

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT.PEGADAIAN UPC TUMPAAN DI DESA PINAMORONGAN

ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, COMPANY IMAGE AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION PT.PEGADAIAN UPC TUMPAAN IN PINAMORONGAN VILLAGE

Oleh :

Hanna S.L Karwur¹

Maryam Mangantar²

Mirah H. Rogi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

[1hannakarwur062student.unsrat.ac.id](mailto:hannakarwur062student.unsrat.ac.id)

[2mmangantar@unsrat.ac.id](mailto:mmangantar@unsrat.ac.id)

[3mirahrogi2505@yahoo.com](mailto:mirahrogi2505@yahoo.com)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Dengan responden sebanyak 79 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Begitu pula secara Simultan Variabel kualitas layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

Abstract: This study aims to determine the effect of Service Quality, Corporate Image and Trust on PT. UPC Tumpaan Pawnshop in Pinamorongan Village. This type of research is associative research using quantitative analysis methods. With respondents as many as 79 respondents. Data collection in this study was carried out using a questionnaire. The data analysis technique used in this study uses multiple linear regression analysis. The results of the study show that the variables of Service Quality, Corporate Image and Trust partially have a significant effect on Customer Satisfaction. Likewise simultaneously the variables of service quality, corporate image and trust have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: : Service Quality, Company Image, Trust, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan kegiatan ekonomi, kebutuhan manusia pun semakin berkembang. Tidak terkecuali kebutuhan pendanaan, untuk memenuhi kebutuhannya pun semakin meningkat. Kebutuhan pendanaan tersebut sebagian besar dapat dipenuhi melalui kegiatan pinjam meminjam. Kegiatan pinjam meminjam ini dilakukan oleh perseorangan atau badan hukum dengan suatu lembaga, baik lembaga informal maupun lembaga formal salah satunya adalah pegadaian. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan aktivitas pemasaran dan menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk tujuan menarik konsumen baru sekaligus mempertahankan konsumen yang sudah ada (Sheilli, Rudy, Jane 2021).

Untuk mengatasi kesulitan di mana kebutuhan dana dapat dipenuhi tanpa kehilangan barang-barang berharga, maka masyarakat dapat menjaminkan barang-barangnya ke lembaga tertentu. Barang yang dijaminkan tersebut pada waktu tertentu dapat ditebus kembali setelah masyarakat melunasi pinjamannya. Kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai disebut dengan usaha gadai.

Pegadaian adalah lembaga keuangan yang memiliki izin resmi melaksanakan kegiatan operasionalnya dalam bentuk pembiayaan kredit kepada masyarakat dalam bentuk dana dalam jumlah yang relatif kecil serta jumlah besar berupa layanan gadai. Tugas pokok PT Pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan memberikan peminjaman berdasarkan hukum gadai (Wahyu Aji 2019). Pegadaian memiliki berbagai layanan terkait dengan produk-produk pegadaian. Layanan produk pegadaian diantaranya inventasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, tabungan emas, kredit cepat aman (KCA) pegadaian, pegadaian syariah dan lainnya. Selain jaminan emas nasabah juga bisa mengajukan pinjaman uang atau kredit dengan jaminan mulai dari surat BPKB kendaraan motor atau mobil, surat tanah dan lainnya. Pada waktu yang telah ditentukan maka pegadaian atau nasabah akan membayar bunga atau menebus barang yang digadai dengan tambahan bunga. apabila nasabah tidak melunasi atau tidak membayar bunga pinjaman dalam waktu yang ditentukan maka barang jaminan akan dijual oleh pihak pegadaian.

Kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah (Dian 2018). Pelayanan yang baik menjadi salah satu cara yang tepat bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dengan memberikan pelayanan yang baik diharapkan dapat memenuhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah juga didasarkan atas kualitas layanan yang terdapat dalam PT Pegadaian tersebut, sebuah layanan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan sebaik mungkin. Faktor faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan.

Kualitas layanan yang ditawarkan dan diberikan oleh suatu perusahaan harus bisa memenuhi bahkan melebihi harapan nasabah agar terbentuk suatu perasaan puas atas kualitas layanan yang diberikan (Laidia, Siti, Afi 2021). Memberikan pelayanan yang berkualitas menjadi fokus utama pegadaian, Sama halnya dengan pegadaian pada umumnya, PT Pegadaian UPC Tumpaan dituntut untuk mengatasi permintaan dari setiap nasabah yang memiliki persepsi yang berbeda-beda. Adapun kualitas layanan yang di berikan oleh PT. Pegadaian adalah Komitmen Pegadaian untuk memberikan layanan yang terbaik dan bermanfaat bagi setiap nasabah diwujudkan melalui sikap dan respons yang profesionalisme dari Perusahaan dalam melayani nasabah.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa mencoba untuk memperlihatkan citra perusahaannya karena dengan citra yang baik akan memberi nilai tambah bagi perusahaan (Tika, Anton, Okky, Nita 2022). Nasabah yang merasa puas dengan apa yang diberikan pegadaian dalam melayani kebutuhan dan keinginan dapat membuat nasabah mengenalkan produk jasa yang diberikan PT Pegadaian UPC Tumpaan kepada orang terdekat atau masyarakat sehingga tercipta citra perusahaan yang baik dan memungkinkan nasabah untuk bertambah. Sebuah citra yang baik dapat memberikan tanda adanya superioritas terhadap konsumen yang mengarah pada sikap konsumen yang menguntungkan dan membawa kinerja penjualan dan keuangan yang lebih baik bagi perusahaan.

Kepercayaan menjadi bagian penting bagi perusahaan dengan konsumen. karena konsumen yang memiliki kepercayaan pada produk atau suatu perusahaan akan membuat suatu perusahaan tersebut berkembang (Akri, Edyson, Suyono 2021). Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan. PT Pegadaian UPC Tumpaan memberikan fasilitas penitipan barang yang aman dan dapat dipercaya Pegadaian juga menjamin kualitas pelayanan kepada setiap nasabah dengan sigap, responsif dan terpercaya. Melalui berbagai layanan ini, Pegadaian membantu konsumen menjamin kualitas dan keamanan produknya serta mengurangi risiko dan memenuhi harapan konsumen.

Saat ini pegadaian harus siap dalam menghadapi persaingan antar perusahaan jasa lainnya, oleh sebab itu pegadaian harus mampu melihat peluang atau mampu memahami keinginan dan kebutuhan dari nasabah. Pegadaian harus bisa memberikan pelayanan yang berkualitas dan pelayanan yang maksimal sehingga memuaskan keinginan dan juga kebutuhan nasabah sehingga menimbulkan kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik yang diberikan PT. Pegadaian kepada nasabah membuat nasabah tertarik dengan Pegadaian.

Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan di desa pinamorongan dengan jumlah nasabah 376 nasabah. Kualitas layanan yang baik yang diberikan PT. Pegadaian kepada masyarakat sehingga membuat citra perusahaan dari PT. Pegadaian menjadi bagus sehingga tingkat kepercayaan masyarakat akan Pegadaian membuat masyarakat merasa puas dan terus menggunakan jasa Pegadaian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongan”.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan, Citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian UPC Tumpaan di desa pinamorongan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongan
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongan
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpa di Desa Pinamorongan

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016) adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kepuasan Nasabah

Richard Oliver (2018) kepuasan nasabah adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kotler (2018) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antar kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa ,manusia, proses,lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Citra Perusahaan

Kenneth dan Donald (2018) citra perusahaan mencerminkan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta produk atau lini produk individu. Citra perusahaan berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas yang di komunikasikan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi.

Kepercayaan

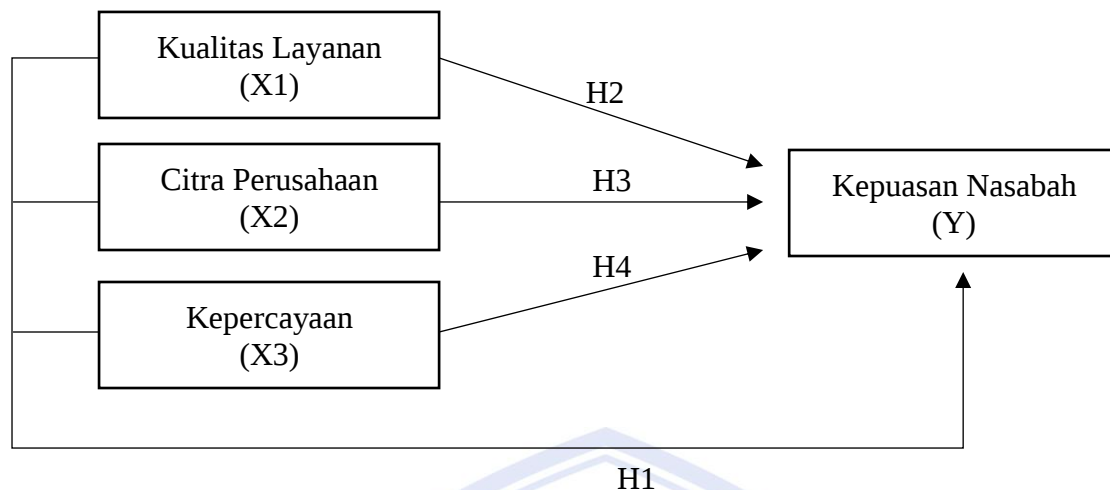
Wiedyani dan Prabowo, (2019) menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual dalam pemakaiannya. Setiawan. (2020) kepercayaan merupakan keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut.

Penelitian Terdahlu

Laidia Himmatul Ulya, Siti Asiyah, Afi Rahmat Slamet (2021) dalam penelitiannya berjudul pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bank BPR UMKM Jawa Timur Cabang Mojokerto menemukan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan berpengaruh parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan.

I Gede Nyoman Carlos W. Mada, Ratih Permata Dewi, Ni Kd Sioaji Yamawati (2021) dalam penelitiannya berjudul pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Cabang Gianyar).menemukan bahwa Kualitas Laynanan, Citra Perusahaan, kepercayaan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Tika Aswati, Anton Tirta Komara, Rd. Okky Satria, Nita Yura Roslina (2022) dalam penenlitiannya berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada salah satu perusahaan jasa pengiriman barang di kota Bandung.menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan..

Model Penelitian**Gambar 1. Model Penelitian***Sumber : Kajian Teori, 2022***Hipotesis**

- H1: Diduga Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
- H2: Diduga Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
- H3: Diduga Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
- H4: Diduga Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang diperlukan untuk keperluan analisis. Menurut Creswell, pengertian kuantitatif sebagai upaya menyelidiki masalah dimana masalah tersebutlah yang mendasari peneliti mengambil data, menentukan variabel dan yang kemudian diukur dengan angka agar bisa dilakukan analisa sesuai dengan prosedur statistik yang berlaku.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Pegadaian UPC Tumpaan studi kasus di desa pinamorong yang berjumlah 376 nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 79 nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis f dan t , koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

Teknik Analisis Data

Analisis ini ditujukan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka alat analisis yang dinilai tepat untuk digunakan adalah regresi linear berganda. Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Pegadaian UPC Tumpaan maka digunakan alat uji statistik yaitu regresi linear berganda yang dapat dirumuskan dengan persamaan dengan persamaan berikut (Sugiyono, 2016:298):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sig	Ket	Cornbach Alpha	Ket
X1	X1.1	0.575	0.000	Valid	0.648	Reliabel
	X1.2	0.372	0.001	Valid		
	X1.3	0.372	0.001	Valid		
	X1.4	0.632	0.000	Valid		
	X1.5	0.711	0.000	Valid		
X2	X2.1	0.740	0.000	Valid	0.647	Reliabel
	X2.2	0.226	0.046	Valid		
	X2.3	0.809	0.000	Valid		
X3	X3.1	0.798	0.000	Valid	0.641	Reliabel
	X3.2	0.336	0.002	Valid		
	X3.3	0.773	0.000	Valid		
Y	Y.1	0.806	0.000	Valid	0.641	Reliabel
	Y.2	0.582	0.000	Valid		
	Y.3	0.727	0.000	Valid		
	Y.4	0.548	0.000	Valid		

Sumber: Data Diolah, 2022

Data pada Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas memberikan nilai yang baik pada setiap butir indikator masing-masing variabel. Hasil uji reliabilitas menunjukan reliabilitas antara semua variabel, 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat karena nilai alpha cornbach >0.6, yang artinya data konsisten dan dapat diterima.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,93136173
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,082
	Negative	-,116
Test Statistic		,116
Asymp. Sig. (2-tailed)		,010 ^c

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov diatas terlihat bahwa nilai sig 0,10 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

		Coefficients^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	22,181	2,392		9,274	,000		
	KUALITAS LAYANAN	,193	,098	,252	1,955	,054	,717	1,394
	CITRA PERUSAHAAN	-,142	,152	-,130	-,938	,351	,625	1,601
	KEPERCAYAAN	-,243	,115	-,286	-2,113	,038	,651	1,537

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel Kualitas Layanan adalah $1,394 < 10$, Citra Perusahaan adalah $1,601 < 10$, dan Kepercayaan adalah $1,537 < 10$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas pada data dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas**Tabel 4. Hasil uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,401	1,485		,270	,788
	KUALITAS LAYANAN	,004	,061	,008	,061	,952
	CITRA PERUSAHAAN	-,010	,094	-,015	-,102	,919
	KEPERCAYAAN	,023	,071	,047	,326	,745

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai sig X1 adalah 0,952, nilai sig X2 adalah 0,919 dan nilai sig X3 0,745 sehingga dapat disimpulkan yang artinya $0,952 > 0,05$, $0,919 > 0,05$ dan $0,745 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.915	1.248		1.535	.129
	KUALITAS LAYANAN	.261	.069	.308	3.777	.000
	CITRA PERUSAHAAN	.265	.083	.257	3.189	.002
	KEPERCAYAAN	.372	.073	.425	5.129	.000

Sumber: Data Diolah, 2022

Hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta Kepuasan Nasabah sebesar 1,915 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan (nilai X1, X2 dan X3 adalah 0) maka Kepuasan Nasabah adalah sebesar 1,915
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,261 (26,1%), artinya jika variabel Kualitas Layanan (X1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Citra Perusahaan (X2) dan Kepercayaan (X3) dan

konstanta (a) adalah 0, maka Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 0,261 (26,1%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan berkontribusi secara positif terhadap Kepuasan Nasabah.

3. Nilai koefisien regresi Citra Perusahaan (X2) sebesar 0,265 (26,5%) artinya jika variabel Citra Perusahaan (X2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan dan konstanta (a) adalah 0, maka Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 0,265 (26,5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Citra Perusahaan berkontribusi secara positif terhadap Kepuasan Nasabah.
4. Nilai koefisien regresi Kepercayaan (X3) sebesar 0,372 (37,2%) artinya jika variabel Kepercayaan (X3) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan dan konstanta (a) adalah 0, maka Kepuasan Nasabah meningkat sebesar 0,372 (37,2%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Citra Perusahaan berkontribusi secara positif terhadap Kepuasan Nasabah

Uji hipotesis

Uji T (Persial)

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta	T	Sig.
	B	Std. Error				
1	(Constant)	3,598	1,491		2,414	,018
	KUALITAS LAYANAN	,236	,075	,295	3,153	,002
	CITRA PERUSAHAAN	,314	,091	,319	3,453	,001
	KEPERCAYAAN	,253	,079	,307	3,186	,002

sumber: Data Diolah, 2022

Hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah
Variabel Kualitas layanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini terlihat dari $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 79-2-1) = 1,992$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $3,153 > 1,992$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga hipotesis Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian UPC Tumpaan.
2. Pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah
Variabel Citra Perusahaan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini terlihat dari $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 79-2-1) = 1,992$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $3,453 > 1,9847$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga hipotesis Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian UPC Tumpaan.
3. Pengaruh variabel Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah
Variabel Kepercayaan (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini terlihat dari $0,000 < 0,05$. Nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 79-2-1) = 1,992$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $3,186 > 1,9847$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga hipotesis Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian UPC Tumpaan.

Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.330	3	17.777	66.624	.000 ^b
	Residual	20.012	75	.267		
	Total	73.342	78			

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 66,624 dengan nilai F_{tabel} adalah 2,72 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $66,624 > 2,72$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel Kualitas layanan (X1) dan Citra Perusahaan (X2) dan Kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Tumpaan.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.727	.716	.517

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah sebanyak 0,727. Hal ini berarti bahwa pengaruh Kualitas layanan (X1) Citra Perusahaan (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian UPC Tumpaan adalah 72,7%, sisanya yaitu 27,3% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian melalui hipotesis pertama (H1) Kualitas layanan, Citra perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah PT Pegadaian UPC Tumpaan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah di PT Pegadaian UPC Tumpaan di pengaruhi oleh Kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan. Dalam hal ini PT Pegadaian UPC Tumpaan mampu memberikan perasaan puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah, terpenuhinya harapan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa dari PT Pegadaian. kualitas layanan yang baik yang diberikan PT.Pegadaian kepada masyarakat sehingga membuat citra perusahaan dari PT. Pegadaian menjadi bagus sehingga tingkat kepercayaan masyarakat akan Pegadaian membuat masyarakat merasa puas dan terus menggunakan jasa Pegadaian. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Laidia Himmatul (2021)

Pengaruh Kalitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian pertama melalui hipotesis kedua (H2) Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) PT Pegadaian UPC Tumpaan. Kualitas layanan yang baik merupakan salah satu faktor terciptanya kepuasan nasabah. dalam penelitian ini yang menjadi fokus ialah nasabah di desa pinamorong. Hal ini menunjukkan bahwa kaulitas layanan PT Pegadain UPC Tumpaan mampu menarik dan mempertahankan kepuasan nasabah. Komitmen Pegadaian untuk memberikan layanan yang terbaik dan bermanfaat bagi setiap nasabah diwujudkan melalui sikap dan respons yang profesionalisme dari Perusahaan dalam melayani nasabah, kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada konsumen, mampu memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan perusahaan, perilaku karyawan untuk membangun keyakinan dalam menggunakan jasa yang ditawarkan sehingga membuat masyarakat memilih atau menggunakan jasa pegadaian. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Rora Rosmaya sari (2021)

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian kedua melalui hipotesis ketiga (H3) Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah PT Pegadaian UPC Tumpaan. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan mampu menarik dan mempertahankan kepuasan konsumen. dalam hal ini PT Pegadaian UPC Tumpaan mampu berkompetensi dan memiliki keunggulan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibanding perusahaan lain sehingga membuat nasabah memilih menggunakan jasa PT Pegadaian. Nasabah yang merasa puas dengan apa yang diberikan pegadaian dalam melayani kebutuhan dan keinginan dapat membuat nasabah mengenalkan produk jasa yang diberikan PT Pegadaian UPC Tumpaan kepada orang terdekat atau masyarakat sehingga tercipta citra perusahaan yang baik dan memungkinkan nasabah untuk bertambah. Hal Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Onny Setyawan (2021)

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ketiga melalui hipotesis keempat (H4) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah PT Pegadaian UPC Tumpaan. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan mampu menarik dan mempertahankan kepuasan nasabah. Dalam hal ini PT Pegadaian UPC Tumpaan memiliki kemampuan untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen, kesediaan PT Pegadaian dalam melayani kepentingan nasabah dan integritas dari PT Pegadaian UPC Tumpaan membuat nasabah yakin terhadap PT Pegadaian untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat oleh nasabah. PT Pegadaian UPC Tumpaan memberikan fasilitas penitipan barang yang aman dan dapat dipercaya. Pegadaian juga menjamin kualitas pelayanan kepada setiap nasabah dengan sigap, responsif dan terpercaya. Melalui berbagai layanan ini, Pegadaian membantu konsumen menjamin kualitas dan keamanan produknya serta mengurangi risiko dan memenuhi harapan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Marina Mailan (2021)

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
3. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
4. Kepercayaan terhadap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Saran

Saran dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
Bagi Pegadaian UPC Tumpaan, berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan agar lebih meningkatkan kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan agar lebih berkualitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan pada penelitian yang akan datang peneliti bisa menambahkan variabel lain dan jumlah sampel yang digunakan lebih banyak agar hasil analisis dari penelitian yang di dapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Sukerta., Agung., Sujana (2020) Effect of Service Quality and Corporate image on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Mediation Variables (Study at PT. BPR. Padma, Denpasar-Bali). Journal Management and Economics. Vol 11, No 1 (2020) <https://ijcrr.info/index.php/ijcrr/article/view/783> . Diakses 17 maret 2022
- Nurhayati (2020) Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Pegadaian cabang banda aceh. Jurnal Manajemen Bisnis. <http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/handle/123456789/507?show=full> . diakses 17 maret 2022
- Setyawan., Santoso., Ericson., dan Aprila (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Bank Sinarmas Tbk Pekanbaru. Jurnal Bisnis Terapan. Vol 1, No 1 (2021). <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/view/1836>
- Rohmad, Rivald.o, Kamanda., dan Yusman (2022) The Influence Of Brand Image, Promotion And Trust On Customer Loyalty At Bank BSI Nagoya Batam Branch. Jurnal Mantik. Vol 5, N0 2 (2022).

- Salmaa. (2021, 26 november). *Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Tujuan, Jenis-Jenis, dan Langkah Melakukannya*. <https://penerbitdeependublish.com/penelitian-kuantitatif/>
- Soemirat & Adianto (2018) *Dasar-dasar public relation*. Diakses 17 oktober 2022
- Sugiyono (2019:126) *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D alfabeta, bandung*. Diakses 18 oktober 2022
- Sugiyono (2019:127) *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D alfabeta, bandung*. diakses 18 oktober 2022
- Tika Aswati, Anton Tirta Komara Rd. Okky Satria, Nita Yura Roslina (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi pada perusahaan jasa pengiriman di Kota Bandung. *Journal Of Accounting and Management*. Vol 2, No 1 (2022) <http://journal.lemlit.org/ojs/index.php/aj/article/view/26>. Diakses 18 oktober 2022.
- Triwijayantisekar Pambudi, Euis Soliha (2022) Pengaruh Kualitas layanan, citra bank dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah tabungan BritAma X Bank BRI Cabang Kendal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. Vol 4, No 3 (2022). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/912>. Diakses tgl 17 maret 2022
- Yulisetiarni, Diah Prahasta, Yongky Ade (2019) The Effect Of Price, Service Quality, Customer Value, And Brand Image On Customers Satisfaction Of Telkomsel Cellular Operators In East Java Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/89831> . Diakses 17 oktober 2022
- Wiedyani dan Prabowo, (2019) pengertian kepercayaan <http://repository.stei.ac.id/1978/3/BAB%202.pdf>. Diakses 18 oktober 2022
- Yuni Adinda Putri, Zakaria Wahab, Muchsin Saggaff Shihab, Agustina Hanafi (2018) The effect of service quality and brand trust on loyalty through customer satisfaction in transportation service Go-jek (go-ride) in Palembang City. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 14, No 1 (2018). http://openjournal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jm_motivasi/article/view/1028 . Diakses 18 oktober 2022