

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, semakin tepat pula pengukur itu mengenai sasarannya. Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi *product moment* (Sutrisno Hadi, 1991.hlm57).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{XY} = Korelasi *product moment*

X = Skor total dari setiap item

Y = Skor/nilai dari setiap item

N = Jumlah sampel

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan program *SPSS for Windows Release 11.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1.

Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Nomor Butir	r hitung	Kesimpulan
1.	Jasa Gadai	1	0,733	Valid
		2	0,791	Valid
		3	0,683	Valid
2.	Jasa Taksiran	1	0,750	Valid
		2	0,782	Valid
		3	0,748	Valid
3.	Jasa Titipan	1	0,738	Valid
		2	0,797	Valid
		3	0,680	Valid
4.	Motivasi konsumen	1	0,840	Valid
		2	0,852	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data.

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) = 5% dan $n = 100$, uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$. Jumlah sampel (n) = 100 dan besarnya df dapat dihitung $100 - 2 = 98$, maka dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh

nilai r tabel = 0,196 (uji dua sisi). Apabila r hitung lebih besar dari r tabel berarti ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuisioner sebagai alat pengukur dikatakan valid dan demikian juga sebaliknya. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir instrumen lebih besar dari r tabel (0,196), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir dalam instrumen penelitian ini valid.

4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi 2 kali atau lebih. Dalam pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, yang rumusnya adalah sebagai berikut: (Suharsimi, 1991.hlm 61)

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σt^2 = varians total

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program *SPSS for Windows Release 11.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
1.	Jasa Gadai	0,7950	Reliabel
2.	Jasa Taksiran	0,8078	Reliabel
3.	Jasa Titipan	0,7970	Reliabel
4.	Motivasi konsumen	0,8631	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1. Reapeated Measure atau pengukuran ulang : Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. Onc shot atau pengukuran sekali saja : disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Nunnaly, 1967.hlm87)

Dengan menggunakan metode one shot atau pengukuran sekali saja maka apabila Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60 berarti kuisisioner sebagai alat pengukur dikatakan reliabel dan demikian juga sebaliknya. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha (α) dari instrumen dalam penelitian ini

lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden maka dapat diidentifikasi karakteristik dari responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelaminnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3.
Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Laki-laki	56	56 %
2.	Perempuan	44	44 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 56 orang (56 %) dan sisanya sebanyak 44 orang (44 %) adalah perempuan.

Daerah Asal Responden

Berdasarkan daerah asalnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel 4.4 di bawah :

Tabel 4.4.
Klasifikasi Responden Menurut Daerah asal

No.	Daerah Asal	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Yogyakarta	48	48 %
2.	Luar Yogyakarta	52	52 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari luar Yogyakarta yaitu sebanyak 52 orang (52 %) dan sisanya sebanyak 48 orang (48 %) berasal dari Yogyakarta.

Status Tempat Tinggal Responden

Berdasarkan status tempat tinggalnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.5.
Klasifikasi Responden Menurut Status Tempat Tinggal

No.	Status Tempat Tinggal	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Rumah Sendiri	32	32 %
2.	Kontrak rumah	10	10 %
3.	Kost	46	46 %
4.	Ikut saudara	12	12 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini bertempat tinggal di kost yaitu sebanyak 46 orang (46 %), kemudian yang bertempat tinggal di rumah sendiri sebanyak 32 orang (32 %) dan ikut saudara sebanyak 12 orang

(12 %). Sedangkan sisanya sebanyak 10 orang (10 %) bertempat tinggal di rumah kontrakan.

Pekerjaan Responden

Berdasarkan jenis pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.6.
Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Pegawai Negeri Sipil	12	12 %
2.	Pegawai Swasta	29	29 %
3.	Petani	9	9 %
4.	Wiraswasta	42	42 %
5.	TNI/POLRI	8	8 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini bekerja sebagai wiraswastawan yaitu sebanyak 42 orang (42 %). Kemudian responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 29 orang (29 %), yang bekerja sebagai petani sebanyak 9 orang (9 %) dan yang bekerja sebagai PNS sebanyak 12 orang (12 %). Sedangkan sisanya sebanyak 8 orang (8 %) bekerja sebagai anggota TNI/POLRI.

Pendapatan Responden

Berdasarkan pendapatan, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Klasifikasi Responden Menurut Pendapatan Responden

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	< 1.000.000	6	6 %
2.	1.000.000 – 1.500.000	28	28 %
3.	1.501.000 – 2.000.000	40	40 %
4.	> 2.000.000	26	26 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini mempunyai tingkat pendapatan per bulan antara Rp. 1.501.000 – Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 40 orang (40 %). Kemudian responden yang mempunyai tingkat pendapatan per bulan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 28 orang (28 %) dan yang mempunyai tingkat pendapatan per bulan lebih dari Rp. 2.000.000 sebanyak 26 orang (26 %). Sedangkan sisanya sebanyak 6 orang (6 %) mempunyai tingkat pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk mendeskripsikan variabel dalam penelitian ini mengacu pada harga mean dari masing-masing variabel, kisaran aktual dan kisaran teoritiknya. Kisaran aktual merupakan kisaran data dari hasil penelitian yaitu antara skor terendah sampai dengan skor tertinggi. Kisaran teoritik adalah kisaran yang secara teori dapat terjadi yaitu skor minimal teoritik sampai dengan skor maksimal teoritik. Skor minimal teoritik dicari dengan mengalikan skala pengukuran terendah dengan jumlah pertanyaan dalam kuisioner, sedangkan skor maksimal teoritik dicari dengan mengalikan skala pengukuran

tertinggi dengan jumlah pertanyaan dalam kuisioner (Algifari, 1997 hal 7). Adapun hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini :

Tabel 4.8.
Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Mean	Standar Deviasi	Kisaran Teoritik	Kisaran Aktual
Jasa Gadai	12,33	1,781	3 – 15	7 – 15
Jasa Taksiran	12,15	1,956	3 – 15	7 – 15
Jasa Titipan	12,03	1,962	3 – 15	7 – 15
Motivasi konsumen	11,23	1,481	2 – 10	5 – 10

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (*mean*) maupun kisaran aktual dari jawaban tanggapan responden terhadap masing-masing variabel jauh lebih besar dibandingkan nilai minimal kisaran teoritik (3), misalnya untuk Jasa Gadai kisaran aktualnya (7), dan seterusnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang baik terhadap pernyataan-pernyataan dari variabel penelitian.

Kemudian untuk mendeskripsikan lebih jelas mengenai variabel penelitian maka disusun distribusi frekuensi dengan *range* data adalah kisaran teoritik dengan jumlah kelas interval yang diambil adalah 5 (lima) kelas. Interval kelas dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Algifari, 1997 hal 37):

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Setelah diperoleh suatu skala distribusi frekuensi, maka masing-masing kelas akan ditafsirkan ke dalam kalimat kualitatif sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

Kisaran teoritik variabel-variabel Jasa Gadai, Jasa Taksiran, Jasa Titipan dan Motivasi konsumen adalah 3 – 15 sehingga interval kelasnya dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{15 - 3}{5} = 2,4$$

Sehingga dapat dibuat suatu skala sebagai berikut:

- 3,00 – 5,40 = Sangat rendah
- 5,41 – 7,80 = Rendah
- 7,81 – 10,20 = Sedang
- 10,21 – 12,60 = Tinggi
- 12,61 – 15,00 = Sangat tinggi

Berdasarkan *range* data di atas maka variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel Jasa Gadai

Tabel 4.8 menunjukkan mean Variabel Jasa Gadai (X_1) sebesar 12,33 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa Jasa Gadai termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap produk jasa gadai dalam Perum Pegadaian cabang Babarsari.

2. Variabel Jasa Taksiran

Tabel 4.8 menunjukkan mean variabel Jasa Taksiran (X_2) sebesar 12,15 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa Jasa Taksiran termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap produk jasa Taksiran dalam Perum Pegadaian cabang Babarsari.

3. Variabel Jasa Titipan

Tabel 4.8 menunjukkan mean variabel jasa Titipan (X_3) sebesar 12,03 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa jasa Titipan termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap produk jasa Titipan dalam Perum Pegadaian cabang Babarsari.

4. Variabel Motivasi Konsumen.

Tabel 4.8 menunjukkan mean variabel Motivasi konsumen (Y) sebesar 11,23 sehingga dengan mengacu pada skala di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi konsumen termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempunyai Motivasi yang tinggi untuk menjadi nasabah setelah menggunakan produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari.

4.4 Analisis Data

- **Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk mengetahui tingkat pengaruh Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan terhadap Motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari maka digunakan analisis regresi linier berganda. Adapun bentuk umum persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Motivasi konsumen

X_1 = Jasa Gadai

X_2 = Jasa Taksiran

X_3 = Jasa Titipan

b_0 = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi X_1, X_2, X_3

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program komputer *SPSS for*

Windows Release 11.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9.
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	Beta	t hitung	r ²
X ₁	0,433	0,050	0,402	4,026	0,671
X ₂	0,421	0,042	0,389	3,713	0,474
X ₃	0,376	0,037	0,360	3,385	0,457
Konstanta = 0,562					
R = 0,849					
R ² = 0,770					
F hitung = 12,114					
N = 100					

Sumber : Hasil pengolahan data.

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 0,562 + 0,433 X_1 + 0,421 X_2 + 0,376 X_3$$

Persamaan di atas menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun arti dari masing-masing koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Konstanta (b_0) = 0,562

Artinya apabila tanggapan responden terhadap Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan dari produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari tidak ada atau sama dengan nol maka motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan sebesar 0,562 *point*.

2. $b_1 = 0,433$

Artinya apabila tanggapan responden terhadap Jasa Gadai semakin baik (bertambah satu *point*) maka motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan mengalami peningkatan sebesar 0,433 *point* dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

3. $b_2 = 0,421$

Artinya apabila tanggapan responden terhadap Jasa Taksiran semakin baik (bertambah satu *point*) maka Motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan mengalami peningkatan sebesar 0,421 *point* dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

4. $b_3 = 0,376$

Artinya apabila tanggapan responden terhadap jasa Taksiran semakin baik (bertambah satu *point*) maka Motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan mengalami peningkatan sebesar 0,376 *point* dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

• **Koefisien Determinasi (R^2)**

Selanjutnya untuk menunjukkan besarnya kontribusi (sumbangan) dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi (sumbangan) dari variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil perhitungan regresi didapat nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,770 yang artinya 77,0 % dari Motivasi konsumen dipengaruhi secara bersama-sama oleh Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Produk jasa Perum Pegadaian

Cabang Babarsari sedangkan sisanya sebesar 23,0 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model, yaitu : Jasa Koin Emas ONH dan Galeri 24.

Sedangkan untuk mengukur hubungan antara variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen dapat dilihat pada besarnya koefisien korelasi berganda (R). Berdasarkan hasil analisis data, koefisien korelasi berganda sebesar 0,849 maka koefisien korelasi tersebut mendekati 1 yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan erat antara pengaruh motivasi dengan keputusan untuk menjadi nasabah karena apabila ada kenaikan variabel produk jasa akan meningkatkan motivasi.

- **Uji F (Pengujian Secara Serempak)**

Untuk membuktikan pengujian apakah secara serempak variabel independen yaitu Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi konsumen maka digunakan uji F. Adapun langkah pengujiannya sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis :

$H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, artinya variabel independen secara serempak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya variabel-variabel independen secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Dengan menggunakan taraf signifikansi 95 % ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan

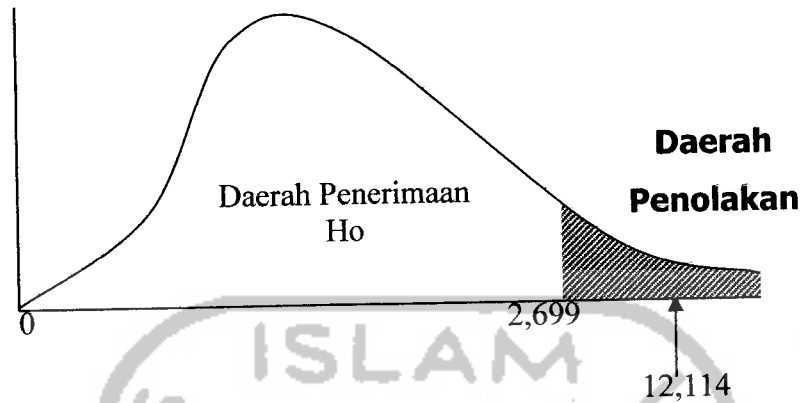
$(df) = (n-k);(k-1) = (96);(3)$ diperoleh F tabel = 2,699

3. Kriteria pengujian :

Ho diterima apabila $F \text{ hitung} \leq 2,699$

Ho ditolak apabila $F \text{ hitung} > 2,699$

4. Hasil perhitungan komputer diperoleh $F \text{ hitung} = 12,114$



Gambar 4.1.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho
Untuk Uji F

5. Kesimpulan :

Berdasarkan hasil perhitungan komputer dapat diketahui nilai $F \text{ hitung}$ (12,114) lebih besar dari nilai $F \text{ tabel}$ (2,699) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti variabel-variabel independen (Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap pengaruh Motivasi untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **hipotesis pertama terbukti**.

- **Uji t (Pengujian Secara Individu)**

Untuk membuktikan apakah secara individual variabel-variabel independen yaitu Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi konsumen maka digunakan uji t. Dalam pengujian secara individual (uji

t) ini menggunakan taraf signifikan (α) = 0,05 ; derajat kebebasan (df) = (n-k) = (100-4) = 96 dan pengujian dua sisi sehingga diperoleh $t_{(0,025;96)} = 1,985$.

Adapun kriteria pengujiannya :

- H_0 diterima jika $-1,985 \leq t \text{ hitung} \leq 1,985$
- H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} < -1,985$ atau $t \text{ hitung} > 1,985$

Tabel 4.10

Hasil Uji t pada Taraf Signifikan 5%

Variabel Bebas (X)	t hit	t tab	Probabilitas	Keterangan
Jasa gadai (X_1)	4,026	1,9850	$0,000 > 0,05$	Signifikan
Jasa taksiran (X_2)	3,713	1,9850	$0,000 < 0,05$	Signifikan
Jasa titipan (X_3)	3,385	1,9850	$0,000 > 0,05$	Signifikan

Tabel di atas menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun arti dari masing-masing hasil uji t tersebut adalah sebagai berikut

1. Pengaruh Jasa Gadai (X_1) terhadap motivasi konsumen (Y)

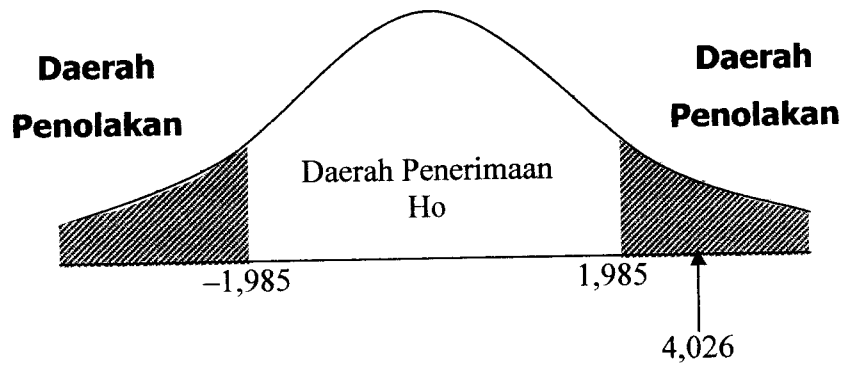
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$, artinya Jasa Gadai tidak berpengaruh terhadap motivasi konsumen

$H_a : b_1 \neq 0$, artinya Jasa Gadai berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen

- b. Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 4,026



Gambar 4.2.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_1

c. Kesimpulan :

Hasil perhitungan komputer menunjukkan bahwa nilai t hitung (4,026) lebih besar dari nilai t tabel (1,985) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti Jasa Gadai berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen dan pengaruhnya adalah positif, sehingga apabila Jasa Gadai semakin baik maka motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan mengalami peningkatan.

Kemudian berdasarkan nilai koefisien korelasi parsial (r^2) antara Y dan X_1 yaitu sebesar 0,671 menunjukkan bahwa variasi faktor Jasa Gadai mampu mempengaruhi variasi motivasi konsumen sebesar 67,1 % dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

2. Pengaruh Jasa Taksiran (X_2) terhadap Motivasi konsumen (Y)

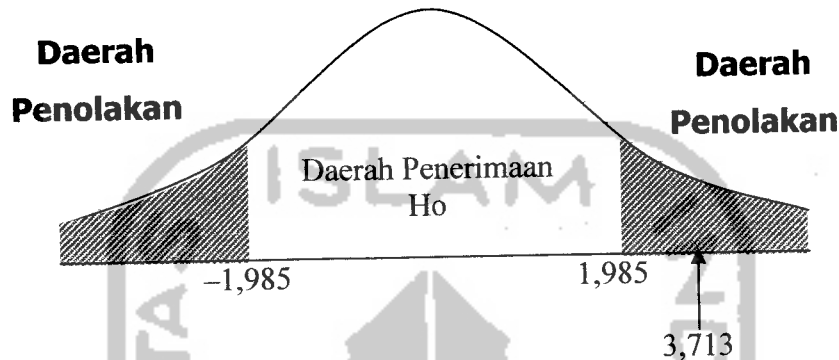
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_2 = 0$, artinya Jasa Taksiran tidak berpengaruh terhadap Motivasi konsumen

$H_a : b_2 \neq 0$, artinya Jasa Taksiran berpengaruh signifikan terhadap Motivasi konsumen

b. Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 3,713



Gambar 4.3.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_2

c. Kesimpulan :

Hasil perhitungan komputer menunjukkan bahwa nilai t hitung (3,713) lebih besar dari nilai t tabel (1,985) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti Jasa Taksiran berpengaruh signifikan terhadap Motivasi konsumen dan pengaruhnya adalah positif, sehingga apabila Jasa Taksiran semakin baik maka motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan mengalami peningkatan.

Kemudian berdasarkan nilai koefisien korelasi parsial (r^2) antara Y dan X_2 yaitu sebesar 0,474 menunjukkan bahwa variasi faktor Jasa taksiran mampu

mempengaruhi variasi Motivasi konsumen sebesar 47,4 % dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

3. Pengaruh Jasa Titipan (X_3) terhadap Motivasi konsumen (Y)

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

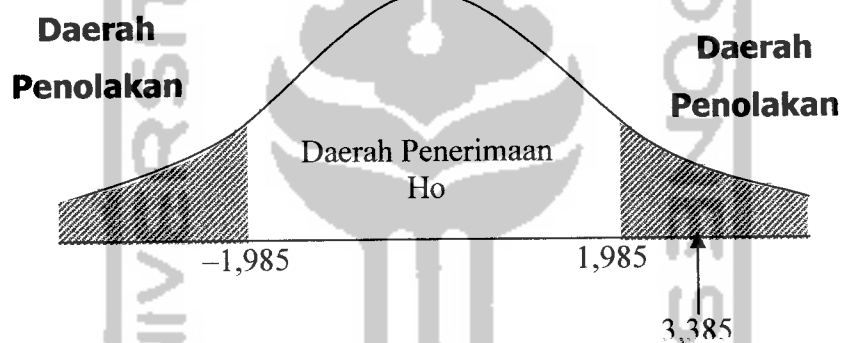
a. Menentukan hipotesis

$H_0 : b_3 = 0$, artinya Jasa Titipan tidak berpengaruh terhadap motivasi konsumen

$H_a : b_3 \neq 0$, artinya Jasa Titipan berpengaruh signifikan terhadap motivasi

konsumen

b. Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 3,385



Gambar 4.4.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_3

c. Kesimpulan :

Hasil perhitungan komputer menunjukkan bahwa nilai t hitung (3,385) lebih besar dari nilai t tabel (1,985) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti Jasa Titipan berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen dan pengaruhnya adalah positif, sehingga apabila Jasa Titipan semakin baik maka Motivasi konsumen

untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari akan mengalami peningkatan.

Kemudian berdasarkan nilai koefisien korelasi parsial (r^2) antara Y dan X_3 yaitu sebesar 0,457 menunjukkan bahwa variasi faktor Jasa Taksiran mampu mempengaruhi variasi Motivasi konsumen sebesar 45,7 % dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

Berdasarkan hasil pengujian secara individual (uji t) di atas dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari secara individual berpengaruh signifikan terhadap Motivasi konsumen.

- **Korelasi Parsial (r^2)**

Berdasarkan tabel analisa koefisien korelasi parsial dapat digunakan untuk mencari variabel bebas yang paling dominan

Tabel 4.11

Analisa Korelasi Parsial

Variabel Bebas	Korelasi Parsial
Jasa gadai	0,671
Jasa taksiran	0,474
Jasa Titipan	0,457

- Koefisien korelasi parsial variabel jasa gadai (X_1) = 0,671

Variabel Jasa gadai (X_1) mempunyai koefisien korelasi parsial sebesar 0,671, sehingga pengaruh variabel Jasa gadai terhadap motivasi konsumen (Y) adalah sebesar 0,671 atau 67,1%.

- Koefisien korelasi parsial variabel jasa taksiran (X_2) = 0,474

Variabel Jasa Taksiran (X_2) mempunyai koefisien korelasi parsial sebesar 0,474, sehingga pengaruh variabel Jasa taksiran terhadap motivasi konsumen (Y) adalah sebesar 0,474 atau 47,4%.

- Koefisien korelasi parsial variabel jasa titipan (X_3) = 0,457

Variabel Jasa Taksiran (X_3) mempunyai koefisien korelasi parsial sebesar 0,457 sehingga pengaruh variabel Jasa titipan terhadap motivasi konsumen (Y) adalah sebesar 0,457 atau 45,7 %.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi parsial tersebut dapat dilihat bahwa variabel jasa gadai mempunyai koefisien korelasi parsial paling besar sehingga dapat dikatakan bahwa jasa gadai mempunyai pengaruh dominan terhadap motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **hipotesis kedua terbukti**

Konsumen menggunakan jasa gadai karena lebih didorong oleh kebutuhannya mendapatkan kebutuhan dana atau uang tunai dengan syarat yang ringan dan cepat, karena untuk menutupi kebutuhan yang mendesak