

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PEGADAIAN UPC TANJUNG BATU

ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CORPORATE IMAGE AND TRUST ON COSTUMER LOYALTY AT PEGADAIAN UPC TANJUNG BATU

Oleh:

Franasista Viana Wemben¹

Lisbeth Mananeke²

Ferdy Roring³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail:

¹franisistawemben@gmail.com

²lisbethmananeke@gmail.com

³ferdyroring@unsrat.ac.id

Absrak: Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin tinggi, khususnya pada perusahaan jasa seperti Pegadaian dituntut untuk tetap mempertahankan loyalitas nasabah sehingga perusahaan akan tetap bertumbuh stabil. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian UPC Tanjung Batu. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 96 nasabah. Pengumpulan data digunakan dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dan secara parsial variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pegadaian UPC Tanjung Batu kiranya lebih memperhatikan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam penelitian ini antara lain: kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan. Hal ini dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap pegadaian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah.

Absrtract: *Competition in the business world today is getting higher, especially in service companies such as Pegadaian, which are required to maintain customer loyalty so that the company will continue to grow stable. The research objective was to determine the effect of service quality, corporate image and trust on customer loyalty at Pegadaian UPC Tanjung Batu. The sample used in the study amounted to 96 customers. Data collection used by using a questionnaire. The analytical tool used is Multiple Linear Regression Analysis, hypothesis testing using the F test and t test. The results of this study indicate that the variables service quality, company image and trust simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty and partially service quality variables and company image have a positive and significant effect on customer loyalty, while the trust variable has a negative and significant effect on customer loyalty. Pegadaian UPC Tanjung Batu presumably pays more attention to the variables that affect customer loyalty in this study, among others: service quality, company image and trust. This is in increasing customer loyalty to Pegadaian.*

Keywords: *Service Quality, Company Image, Trust, Costumer Loyalty.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang semakin maju saat ini, persaingan dalam perusahaan semakin ketat baik perusahaan penghasil barang maupun perusahaan jasa. Pada perusahaan jasa, pelayanan yang baik kepada pelanggan sangat diutamakan karena setiap pelanggan menginginkan pelayanan yang baik dari fasilitas perusahaan maupun karyawan. Pelanggan yang merasa puas dengan apa yang diberikan karena sesuai dengan harapan mampu menciptakan sebuah citra yang baik bagi perusahaan dimata masyarakat, sehingga timbul adanya loyalitas pelanggan.

Salah satu perusahaan jasa yang terkenal dengan loyalitas pelanggannya yaitu Pegadaian. Pegadaian adalah lembaga keuangan bukan bank bidang pembiayaan yang sudah dikenal luas oleh masyarakat. Memberikan pelayanan yang berkualitas menjadi fokus utama pegadaian, dalam pegadaian terdapat unit pelayanan cabang seperti Pegadaian UPC Tanjung Batu. Sama halnya dengan pegadaian pada umumnya, UPC Tanjung Batu dituntut untuk mengatasi permintaan dari setiap nasabah yang memiliki persepsi yang berbeda-beda, untuk itu meningkatkan strategi untuk pelayanan sangat diperlukan.

Nasabah yang merasa puas dengan apa yang diberikan pegadaian dalam melayani kebutuhan dan keinginan dapat membuat nasabah mengenalkan produk jasa yang diberikan Pegadaian UPC Tanjung Batu kepada orang terdekat atau masyarakat sehingga tercipta citra perusahaan yang baik dan memungkinkan nasabah untuk bertambah. Berikut ini adalah data jumlah lamanya seorang nasabah menjadi nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu.

Tabel 1. Lama Menjadi Nasabah Pegadaian UPC Tanjung Batu

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Nasabah	Presentase
< 1 Tahun	39	40,6%
2-3 Tahun	33	34,4%
4-5 Tahun	17	17,7%
> 5 Tahun	7	7,3%

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020).

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat kurangnya loyalitas dari nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu, dapat dilihat dimana pada jangka waktu kurang dari 1 tahun begitu banyak nasabah yang sudah tidak menjadi nasabah lagi dengan jumlah 39 nasabah sedangkan dengan jangka waktu lebih dari 5 tahun menjadi nasabah hanya berjumlah 7 nasabah. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan Pegadaian pada umumnya yang dikenal dengan loyalitas dari nasabahnya, sehingga meningkatkan strategi untuk pelayanan yang lebih berkualitas harus menjadi fokus UPC Tanjung Batu agar mampu mempertahankan nasabah yang loyal ditengah persaingan dalam bidang pembiayaan yang tinggi.

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang didapat maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu
2. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu
3. Untuk mengetahui Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu
4. Untuk mengetahui Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian UPC Tanjung Batu

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Suparyanto dan Rosad (2015) menjelaskan manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur dan mengelola program- program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga,

promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah secara umum pelanggan membandingkan pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan puas sedangkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan jauh dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa.

Citra Perusahaan

Kumadji dan Kusumawati (2017), Citra Perusahaan adalah sebuah gambaran, kesan, keyakinan dan pandangan seseorang yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang citra perusahaan secara keseluruhan dari elemen-elemen perusahaan tidak hanya produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan. Menurut Subagja (2018) sebuah perusahaan besar ataupun kecil membutuhkan citra yang baik untuk memajukan perusahaan di dalam kinerja pekerjaan dan publik termaksud konsumen, karena itu citra perusahaan memiliki peran penting sebagai aset perusahaan dalam berbagai bidang atau hal dan skala besar atau skala kecil.

Kepercayaan

Ziqmund dalam Tumbel (2016) kepercayaan atau *trust* memiliki keterkaitan dengan emotional bonding yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan suatu fungsi.

Loyalitas Nasabah

Rambat (2010), mengartikan nasabah yaitu seseorang yang secara kontinu dan berulang datang ke bank untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah merupakan orang yang berinteraksi yaitu orang yang menggunakan jasa perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pramana dan Rastini (2016), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhardi (2016), dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Berasuransi Pada PT. Prudential Life Assurance Tanjungpinang. Tujuan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh citra perusahaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan variabel citra perusahaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

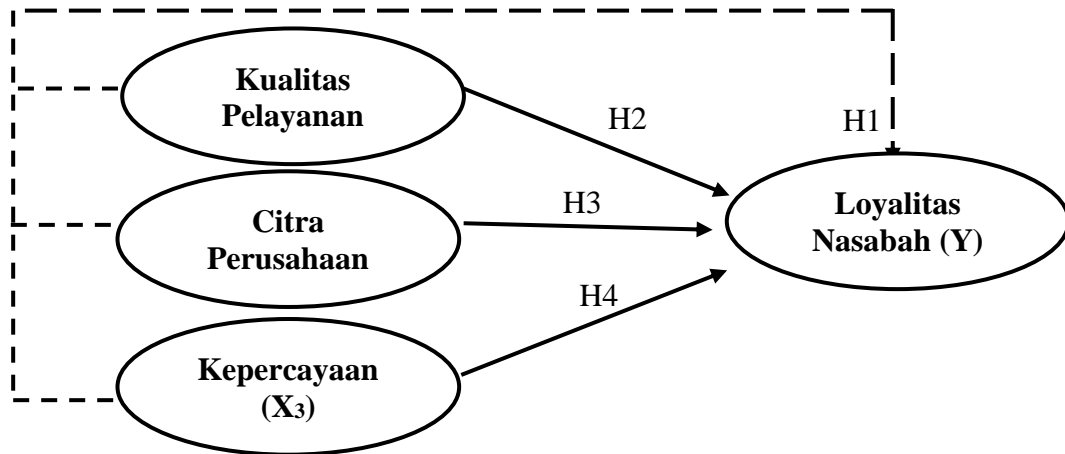
Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tahun, Bunga dan Nyoko (2018), dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Perkreditan Rakyat Tanaoba Lais Manekat Kota Likupang. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan variabel komitmen memberikan kontribusi yang positif terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis dan Model Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H₁: Diduga kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
- H₂: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
- H₃: Diduga citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah
- H₄: Diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan hipotesis penelitian di atas, maka dapat digambarkan model penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: *Kajian Teoritik dan Kajian Empirik (2020).*

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh lewat pihak lain dan tidak langsung didapatkan.

Populasi, Sampel

Populasi adalah Jumlah nasabah Pegadaian UPC Tanjung Batu sebanyak 2.750 nasabah. Sampel diperoleh dari rumus Slovin yaitu sebesar 96 nasabah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah:

1. Kuesioner (angket): Sugiyono (2015) kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
2. Studi Pustaka: Sari (2020) studi pustaka adalah kegiatan penelitian yang digunakan dengan cara mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti buku refrensi, artikel serta berbagai jurnal untuk memecahkan masalah penelitian.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Ghazali dalam Napitupulu (2017), suatu variabel dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari t tabel dan nilai positif. Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner, suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Bawono (2006), Reliabilitas adalah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen.

Teknik Analisis**Uji Normalitas**

Priyastama (2017), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogramnya, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas adalah untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2016), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2014), menjelaskan bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium) bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Uji F (Simultan)

Riduan dan Sunarto dalam Zahara (2017), uji F yaitu jika nilai sig. hitung $F < 0,05$ maka artinya variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Uji t (Parsial)

Riduan dan Sunarto dalam Adi dan Sutanto (2015), uji t yaitu jika nilai sig. hitung $t < 0,05$ maka artinya variabel bebas secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Uji Koefisien Determinasi R²

Ghozali (2018), uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *adjusted R²*.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

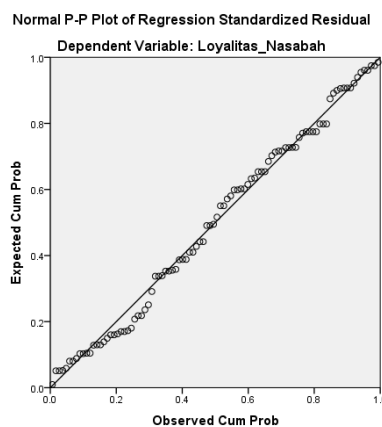
Variabel	Pernyataan	Sig.	Status	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	X _{1.1}	000	Valid	0,786	Reliabel
	X _{1.2}	000	Valid		Reliabel
	X _{1.3}	000	Valid		Reliabel
	X _{1.4}	000	Valid		Reliabel
	X _{1.5}	000	Valid		Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	X _{2.1}	000	Valid	0,777	Reliabel
	X _{2.2}	000	Valid		Reliabel
	X _{2.3}	000	Valid		Reliabel
	X _{2.4}	000	Valid		Reliabel

Kepercayaan (X3)	X _{3.1}	000	Valid	0,801	Reliabel
	X _{3.2}	000	Valid		Reliabel
	X _{3.3}	000	Valid		Reliabel
	X _{3.4}	000	Valid		Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	Y1	000	Valid	0,758	Reliabel
	Y2	000	Valid		Reliabel
	Y3	000	Valid		Reliabel
	Y4	000	Valid		Reliabel

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020)

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepercayaan dan loyalitas nasabah dinyatakan valid dan reliabel karena dari hasil uji didapatkan bahwa r hitung yang lebih besar dari pada r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan juga nilai sig. kurang dari 0,05 ($sig. < 0,05$) serta nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 ($> 0,6$).

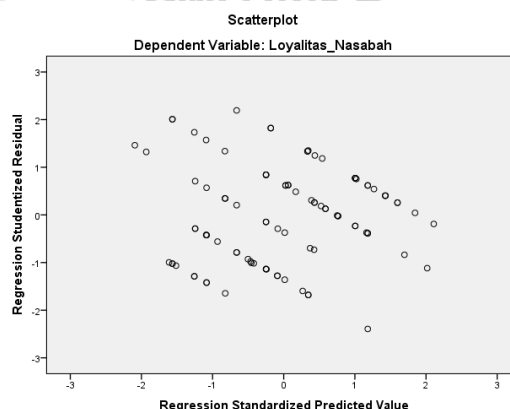
Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
Sumber: SPSS 25, Data olah (2020)

Gambar 2 menunjukkan grafik normalitas bahwa data yang tersebar berada disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, untuk itu model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau model regresi lulus uji normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: SPSS 25, Data olah (2020)

Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik yang tersebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y serta titik-titik yang tersebar tidak membentuk pola tertentu sehingga model regresi layak di pakai atau lulus uji Heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolineritas

Model	Collinerity Tolerance	Statistics VIF
(Constant)		
X ₁	0,565	1,770
X ₂	0,565	1,769
X ₃	0,999	1,001

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020)

Tabel 2 menunjukkan bahwa model *coefficient* yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinearitas karena nilai VIF < 10. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi atau lulus uji multikolinearitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinerity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	17,875	1,672		10,688	.000		
Kualitas Pelayanan	0,138	0,064	0,225	2,142	.035	0,565	1,770
Citra Perusahaan	0,228	0,095	0,251	2,385	.019	0,565	1,769
Kepercayaan	-0,361	0,058	-0,491	-6,216	.000	0,999	1,001

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020).

$$Y = 17,875 + 0,138 (X_1) + 0,228 (X_2) + -0,361 (X_3)$$

Nilai konstanta 17,875 yang artinya menunjukkan pengaruh positif variabel independen (X₁), (X₂) dan (X₃), bila variabel independen naik atau berpengaruh maka variabel dependen (Y) akan naik. Koefision b¹ memiliki nilai 0,138 yang artinya jika variabel X₁ meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X₂, X₃ dan (a) konstanta adalah 0, maka loyalitas nasabah dari Pegadaian UPC meningkat sebesar 0,138. Untuk koefision b² memiliki nilai 0,228 yang artinya jika variabel X₂ meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X₁, X₃ dan (a) konstanta adalah 0, maka loyalitas nasabah dari Pegadaian UPC meningkat sebesar 0,228.

Koefision b³ memiliki nilai -0,361 yang artinya jika variabel X₃ meningkat sebesar 1 dengan asumsi variabel X₁, X₂ dan (a) konstanta adalah 0, maka loyalitas nasabah dari Pegadaian UPC Tanjung Batu menurun sebesar -0,361.

Uji F (Simultan)

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F Hitung	Sig.	F Tabel
1	Regresion	70,851	3	23,617	22,778	.000 ^b	3,09
	Residual	95,389	92	1,037			
	Total	166,240	95				

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020).

Tabel 4 menunjukkan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah secara simultan berpengaruh signifikan, karena nilai sig. yaitu sebesar .000 kurang dari 0,05 dan juga nilai F hitung 22,778 lebih dari F tabel 3,09 atau (22,778 > 3,09).

Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T Hitung	Sig.	t Tabel
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	17,875	1,672			10,688	.000	
	Kualitas Pelayanan	0,138	0,064	0,225		2,142	.035	1,988
	Citra Perusahaan	0,228	0,095	0,251		2,385	.019	1,988
	Kepercayaan	-0,361	0,058	-0,491		-6,216	.000	1,988

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020).

Dari hasil uji t pada tabel 5 diatas maka diperoleh hasil yaitu untuk variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah karena dari masing-masing nilai memiliki hasil sig.< 0,05 dan juga nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Sedangkan variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif signifikan karena dari hasil uji nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung -6,216 lebih kecil dari t tabel 1,988. Meskipun t hitung lebih kecil dari t tabel namun dilihat dari nilai signifikansinya 0,000 < 0,05 maka untuk variabel X₃ berpengaruh signifikan dengan nilai negatif.

Uji Koefisien Determinasi R²Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,653 ^a	0,426	0,407	1,018

Sumber: SPSS 25, Data olah (2020).

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa nilai koefisien R yaitu 0,653 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel X₁, X₂ dan X₃ terhadap loyalitas nasabah Pegadaian UPC Tanjung Batu mempunyai pengaruh sebesar 65,3% atau antara variabel dependen dan independen memiliki hubungan yang kuat.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil uji dari penelitian ini, didapatkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan peningkatan terhadap loyalitas nasabah dari Pegadaian UPC, dimana didapatkan pengaruh positif yang artinya nasabah merasa puas dengan pelayanan baik dari karyawan maupun fasilitas. Hasil penelitian didukung oleh penelitian Pramana dan Rastini (2016), dengan judul 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali' dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil uji dari penelitian ini, didapatkan bahwa variabel citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Hal ini berarti citra perusahaan yang diberikan dapat memberikan peningkatan terhadap loyalitas nasabah dari Pegadaian UPC, dimana didapatkan pengaruh positif yang artinya strategi yang diterapkan oleh Pegadaian dalam mendapatkan loyalitas dari nasabah yaitu *Public Relations* mampu menciptakan reputasi yang baik dari masyarakat atau nasabah. Hasil penelitian didukung oleh penelitian Suhardi (2016), dengan judul 'Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Berasuransi Pada PT. Prudential Life Assurance Tanjungpinang' dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil uji dari penelitian ini, didapatkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Kepercayaan berpengaruh namun secara negatif yang artinya walaupun kepercayaan seorang nasabah dapat menentukan bahwa terdapat loyalitas namun juga semakin tinggi seorang nasabah menaruh kepercayaan terhadap perusahaan maka semakin banyak harapan yang diinginkan nasabah seperti semakin baiknya karyawan dalam menangani transaksi KCA tetapi ketika nasabah menaruh kepercayaan yang tinggi, nasabah merasakan bahwa terdapat hal-hal seperti terjadinya kesalahan transaksi sehingga loyalitas akan menurun. Hasil penelitian didukung oleh penelitian Fitriana (2017), dengan judul 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Sahara Tulungagung' dimana dalam penelitian ini memiliki hasil yang sama yaitu bahwa variabel kepercayaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dilakukan peneliti maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
3. Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
4. Kepercayaan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

Saran

Dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Bagi Pegadaian UPC Tanjung Batu kiranya dapat terus memperhatikan variabel seperti Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan maupun Kepercayaan. Karena variabel-variabel tersebut memiliki dampak yang besar bagi kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan jasa.
2. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini, kiranya dapat meneliti variabel-variabel selain kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan atau yang belum diteliti dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh temuan lain yang berguna bagi pengembangan ilmu manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Y., dan Sutanto, S. (2015). *Analisa Dukungan Organisasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Kampoeng Roti*. Skripsi. Surabaya: Univeritas Kristen Petra.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., dan Keller, L.K. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education INC.
- Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 50, No 4, pp. 64-70
<http://adminitrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/articel/view/2032>. Diakses tanggal 22 September 2020
- Napitupulu, L.A. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta di Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM Fekon*, Vol 4, No 1, pp. 338-352
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://media.neliti.com/media/publications/198615-pengaruh-komitmen-organisasional-motivasi.pdf&ved=2ahUKEwiVsrjA9PvrAhXMcn0KHS2xCQ0QFjAEegQIBBAB&usg=AOvVaw14Z02EwJFF6t9OkJp28sB7>. Diakses tanggal 17 Februari 2020

- Pramana, I.Y., dan Rastini, N.M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-jurnal Manajemen*, Vol 5, No 1, pp. 706-733. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/18248>. Diakses tanggal 17 Februari 2020
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: PT. Anak Hebat Indonesia.
- Rambat, T.A. (2010). *Kualitas Pelayanan Nasabah*. Yogyakarta: Sleman.
- Sari, M. (2020). *Penelitian Kepustakaan Dalam Penelitian Pendidikan IPA*. *Jurnal Penelitian Bidang IPA*, Vol 6, No 1, pp. 42-53
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/download/1555/1159&ved=2ahUKEwjZ0s_Jj8bsAhWV5nMBHbSuDO44ChAWMAF6BAGJEAE&usq=AOvVaw02s6l-j9VpLILeTaFrPLAc. Diakses tanggal 22 Oktober 2020
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Suhardi., (2016). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Berasuransi Pada PT. Prudential Life Assurance Tanjungpinang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 7, No 1, pp. 59-67. <https://ikopin.ac.id/jurnal/index.php/coopetition/article/view/9/9>. Diakses tanggal 17 Februari 2020
- Tahun, Bunga, dan Nyoko, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Tanaoba Lais Manekat Kota Kupang. *Journal Of Management*, Vol 7, No 2, pp. 147-165. <https://www.researchgate.net/publication/329738401>. Diakses tanggal 17 Februari 2020
- Tumbel, A. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan*. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, Vol 3, No 1, pp. 64-79
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppm/ekososbudkum/article/download/17186/16734&ved=2ahUKEwjC8IaUqtHtAhVHU30KHdkKCSIQFjABegQIAhAB&usq=AOvVaw3LjOtDwxKY75-yphNQ1a5d>. Diakses tanggal 14 Desember 2020
- Zahara, A. (2017). *Hubungan Sikap Spiritual dan Sikap Sosial Dengan Hasil Belajar IPS*. *Jurnal Pendidikan Mahasiswa Geografi*, Vol 2, No 4, pp. 1-11
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.jim.unsyiah.ac.id/geografi/article/download/5263/2222&ved=2ahUKEwirjbfAksbsAhWSguYKHURPBg0QFjAMegQIChAB&usq=AOvVaw2llu7SS4QHE4grBs_FU42D. Diakses tanggal 27 Januari 2020