode atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan untuk studi atau penelitian. Teknik ini melibatkan serangkaian langkah atau prosedur yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan akurat sesuai dengan tujuan peneliti (Noor, 2012). Dalam penelitian ini, kuesioner adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Analisis regresi linear sederhana adalah metode untuk menganalisis data yang digunakan, dimana kualitas produk adalah

variabel independen, dan minat beli adalah variabel dependen. Alat yang digunakan adalah pemeriksaan validitas dan reabilitas. Sedangkan uji hipotesis klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikoloniaritas dan tes heteroskedastisitas. Ada evaluasi Uji koefisien determinasi dan regresi linear sederhana (R^2), dan uji T (parsial) yang dibutuhkan oleh peneliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pertimbangan reliabilitas dan validitas variabel X dan Y. dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS 22. Setelah kuesioner dibagikan kepada 40 pelanggan, analisis reliabilitas dan validitas survei dilakukan.

Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan validitas kuesioner :

- I. Pernyataan ini valid jika r tabel lebih besar dari r hitung.
- II. Pernyataan tersebut tidak valid jika r menghitung tabel. Nilai r tabel sebesar 0,312 ditemukan dengan menggunakan metode pencarian r tabel dengan $N = 40$ dan signifikansi 5% pada distribusi nilai r tabel statistik.

Nilai signifikansi ditunjukkan di bawah ini nilai signifikansi 0,05 dianggap masuk akal di atas 0,05 dianggap tidak masuk akal.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
X1	0.755	0,312	Valid
X2	0,807	0,312	Valid
X3	0,514	0,312	Valid
X4	0,644	0,312	Valid
X5	0.645	0,312	Valid
X6	0.657	0,312	Valid
X7	0,652	0,312	Valid

Sumber: Output Uji Validitas SPSS 22 (2023)

Setelah melakukan Uji validitas variabel kualitas barang amanah, Semua koefisien korelasi variabel indikator yang dievaluasi ditampilkan dalam bentuk angka.

yang berada di atas r tabel, yang dapat dilihat di tabel 1, yang berarti bahwa semua metrik yang diteliti valid pada r tabel.

a. Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Indikator	r_{hitung}	r_{table}	Status
Y1	0,815	0,312	Valid
Y2	0,819	0,312	Valid
Y3	0,879	0,312	Valid
Y4	0,824	0,312	Valid
Y5	0,837	0,312	Valid

Sumber : Output Uji Validitas SPSS 22 (2023)

Pada tabel 2 sesuai dengan hasil penelitian tentang validitas variabel minat masyarakat.

Menurut Sujerweni (2014), kuesioner dianggap kredibel jika Nilai Cronbach alphanya di atas 0,6.

b. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X)

Tabel 3. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X)

Indikator	Alpha	Status
X1	0,903	Reliable
X2	0,903	Reliable
X3	0,903	Reliable
X4	0,903	Reliable
X5	0,903	Reliable
X6	0,903	Reliable
X7	0,903	Reliable

Sumber: Output Uji Reabilitas SPSS 22 (2023)

Setelah uji reliabilitas instrumen penelitian, masing-masing indikator menerima nilai Cronbach's Alpha 0,903, yang menunjukkan bahwa jika nilainya masing-masing indikator jika nilainya lebih

besar dari 0,6 dapat dianggap dapat diandalkan, mengingat 0,941 lebih besar dari 0,6.

c. Uji Reabilitas Variabel Minat Masyarakat (Y)

Tabel 4. Uji Reabilitas Variabel Minat Masyarakat (Y)

Indikator	Alpha	Status
Y1	0,891	Reliabel
Y2	0,891	Reliabel
Y3	0,891	Reliabel
Y4	0,891	Reliabel
Y5	0,891	Reliabel

Sumber : Output SPSS 22 (2023)

Setelah menguji reliabilitas masing-masing indikator, nilai alpha Cronbach, 0,891 untuk setiap metrik menunjukkan bahwa nilainya melebihi 0,6, yang menunjukkan bahwa semua metrik di atas dapat diandalkan karena nilai 0,891 lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik digunakan, sebagai dijelaskan oleh Ghozali (2018). Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa estimasi koefisien regresi tepat,

konsisten, dan tidak bias. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa pemeriksaan telah memenuhi normalitas,

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dibuat untuk menentukan apakah data distribusi yang masuk akal atau tidak. Tingkat signifikansi adalah 5%. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan distribusi data yang normal, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan distribusi yang tidak normal. Tabel 9 menunjukkan hasil uji normalitas.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90579268
Most Extreme Differences	Absolute	.145
	Positive	.145
	Negative	-.098
Test Statistic		.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.035 ^c

Sumber: Output SPSS 22 (2023)

Hasil uji seperti yang ditunjukkan oleh normalitas di atas, nilai signifikansi 0,035 melebihi 0.05. Jadi nilai residual distribusi normal.

b. Uji Multikoloniaritas

Multikoloniaritas *test* menentukan hubungan atau hubungan antara variabel individu. Jika komponen perbedaan inflasi VIF di bawah 10 dan nilai tolerabilitas jika lebih besar dari 0,1. Maka multikoloniaritas belum terjadi.

Tabel 6. Hasil Uji Multikoloniaritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.378	2.134		.646	.522		
	TOTAL	.657	.071	.833	9.269	.000	1.000	1.000

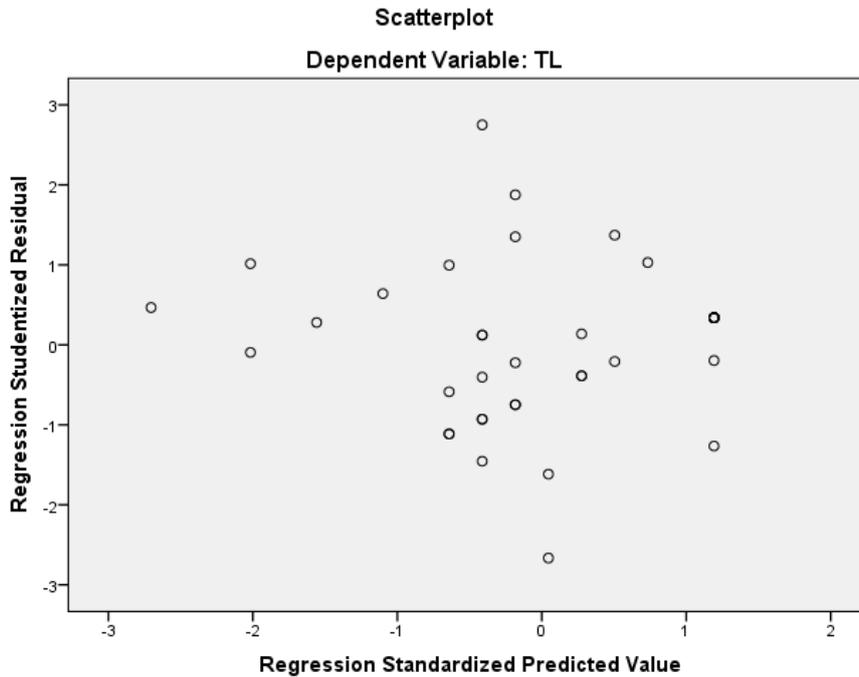
Sumber : Ouput SPSS 22 (2023)

Tidak ada multikoloniaritas dalam data ini karena nilai VIF variabel kualitas produk (X) dan variabel minat masyarakat (Y) adalah $1.000 < 0,1$, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varian meodel regresi berbeda antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 22 (2023)

Jika hasilnya seperti di atas penyebaran huruf 0 maka uji tersebut tidak terjadi uji heteroskedastisitas.

Persamaan regresi harus lulus sebelum dapat digunakan untuk prediksi uji signifikansi dan linieritas (Sugiyono, 2021). Tabel berikut menunjukkan data yang dikumpulkan.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.378	2.134		.646	.522
	X	.657	.071	.833	9.269	.000

Sumber : Output SPSS 22 (2023)

Menurut persamaan regresi linear, $Y = a + b X$.

signifikan dan linier. Jumlah nasabah biasanya akan berkurang sebesar 2.134 poin dengan konstanta 1.378 jika prosedur pembiayaan amanah menurun, menurut model regresi.

Tabel 7 menunjukkan hasil tes signifikansi dan linearitas menunjukkan bahwa regresi $Y = 1.378 + 0.657 X$ sangat

Nilai t-tabel yang memiliki nilai sig 0,05 dan nilai df-2 = 38 adalah karena t-hitung lebih besar dari t-tabel = 9,269 daripada 2,024, Hipotesis ditolak karena H₀ ditolak dan H_a diterima. Pengaruh Kualitas Produk (X) dan Kepentingan Publik (Y) dalam Pegadaian Syariah Probolinggo memiliki dampak yang signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.693	.685	1.93071

Sumber : Output SPSS 22 (2023)

Uji T (Parsial)

Menurut Sugiyono (2021), variabel bebas dan variabel terikat dibandingkan melalui uji individual, atau uji t. Data untuk variabel yang ditunjukkan dengan huruf masing-masing sirkulasi X dan Y adalah linier dan normal., menurut uji analisis. Analisis parametrik kemudian digunakan untuk menguji hipotesis dengan uji T.

Koefisien determinasi (R²) dapat digunakan untuk menghitung pengaruh kualitas produk (X) terhadap minat masyarakat (Y). Hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat untuk nilai r yang berkisar antara 0 dan 1, dan sebaliknya, hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin lemah ketika nilai r lebih besar menurun ketika nilai r lebih rendah.

Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS *Statistics* 22. Hasilnya adalah sebagai berikut : kualitas produk Amanah Pegadaian Syariah Probolinggo berpengaruh sebesar 69,3% terhadap keinginan masyarakat untuk membeli mobil baru atau bekas, dengan faktor lain sebesar 30,7% uji hipotesis dalam uji T:

Tabel 9. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.378	2.134		.646	.522
	X	.657	.071	.833	9.269	.000

Sumber : Output SPSS 22 (2023)

Dengan menggunakan statistika SPSS 22, kami menemukan hasil pengujian dan menemukan bahwa nilai sig. uji T adalah 0,000 kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa apakah variabel Y dan variabel X secara signifikan dipengaruhi oleh variabel X. Nilai t hitung adalah 9,269 lebih besar dari 2,024, yang menunjukkan bahwa variabel X memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel Y. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, H₀ ditolak jika thitung lebih besar dari t-tabel. Sedangkan, jika thitung

lebih kecil dari t-tabel, Kami dapat mengambil kesimpulan bahwa minat masyarakat terhadap produk amanah dipengaruhi oleh kualitasnya membeli kendaraan baru atau second.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Mardiana et al, (2022) mengenai motivasi komunitas untuk mendaftar untuk haji dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Arrum Haji Pegadaian Cabang Probolinggo. Hasil Studi menunjukkan bahwa minat konsumen

terhadap produk bergantung pada kualitasnya. Dan hasil penelitian juga menjawab teori dari Sabaruddin et al, (2022) bahwa produk yang berkualitas akan mempengaruhi konsumen berdampak pada minat beli melalui desain dan variabel dan lain lain. Kualitas produk yang baik akan aman untuk membeli produk tersebut. Perusahaan mendapatkan keuntungan dari konsumen. Konsumen tersebut melakukan pembelian kembali bahwa produk tersebut memiliki kualitas dan keamanan yang baik.

KESIMPULAN

Conformance (kesesuaian), *Features* (fitur), *Reliability* (keandalan), *Serviceability* (kemampuan pelayanan) merupakan 4 indikator yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana kualitas barang amanah pegadaian syariah Probolinggo terhadap minat individu, dalam membeli kendaraan baru atau second. Terdapat empat jenis minat-minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif digunakan untuk mewakili variabel Y. Uji statistik Berdasarkan uji, regresi linear sederhana digunakan. statistik yang dilakukan meunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas Produk Amanah di Pegadaian Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi., Ghassemi, Reza Abachian., & Vosta, Leila Nasrolahi. 2014. Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 143(71), p. 822-826
- Ernawati, Diah. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), p. 17-32.
- Fajrin, Oktavia., & Muamar, Afif. 2019. Strategi Pemasaran Pembiayaan Arum Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah 1 di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Cirebon Bisnis Center. *Tawazun : Journal of Sharia Economic Law*, 2(2), p. 163-182.
- Febrian, Feby. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Lembur Batik. *EKONOMI INSENTIF*, 13(1), p. 41-55.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Karundeng, Nikita., Kalangi, Johny A. F., & Walangitan, Olivia. 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Home Industry Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), p. 83-90.
- Koni, Wiwin., & Saifullah. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Produk Amanah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), p. 38-53.
- Lesmana, Rosa. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT. Paragon Tehnology And Innovation. *KOMPETITIF : Jurnal Pemasaran*, 2(3), p. 59-72.
- Mardiana, Rosyida Aprilya., Rusly, Fathullah., & Maulidiyah, Nailin Nikmatul. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Arrum Haji Pegadaian Cabang Probolinggo Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mendaftar Haji. *Muamalat : Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 15(1), p. 49-58.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah)*. Kencana. Jakarta.
- Ramadhan, Alfitra. 2020. Analisis Pembiayaan Produk Amanah pada Unit Pegadaian Syariah Simpang Benteng Payakumbuh. *Skripsi*,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar.

- Rumengan, Nurjana., Soegoto, Agus S., & Tawas, Hendra N. 2023. Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Penjualan Produk Amanah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado. *Jurnal EMBA*, 11(02), p. 546-560.
- Sabaruddin, Rasfiuddin., Adawiah, Rabiah Adatul., Muldani, Veri. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Mahkota Sukses Indonesia (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Mahkota Sukses Indonesia Di Parepare). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), p. 5926-5934.
- Satria, Areif Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Strart-Up Bisnis*, 2(1), p. 45-53.
- Sugiyono. 2021. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Tania, Arrahma Elian., Hemawan, Haris., & Izzuddin, Ahmad. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK : Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 11(1), p. 75-84.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Jakarta.
- Zuhairi. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Rajawali Press. Jakarta.