

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH LAYANAN CICIL EMAS DI PEGADAIAN PETAMBURAN JAKARTA PUSAT

Awalia Putri Sekar Rahmani<sup>1</sup>, Daniel<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, DKI Jakarta

E-mail: [\\*awaliap177@gmail.com](mailto:*awaliap177@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Secara simultan, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai F hitung sebesar 25,270 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,203 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 20,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

### Kata Kunci

**Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Cicil Emas**

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of service quality and trust on customer satisfaction of the Gold Installment service at PT Pegadaian Petamburan Branch, Central Jakarta. This study used a quantitative method with an associative research type. The population consisted of customers of the Gold Installment service at PT Pegadaian Petamburan Branch, Central Jakarta, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that service quality and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction of the Gold Installment service at PT Pegadaian Petamburan Branch, Central Jakarta. Simultaneously, the independent variables significantly affect customer satisfaction, with an F-value of 25.270 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.203 indicates that service quality and trust explain 20.3% of customer satisfaction, while the remaining 79.7% is influenced by other factors outside this study.*

### Keywords

**Service Quality, Trust, Customer Satisfaction, Gold Installment**

## 1. PENDAHULUAN

Investasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan masyarakat untuk mempersiapkan kebutuhan finansial pada masa mendatang. Salah satu instrumen investasi yang banyak dikenal masyarakat adalah emas, karena dinilai memiliki nilai yang relatif stabil dan dapat menjadi alternatif untuk menjaga nilai kekayaan di tengah ketidakpastian ekonomi. Selain itu, emas relatif mudah diperjualbelikan dan dapat dimiliki oleh berbagai lapisan masyarakat sesuai dengan kemampuan finansial masing-masing (Zaenal Asikin, 2024). Perkembangan minat terhadap investasi emas juga mendorong lembaga keuangan untuk menghadirkan layanan yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh dan memiliki emas. Dalam perkembangannya, Pegadaian tidak hanya menyediakan layanan gadai, tetapi juga menawarkan berbagai layanan

keuangan yang berkaitan dengan investasi emas. Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan investasi emas memiliki peran penting dalam memberikan alternatif bagi masyarakat untuk mengelola keuangan, sekaligus mendorong perusahaan penyedia jasa keuangan agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah melalui pelayanan yang berkualitas.

Salah satu layanan yang disediakan oleh PT Pegadaian adalah Cicil Emas, yaitu layanan yang memungkinkan masyarakat memiliki emas batangan melalui pembayaran secara angsuran dalam jangka waktu tertentu. Skema tersebut memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin berinvestasi emas tanpa harus menyediakan seluruh dana pembelian pada awal transaksi (Zeny, 2023). Daya tarik layanan ini juga berkaitan dengan kemudahan proses pengajuan, fleksibilitas pembayaran angsuran, serta ketentuan harga emas yang ditetapkan sejak awal transaksi, sehingga dapat membantu nasabah merencanakan pembelian sesuai kemampuan finansialnya (Zahriyah et al., 2025). Di samping itu, perkembangan teknologi turut mendukung kemudahan masyarakat dalam memperoleh informasi dan mengakses layanan keuangan, termasuk layanan Cicil Emas (Cholilah & Haryanti, 2024). Meskipun berbagai kemudahan tersebut dapat mendukung penggunaan layanan, keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menawarkan produk yang menarik. Perusahaan juga perlu memastikan bahwa proses pelayanan dan transaksi yang diterima nasabah sesuai dengan harapan mereka. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi aspek yang relevan untuk diperhatikan dalam upaya membangun kepuasan nasabah pada layanan Cicil Emas.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam perusahaan jasa karena berkaitan dengan pengalaman yang dirasakan konsumen ketika berinteraksi dengan penyedia layanan. Pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dapat menciptakan pengalaman yang positif, sedangkan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan (Apriyanti, 2020). Dalam konteks layanan keuangan, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan fasilitas yang tersedia, tetapi juga mencakup kemampuan perusahaan memberikan informasi yang jelas, melayani nasabah secara tepat, merespons kebutuhan dengan baik, serta menunjukkan sikap profesional selama proses transaksi. Hal tersebut menjadi penting dalam layanan Cicil Emas karena nasabah membutuhkan informasi dan prosedur pelayanan yang dapat dipahami ketika memutuskan untuk menggunakan layanan pembiayaan kepemilikan emas. Pelayanan yang baik dapat membantu nasabah merasa lebih nyaman dalam menjalani proses transaksi dan memperoleh kejelasan mengenai layanan yang digunakan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan, pengalaman nasabah dapat menjadi kurang menyenangkan dan berpotensi memengaruhi penilaian mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian, kualitas pelayanan perlu diperhatikan sebagai salah satu faktor yang diduga berhubungan dengan kepuasan nasabah.

Selain kualitas pelayanan, kepercayaan juga memiliki peranan penting dalam hubungan antara perusahaan jasa keuangan dan nasabah. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan konsumen bahwa perusahaan memiliki kejujuran, kemampuan, dan keandalan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan (Yuarti et al., 2024). Dalam layanan Cicil Emas, aspek ini relevan karena nasabah melakukan transaksi yang melibatkan dana, kepemilikan emas, serta komitmen pembayaran dalam jangka waktu tertentu. Nasabah perlu memiliki keyakinan bahwa informasi mengenai layanan disampaikan secara jelas, transaksi dilaksanakan sesuai ketentuan, dan perusahaan dapat diandalkan ketika nasabah membutuhkan bantuan. Kepercayaan juga berkaitan dengan rasa aman yang dirasakan nasabah ketika menggunakan layanan keuangan. Apabila perusahaan mampu menjaga keandalan pelayanan dan membangun keyakinan nasabah melalui proses transaksi yang dapat dipercaya, hubungan antara perusahaan dan nasabah berpotensi menjadi lebih baik. Sebaliknya, ketidakpastian informasi atau pengalaman transaksi yang tidak sesuai dengan harapan dapat mengurangi keyakinan nasabah terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi faktor yang perlu dikaji bersama kualitas pelayanan untuk memahami keterkaitannya dengan kepuasan nasabah layanan Cicil Emas.

Kepuasan nasabah merupakan aspek penting dalam penyelenggaraan layanan jasa karena mencerminkan penilaian nasabah terhadap pengalaman yang mereka peroleh setelah menggunakan layanan. Kepuasan dapat terbentuk ketika kinerja atau pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman yang

diterima dapat menimbulkan kekecewaan (Muhamad Rafli, 2024). Dalam layanan Cicil Emas, penilaian tersebut dapat berkaitan dengan kejelasan informasi, kemudahan proses pelayanan, ketepatan pelaksanaan transaksi, serta rasa aman selama menggunakan layanan. Nasabah tidak hanya mempertimbangkan kemudahan memperoleh emas melalui angsuran, tetapi juga bagaimana perusahaan melayani kebutuhan dan memberikan kepastian selama proses transaksi berlangsung. Pengalaman yang memenuhi harapan dapat mendukung terbentuknya penilaian positif terhadap layanan yang digunakan. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, nasabah dapat menilai bahwa layanan tersebut belum memenuhi kebutuhan mereka. Kepuasan nasabah dengan demikian menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan, bukan hanya dalam rangka memberikan pengalaman layanan yang baik, melainkan juga untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dan kepercayaan berkaitan dengan penilaian nasabah terhadap layanan Cicil Emas.

Penelitian ini berfokus pada layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Berdasarkan data yang dicantumkan dalam skripsi, jumlah pemesanan pada Februari 2026 tercatat sebanyak 198, kemudian meningkat menjadi 210 pada Maret dan 240 pada April. Data tersebut memperlihatkan adanya perubahan jumlah pemesanan selama periode pengamatan. Namun, perubahan jumlah pemesanan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan tingkat kepuasan nasabah ataupun memastikan bahwa perubahan tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan. Data tersebut lebih tepat digunakan sebagai gambaran aktivitas penggunaan layanan yang menjadi konteks penelitian. Dalam situasi demikian, kepuasan nasabah perlu dikaji melalui penilaian langsung terhadap pengalaman dan persepsi nasabah, bukan hanya berdasarkan banyaknya pemesanan. Kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi dua aspek yang relevan untuk diteliti karena keduanya berhubungan dengan proses pemberian layanan dan keyakinan nasabah terhadap perusahaan. Melalui penelitian pada Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, hubungan kedua faktor tersebut dengan kepuasan nasabah dapat dianalisis secara lebih terarah sesuai dengan konteks layanan yang diteliti.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas keterkaitan kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan kepuasan nasabah. Hajar dan Mauliza (2024), misalnya, meneliti pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah cicilan emas pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini relevan karena memperlihatkan bahwa kedua faktor tersebut telah dikaji secara bersamaan dalam konteks layanan cicilan emas. Sementara itu, Sucitra et al. (2024) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Cabang Pembantu Simpang Limun Medan dan menemukan adanya pengaruh yang signifikan. Penelitian tersebut memberikan gambaran mengenai relevansi kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan nasabah pada lingkungan perusahaan Pegadaian. Kedua penelitian tersebut dapat menjadi landasan empiris untuk mengkaji kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam penelitian ini, meskipun objek lokasi dan cakupan variabelnya tidak sepenuhnya sama. Perbedaan konteks tersebut menjadi alasan untuk menelaah kembali hubungan kedua faktor tersebut dengan kepuasan nasabah pada layanan Cicil Emas di Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, kualitas pelayanan dan kepercayaan telah memiliki landasan empiris sebagai faktor yang relevan untuk dikaji dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah. Namun, konteks penelitian yang berbeda membuat hubungan kedua variabel tersebut tetap perlu ditelaah sesuai dengan karakteristik objek yang diteliti. Penelitian Hajar dan Mauliza (2024) dilakukan pada layanan cicilan emas di Bank Syariah Indonesia, sedangkan penelitian Sucitra et al. (2024) berfokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di unit Pegadaian tanpa memasukkan kepercayaan sebagai variabel independen. Penelitian ini mengambil konteks layanan Cicil Emas di Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat dengan menempatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan sebagai variabel independen serta kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Fokus tersebut memungkinkan pengujian terhadap pengaruh masing-masing variabel sekaligus pengaruh keduanya secara bersama-sama dalam konteks lokasi penelitian yang ditetapkan. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk memberikan gambaran empiris mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan kepuasan nasabah pada layanan Cicil Emas, tanpa mengasumsikan bahwa hasil penelitian terdahulu akan

selalu berlaku sama pada setiap lokasi dan karakteristik nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kajian empiris mengenai kepuasan nasabah pada layanan investasi emas melalui pembiayaan secara angsuran. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat dalam mengevaluasi pelayanan dan menjaga kepercayaan nasabah sesuai dengan hasil analisis yang diperoleh. Melalui pengujian terhadap kedua variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih terarah mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan nasabah, sehingga upaya peningkatan layanan dapat didasarkan pada temuan penelitian, bukan semata-mata pada asumsi mengenai kebutuhan dan pengalaman nasabah.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian dilaksanakan di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat yang berlokasi di Jalan K.S. Tubun No. 19, Petamburan, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat, pada periode Maret hingga Juli 2026. Populasi penelitian mencakup seluruh nasabah yang pernah menggunakan layanan Cicil Emas di Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, dengan jumlah populasi sebanyak 1.397 nasabah. Penetapan populasi merupakan bagian penting dalam penelitian kuantitatif karena berkaitan dengan penentuan subjek penelitian dan ketepatan pengumpulan data yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian (Creswell, 2024). Sampel penelitian berjumlah 87 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya (Asrulla et al., 2023). Kriteria responden meliputi nasabah berusia minimal 18 tahun, merupakan nasabah yang pernah menggunakan layanan Cicil Emas di Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian. Dengan kriteria tersebut, responden yang dilibatkan diharapkan memiliki pengalaman yang relevan untuk memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan dalam menggunakan layanan Cicil Emas.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah layanan Cicil Emas, baik secara langsung maupun secara daring menggunakan Google Forms. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel independen pertama ( $X_1$ ), kepercayaan sebagai variabel independen kedua ( $X_2$ ), dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen ( $Y$ ). Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert untuk memperoleh data mengenai persepsi dan penilaian mereka terhadap layanan yang digunakan. Selain kuesioner, penelitian ini juga menggunakan observasi untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi dan aktivitas pelayanan di Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, khususnya yang berkaitan dengan layanan Cicil Emas. Observasi dilakukan dengan mengamati proses pelayanan dan interaksi dengan nasabah agar peneliti memperoleh pemahaman mengenai pelaksanaan layanan dalam konteks penelitian. Studi pustaka juga digunakan untuk menghimpun informasi teoretis yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah melalui buku, jurnal, artikel ilmiah, serta sumber referensi lain yang relevan. Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya diolah dan dianalisis untuk menggambarkan kondisi setiap variabel serta menguji pengaruh antarvariabel sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik analisis data mencakup analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh dari responden serta memberikan

gambaran mengenai kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah layanan Cicil Emas. Sementara itu, analisis inferensial digunakan untuk menguji hipotesis dan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data sampel penelitian (Ghozali, 2021). Analisis pengaruh dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Sebelum pengujian hipotesis, kualitas instrumen diperiksa melalui uji validitas dan reliabilitas, sedangkan kelayakan model regresi dievaluasi melalui pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, serta uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan. Selanjutnya, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah berdasarkan variabel independen yang diteliti (Ghozali, 2021). Seluruh proses analisis tersebut dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Deskripsi Data dan Uji Kualitas Data

| Variabel           | Kode | Nilai Rata-rata | Interpretasi berdasarkan nilai rata-rata |
|--------------------|------|-----------------|------------------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | X1   | 18,78           | Terendah di antara ketiga variabel       |
| Kepercayaan        | X2   | 19,85           | Tertinggi di antara ketiga variabel      |
| Kepuasan Nasabah   | Y    | 19,10           | Berada di antara X1 dan X2               |

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 18,78, variabel kepercayaan (X2) sebesar 19,85, dan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 19,10. Di antara ketiga variabel tersebut, kepercayaan memiliki nilai rata-rata tertinggi, sedangkan kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata terendah. Sementara itu, kepuasan nasabah berada di antara kedua variabel tersebut. Apabila dibandingkan dengan titik tengah skala pengukuran, yaitu 18 pada rentang skor 11–25, nilai rata-rata ketiga variabel berada di atas titik tengah. Temuan deskriptif ini memberikan gambaran awal bahwa responden cenderung memberikan penilaian yang relatif positif terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah pada layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Meskipun demikian, perbedaan nilai rata-rata tersebut hanya menunjukkan perbedaan kecenderungan skor deskriptif dan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya pengaruh antarvariabel. Pengujian pengaruh antarvariabel perlu didasarkan pada hasil analisis statistik yang disajikan pada bagian berikutnya.

| Variabel                | Jumlah | Hasil Uji Validitas                                                             | Keputusan           |
|-------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 5      | Seluruh butir memiliki nilai Sig. < 0,001                                       | Seluruh butir valid |
| Kepercayaan (X2)        | 5      | Seluruh butir memiliki nilai Sig. < 0,05; nilai tertinggi yang dilaporkan 0,004 | Seluruh butir valid |
| Kepuasan Nasabah (Y)    | 5      | Seluruh butir memiliki nilai Sig. < 0,001                                       | Seluruh butir valid |
| Total                   | 15     | Seluruh butir memenuhi kriteria signifikansi 0,05                               | Valid               |

**Tabel 2.** Ringkasan Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian yang telah ditetapkan. Pengujian ini penting karena instrumen yang digunakan harus sesuai dengan aspek yang hendak diukur, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan dalam analisis penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap 15 butir pernyataan yang mewakili tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan

(X1), kepercayaan (X2), dan kepuasan nasabah (Y), dengan melibatkan 87 responden layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Berdasarkan hasil pengujian yang dilaporkan dalam skripsi, seluruh butir pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, nilai signifikansi setiap butir dilaporkan kurang dari 0,001, sedangkan pada variabel kepercayaan, nilai signifikansi tertinggi yang dilaporkan sebesar 0,004. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memenuhi kriteria validitas berdasarkan batas signifikansi yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, seluruh butir dapat dipertahankan sebagai instrumen pengukuran untuk tahap analisis selanjutnya. Namun, untuk memastikan pelaporan hasil secara lengkap, nilai koefisien korelasi setiap butir dan kode butir pernyataan perlu diperiksa kembali pada keluaran SPSS asli sebelum tabel hasil uji validitas dimasukkan ke dalam naskah akhir artikel.

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,640             | 6          |

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang sama apabila digunakan secara berulang. Setelah instrumen dinyatakan valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang stabil dan konsisten apabila digunakan dalam pengukuran. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel 3.

### 3.2 Uji Asumsi Klasik

#### NPar Tests

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                          |                         |             | Unstandardized Residual |
|------------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| N                                        |                         |             | 87                      |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup>        | Mean                    |             | ,0000000                |
|                                          | Std. Deviation          |             | 2,42174376              |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                |             | ,066                    |
|                                          | Positive                |             | ,066                    |
|                                          | Negative                |             | -,053                   |
| Test Statistic                           |                         |             | ,066                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         |             | ,200 <sup>d</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    |             | ,465                    |
|                                          | 99% Confidence Interval | Lower Bound | ,452                    |
|                                          |                         | Upper Bound | ,478                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

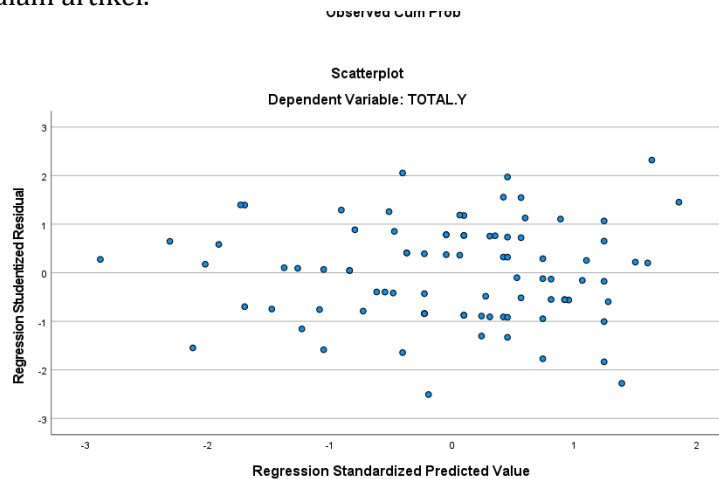
d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

**Tabel 4.** Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal. Pemeriksaan ini diperlukan karena normalitas residual merupakan salah satu asumsi yang mendukung ketepatan inferensi statistik dalam analisis regresi. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 dan nilai signifikansi berdasarkan pendekatan *Monte Carlo* sebesar 0,465. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat bukti yang cukup untuk menolak asumsi

normalitas residual berdasarkan pengujian tersebut. Dengan demikian, residual model regresi dapat dinyatakan memenuhi kriteria normalitas berdasarkan hasil uji yang dilaporkan, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke pengujian asumsi dan regresi berikutnya. Meskipun demikian, karena materi yang tersedia hanya mencantumkan hasil *Kolmogorov-Smirnov*, hasil uji *Shapiro-Wilk* yang disebutkan dalam uraian metode perlu ditambahkan apabila memang dilakukan dan akan dilaporkan dalam artikel.



**Tabel 5.** Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada berbagai nilai prediksi dalam model regresi. Model regresi yang baik diharapkan tidak menunjukkan pola heteroskedastisitas, sehingga penyebaran residual tidak bergantung pada tingkat nilai prediksi tertentu. Dalam penelitian ini, pemeriksaan heteroskedastisitas dilakukan melalui grafik *scatterplot* antara residual dan nilai prediksi. Berdasarkan uraian hasil pada Bab IV, titik-titik pada grafik terlihat menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas, seperti pola mengerucut, melebar, atau bergelombang. Pola penyebaran tersebut menunjukkan bahwa secara visual tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas yang jelas pada model regresi. Oleh karena itu, berdasarkan pemeriksaan *scatterplot*, model dapat dianggap memenuhi asumsi homoskedastisitas untuk melanjutkan analisis. Kesimpulan ini didasarkan pada pemeriksaan visual grafik; apabila diperlukan penguatan hasil, pengujian tambahan dapat dipertimbangkan sesuai metode yang digunakan dalam penelitian.

#### Coefficients<sup>a</sup>

|       |          | Collinearity Statistics |       |
|-------|----------|-------------------------|-------|
| Model |          | Tolerance               | VIF   |
| 1     | TOTAL.X1 | ,988                    | 1,012 |
|       | TOTAL.X2 | ,988                    | 1,012 |

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Pemeriksaan ini penting karena korelasi yang tinggi antarvariabel independen dapat menyulitkan penilaian kontribusi masing-masing variabel terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2). Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,988, lebih besar daripada batas 0,10, serta nilai VIF sebesar 1,012, lebih kecil daripada batas 10,00. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak ditemukan indikasi multikolinearitas berdasarkan kriteria yang digunakan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat dimasukkan secara bersamaan ke dalam model regresi tanpa menunjukkan masalah multikolinearitas menurut hasil pengujian ini. Kondisi tersebut mendukung analisis lebih lanjut untuk menguji hubungan kedua variabel independen dengan kepuasan nasabah.

| Hubungan Antarvariabel                              | Sig. Deviation from Linearity | Taraf Signifikansi | Keputusan                    |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------|------------------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) | 0,606                         | 0,05               | Memenuhi kriteria linearitas |
| Kepercayaan (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y)        | 0,227                         | 0,05               | Memenuhi kriteria linearitas |

**Tabel 7.** Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara setiap variabel independen dan variabel dependen memenuhi pola linear. Pemeriksaan ini diperlukan karena model regresi linear mengasumsikan bahwa hubungan yang dimodelkan dapat direpresentasikan melalui hubungan linear antarvariabel. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan secara terpisah untuk hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah serta hubungan kepercayaan dengan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil pengujian hubungan kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan nasabah (Y), diperoleh nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,606, lebih besar daripada 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penyimpangan dari pola linear tidak signifikan. Sementara itu, pada hubungan kepercayaan (X2) dengan kepuasan nasabah (Y), diperoleh nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,227, yang juga lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian, kedua hubungan tersebut memenuhi kriteria linearitas berdasarkan hasil pengujian yang dilaporkan. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak ditemukan penyimpangan linearitas yang signifikan pada hubungan masing-masing variabel independen dengan kepuasan nasabah, sehingga penggunaan model regresi linear dapat dilanjutkan, dengan tetap memperhatikan hasil pengujian asumsi lainnya.

### 3.3 Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah ketika variabel independen lainnya turut diperhitungkan dalam model regresi. Berdasarkan hasil pengujian, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 0,837 dengan nilai signifikansi 0,405. Nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada 0,05, sehingga kualitas pelayanan tidak terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam model yang diuji. Sementara itu, variabel kepercayaan memperoleh nilai t hitung sebesar 0,402 dengan nilai signifikansi 0,689. Nilai tersebut juga lebih besar daripada 0,05, sehingga kepercayaan tidak terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji t, belum terdapat bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa kualitas pelayanan maupun kepercayaan secara individual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Cicil Emas di lokasi penelitian. Meskipun koefisien regresi kedua variabel bernilai positif, arah koefisien tersebut tidak cukup untuk menyimpulkan adanya pengaruh positif yang signifikan karena hasil pengujiannya tidak memenuhi batas signifikansi yang ditetapkan.

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig.  |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                         | (Constant) | 16,632                      | 2,783      |                           | 5,977 |
|                           | TOTAL_X1   | ,083                        | ,099       | ,091                      | ,837  |
|                           | TOTAL_X2   | ,046                        | ,114       | ,044                      | ,402  |

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

**Tabel 8.** Hasil Uji t (Parsial)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam model regresi. Berbeda dengan uji t yang menguji masing-masing variabel independen, uji F menilai signifikansi model secara keseluruhan. Berdasarkan hasil pengujian yang dilaporkan dalam skripsi, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,624. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf

signifikansi 0,05, sehingga model regresi tidak menunjukkan pengaruh simultan yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, belum terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat. Hasil ini juga menunjukkan bahwa model yang dibangun belum dapat dinyatakan signifikan untuk menjelaskan kepuasan nasabah berdasarkan pengujian F tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh simultan yang signifikan tidak didukung oleh hasil pengujian ini.

#### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F    | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|------|-------------------|
| 1     | Regression | 5,692          | 2  | 2,846       | ,474 | ,624 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 504,376        | 84 | 6,004       |      |                   |
|       | Total      | 510,069        | 86 |             |      |                   |

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

**Tabel 9.** Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menilai kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen berdasarkan variabel-variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Dalam penelitian ini, pengujian tersebut digunakan untuk melihat sejauh mana kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat menjelaskan variasi kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian hasil dalam skripsi, nilai *Adjusted R Square* yang dilaporkan adalah -0,012. Nilai negatif pada *Adjusted R Square* dapat muncul ketika kemampuan model dalam menjelaskan variasi data sangat rendah setelah penyesuaian terhadap jumlah prediktor dan ukuran sampel diperhitungkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model belum memberikan kemampuan penjelasan yang memadai terhadap variasi kepuasan nasabah. Namun, nilai *Adjusted R Square* yang negatif tidak tepat ditafsirkan secara langsung sebagai bukti bahwa variabel independen sama sekali tidak memiliki kontribusi, ataupun bahwa 100% variasi kepuasan nasabah pasti dijelaskan oleh faktor di luar penelitian. Untuk menjelaskan proporsi variasi yang diterangkan model, nilai *R Square* pada tabel *Model Summary* perlu diperiksa dan dilaporkan secara terpisah. Oleh karena itu, kesimpulan mengenai besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah belum dapat ditetapkan secara akurat sebelum nilai *R Square* dan *Adjusted R Square* diverifikasi kembali dari keluaran SPSS.

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,106 <sup>a</sup> | ,011     | -,012             | 2,45040                    |

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

**Tabel 10.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Model Summary*)

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat arah dan besarnya koefisien hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan dengan kepuasan nasabah dalam model penelitian. Berdasarkan persamaan yang tercantum dalam skripsi, model regresi yang diperoleh adalah  $(Y = 16,632 + 0,083X_1 + 0,046X_2)$ . Konstanta sebesar 16,632 menunjukkan nilai prediksi kepuasan nasabah ketika nilai kedua variabel independen secara matematis ditetapkan sebesar nol. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,083 menunjukkan arah hubungan positif, yaitu kenaikan satu satuan kualitas pelayanan berkaitan dengan kenaikan prediksi kepuasan nasabah sebesar 0,083 satuan ketika kepercayaan dianggap tetap. Sementara itu, koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,046 juga menunjukkan arah hubungan positif, yakni kenaikan satu satuan kepercayaan berkaitan dengan kenaikan prediksi kepuasan nasabah sebesar 0,046 satuan ketika kualitas pelayanan dianggap tetap. Meskipun demikian, kedua koefisien tersebut tidak signifikan berdasarkan hasil uji t yang dilaporkan. Oleh karena itu, interpretasi persamaan regresi ini perlu

dibatasi pada arah dan nilai koefisien model, bukan digunakan sebagai bukti bahwa peningkatan kualitas pelayanan atau kepercayaan secara nyata menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah.

### **3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan Pegadaian, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan Cicil Emas. Kualitas pelayanan yang baik dapat dilihat dari kecepatan pelayanan, keramahan pegawai, kejelasan informasi, serta kemampuan pegawai dalam membantu kebutuhan nasabah. Dalam layanan Cicil Emas, pelayanan yang baik akan membuat nasabah merasa nyaman, terbantu, dan yakin dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, Pegadaian perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah tetap terjaga.

### **3.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah kepada Pegadaian, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan Cicil Emas. Kepercayaan nasabah dapat terbentuk melalui kejujuran, keamanan transaksi, keterbukaan informasi, serta kemampuan perusahaan dalam menjaga komitmen pelayanan. Dalam layanan Cicil Emas, kepercayaan sangat penting karena nasabah berhubungan langsung dengan transaksi keuangan dan investasi. Apabila nasabah merasa aman dan percaya terhadap Pegadaian, maka mereka akan merasa puas menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Pegadaian perlu menjaga reputasi dan transparansi layanan agar kepercayaan nasabah semakin meningkat.

### **3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi oleh kombinasi antara pelayanan yang baik dan kepercayaan terhadap perusahaan. Nasabah akan merasa lebih puas apabila Pegadaian mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan jelas, serta mampu membangun rasa aman dan percaya dalam setiap transaksi. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kepercayaan merupakan dua faktor penting yang harus diperhatikan secara bersamaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah layanan Cicil Emas.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah layanan Cicil Emas di PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang semakin baik, seperti kecepatan dan keramahan dalam melayani, ketanggapan terhadap kebutuhan nasabah, serta kejelasan informasi yang diberikan, berkaitan dengan meningkatnya kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan Cicil Emas. Selain itu, kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Transparansi informasi, keamanan transaksi, kejujuran dalam pelayanan, dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi komitmennya merupakan aspek yang mendukung keyakinan nasabah terhadap layanan yang digunakan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kepuasan nasabah perlu memperhatikan kedua faktor tersebut secara bersamaan, karena pengalaman pelayanan yang baik dan keyakinan terhadap perusahaan sama-sama menjadi aspek penting dalam penilaian nasabah terhadap layanan Cicil Emas.

Berdasarkan temuan tersebut, PT Pegadaian Cabang Petamburan Jakarta Pusat disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui proses pelayanan yang cepat, ramah,

tanggap, dan komunikatif, disertai pemberian informasi yang jelas mengenai prosedur, ketentuan, serta manfaat layanan Cicil Emas. Pegadaian juga perlu menjaga kepercayaan nasabah melalui transparansi informasi, keamanan transaksi, dan profesionalisme dalam memberikan pelayanan. Nasabah diharapkan lebih aktif mencari dan memahami informasi mengenai persyaratan, prosedur, jangka waktu angsuran, serta manfaat layanan Cicil Emas agar dapat memanfaatkannya sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial masing-masing. Sementara itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi berkaitan dengan kepuasan nasabah, seperti harga, promosi, citra perusahaan, kualitas produk, dan kemudahan layanan digital. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas objek penelitian ke cabang Pegadaian lain atau lembaga keuangan sejenis agar pemahaman mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan nasabah menjadi lebih luas dan mendalam.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2020). Pelayanan terbaik bagi pelanggan berperan mempertahankan kontinuitas perusahaan. *Sosio E-Kons*, 12(1), 70–77. [https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons/article/view/3576/3102](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons/article/view/3576/3102)
- Asikin, M. Z. (2024). Peran emas sebagai lindung nilai terhadap ketidakpastian pasar keuangan global. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 3(3), 123–133. <https://doi.org/10.57096/hawalah.v3i3.54>
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10836>
- Cholilah, A. U., & Haryanti, P. (2024). Efektivitas digital marketing produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia. *Dalwa Islamic Economic Studies*, 3(2), 84–98. <https://doi.org/10.38073/dies.v3i2.1914>
- Creswell. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajar, S., & Mauliza, R. (2024). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah cicilan emas pada Bank Syariah Indonesia KC Meulaboh Imam Bonjol. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 1–10. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/772>
- Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). Pengaruh kualitas layanan, pengalaman nasabah terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya pada loyalitas nasabah pengguna mobile banking Livin Mandiri. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(5), 3182–3198. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i5.15331>
- Sucitra, I. D., Pratiknjo, M. H., & Kawung, E. J. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan. *Governance: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 10(3), 67–68. <https://doi.org/10.56015/gjikplp.v11i3.405>
- Zahriyah, A., Budiarti, N., Kurniawati, N. A., & Lestari, Y. P. (2025). Strategi pemasaran produk Cicil Emas pada PT Pegadaian (Persero) UPC Ambulu. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 167–173. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i2.39>
- Zeny, Z. (2023). Peluang investasi emas melalui produk Cicil Emas Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4308. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10153>
- Yuarti, Y. V., Purwati, T., Tima, E. M., & Rakhmadian, M. (2024). Pengaruh live streaming TikTok Shop terhadap kepercayaan konsumen dan keputusan beli konsumen. *Prosiding Seminar Nasional IKIP Budi Utomo*, 5(1), 104–116. <https://doi.org/10.33503/prosiding.v1i01>