

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, FITUR LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE DI PEGADAIAN CABANG PELAYANAN MANADO TIMUR**

***THE INFLUENCE OF EASE OF USE, SERVICE FEATURES, AND TRUST ON CUSTOMER INTEREST IN USING THE PEGADAIAN DIGITAL SERVICE APPLICATION AT THE PEGADAIAN BRANCH SERVICE IN MANADO TIMUR***

Oleh:

**Chesya L. Tenga<sup>1</sup>**

**Altje L. Tumbel<sup>2</sup>**

**Silcyljeova Moniharapon<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

<sup>1</sup>[chesyaliantie@gmail.com](mailto:chesyaliantie@gmail.com)

<sup>2</sup>[altjetumbel21@unsrat.ac.id](mailto:altjetumbel21@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[silcyljeovamoniharpon@unsrat.ac.id](mailto:silcyljeovamoniharpon@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Minat nasabah dalam menggunakan aplikasi adalah indikator penting yang mencerminkan potensi adopsi dan keberhasilan layanan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pegadaian Cabang Pelayanan Manado Timur. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memiliki ciri utama ialah anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. Sampel yang digunakan sebanyak 95 responden. Metode yang digunakan adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian uji secara parsial menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa fitur yang relevan dan mudah diakses meningkatkan minat pengguna. Kepercayaan nasabah terhadap aplikasi juga terbukti berpengaruh signifikan. Dan uji simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian *Digital Service* di pegadaian cabang pelayanan manado timur.

**Kata Kunci :** Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Kepercayaan, Minat Menggunakan

**Abstract:** Customer interest in using the application is an important indicator that reflects the potential adoption and success of Digital Services. This study aims to analyze the influence of ease of use, service features, and trust on customer interest in using the Pegadaian Digital Service application at the Pegadaian Branch Service in Manado Timur. The sampling method used is purposive sampling, which is a technique where sample members are specifically selected based on the research objectives. A total of 95 respondents were used as samples. The method employed is multiple linear analysis. The results of the partial test indicate that ease of use has a positive and significant effect on customer interest. Service features also have a positive and significant impact on customer interest, showing that relevant and easily accessible features enhance user interest. Customer trust in the application has also been proven to have a significant effect. The simultaneous test shows that there is a positive and significant influence simultaneously between ease of use, service features, and trust on the interest in using the Pegadaian Digital Service application at the Pegadaian Branch Service in Manado Timur.

**Keywords:** Ease of Use, Service Features, Trust, Interest in Using

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Inovasi digital dalam layanan keuangan bukan hanya tren, tetapi telah menjadi kebutuhan yang tidak terhindarkan seiring meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Salah satu bentuk nyata dari inovasi tersebut adalah munculnya berbagai aplikasi digital yang dirancang untuk memfasilitasi kebutuhan transaksi nasabah secara praktis tanpa harus mengunjungi kantor layanan secara

langsung.

PT Pegadaian, sebagai lembaga keuangan non-bank yang telah lama hadir di tengah masyarakat Indonesia, turut beradaptasi dengan dinamika digitalisasi ini melalui peluncuran aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS). Aplikasi ini menawarkan beragam fitur seperti pengajuan gadai online, pembayaran cicilan, pembelian emas digital, hingga pembayaran tagihan bulanan. Tujuan dari pengembangan PDS adalah untuk meningkatkan efisiensi pelayanan dan menjangkau lebih banyak nasabah, khususnya di wilayah yang memiliki keterbatasan akses fisik terhadap kantor Pegadaian. Berdasarkan observasi awal di Pegadaian Cabang Pelayanan Manado Timur, ditemukan bahwa meskipun jumlah nasabah Pegadaian terus meningkat dari tahun ke tahun, penggunaan aplikasi PDS masih tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan oleh data internal Pegadaian Cabang Manado Timur tahun 2022–2024, di mana jumlah pengguna aplikasi digital tidak sebanding dengan total jumlah nasabah aktif. Artinya, masih banyak nasabah yang lebih memilih datang langsung ke outlet Pegadaian daripada menggunakan layanan digital yang sebenarnya lebih praktis dan efisien.

Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan penerimaan pengguna, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa studi terdahulu mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur layanan, dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem digital menjadi faktor penentu dalam mengadopsi layanan keuangan berbasis aplikasi (Putri and Ompusunggu, 2023). Kemudahan penggunaan, didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan banyak usaha. Dalam konteks aplikasi digital, kemudahan ini mencakup desain antarmuka yang sederhana, akses cepat ke fitur, serta navigasi yang intuitif, yang dapat meningkatkan minat dan kenyamanan pengguna (Putri and Ompusunggu, 2023).

Fitur layanan, merujuk pada kelengkapan dan kecanggihan layanan yang ditawarkan dalam aplikasi. Semakin banyak dan sesuai fitur yang tersedia dengan kebutuhan pengguna, maka semakin tinggi pula nilai manfaat yang dirasakan, yang berdampak pada peningkatan minat menggunakan (Ariel and Iriyanti, 2023). Kepercayaan, yaitu keyakinan pengguna bahwa aplikasi digital yang digunakan aman, dapat diandalkan, dan menjamin kerahasiaan serta integritas data pengguna. Kepercayaan ini menjadi faktor penentu utama dalam keputusan adopsi teknologi, terutama dalam sektor keuangan digital di mana persepsi terhadap keamanan dan kredibilitas aplikasi sangat berpengaruh terhadap loyalitas dan keberlanjutan penggunaan oleh nasabah.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan, karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service*, khususnya di wilayah Manado Timur. Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran digital, tetapi juga memberikan masukan praktis bagi manajemen Pegadaian dalam meningkatkan efektivitas layanan berbasis aplikasi dan mempercepat transformasi digital yang sedang dijalankan.

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pegadaian Cabang Pelayanan Manado Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pegadaian Cabang Pelayanan Manado Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pegadaian Cabang Pelayanan Manado Timur.
4. Untuk Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pegadaian Cabang Pelayanan Manado Timur.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai aktivitas pemasaran dengan tujuan menciptakan pertukaran yang bermanfaat bagi pasar sasaran serta mendukung pencapaian tujuan organisasi (Rogers dan Preece, 2023:23).

### **Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) merujuk pada sejauh mana suatu teknologi atau sistem dirasakan mudah dipahami, dipelajari, dan dioperasikan oleh pengguna (Kool dan Agrawal, 2024:89). Konsep ini menekankan

pentingnya desain yang intuitif dan ramah pengguna, sehingga pengguna tidak memerlukan usaha yang besar atau waktu yang lama untuk menguasai teknologi tersebut.

### **Fitur Layanan**

Fitur layanan berperan penting dalam membentuk persepsi terhadap kualitas, manfaat, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka (Kotler dan Keller, 2022:211). Bagi konsumen, fitur dapat menjadi alasan utama dalam memilih suatu produk, sedangkan bagi pemasar, fitur berperan penting dalam mendefinisikan produk mereka dibandingkan dengan produk lain di pasaran.

### **Kepercayaan**

Menurut Kool dan Agrawal (2024:231), kepercayaan adalah keyakinan yang membuat individu secara sukarela untuk menjadi pelanggan terhadap penyedia layanan ecommerce setelah mempertimbangkan beberapa alasan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen, semakin tinggi tingkat pula pembelian niat konsumen.

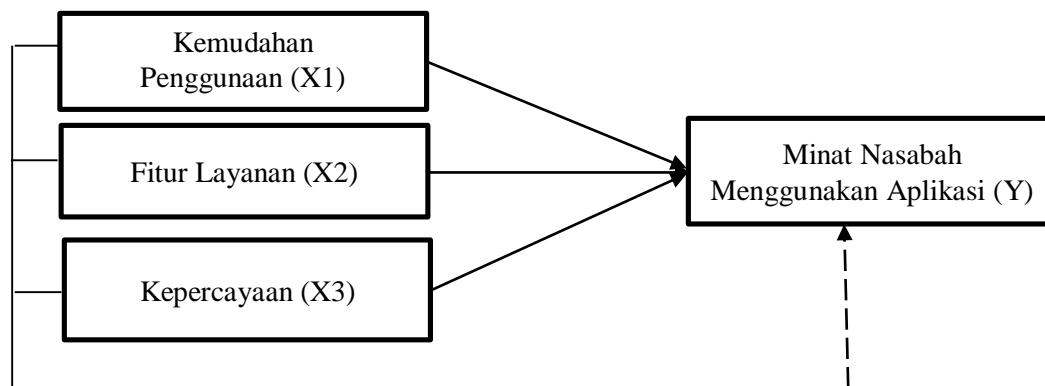
### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Buluati, Karundeng dan Suyanto (2023) bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kemudahan, keamanan dan kepercayaan bertransaksi yang mempengaruhi minat penggunaan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) bagi pelaku UMKM di Kabupaten Boalemo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari pengisian kuesioner. Populasi penelitian sebanyak 78 responden dengan menggunakan metode insidental. Teknik analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian dan menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda. Temuan penelitian ini adalah (1) kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan QRIS, (2) keamanan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan QRIS, (3) kepercayaan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan QRIS.

Penelitian Endriyanto dan Indrarini (2022) bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan fitur layanan terhadap minat penggunaan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 responden dari masyarakat Surabaya yang menggunakan Link Aja, dengan menggunakan metode pengambilan sampel menggunakan metode random sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Metode Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet Link Aja.

Penelitian Mogot, Saerang, dan Pandowo (2023) bertujuan untuk menganalisis kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan dapat memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan Dana sebagai pembayaran seluler mereka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini memperoleh dan menguji model melalui model regresi linier berganda dalam sampel 100 responden yang telah melakukan transaksi menggunakan Dana dalam enam bulan terakhir di Manado. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kepercayaan secara simultan memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan Dana sebagai pembayaran seluler mereka.

### **Model Penelitian**



**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: Kajian Literatur (2025)

### Hipotesis Penelitian

- H<sub>1</sub>: Kemudahan penggunaan(X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi (Y).
- H<sub>2</sub>: Fitur layanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi (Y).
- H<sub>3</sub>: Kepercayaan (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi (Y).
- H<sub>4</sub>: Kemudahan penggunaan (X<sub>1</sub>), Fitur layanan (X<sub>2</sub>), dan Kepercayaan (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi (Y).

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih.

### Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, populasinya terdiri dari 1627 pengguna aktif aplikasi Pegadaian *Digital Service* pada tahun 2024 di Pegadaian cabang pelayanan Manado timur. Maka besar sampel dihitung menggunakan rumus slovin dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas dan yang akan digunakan yaitu purposive sampling. Kriteria pengambilan sampel ini yaitu nasabah aktif pegadaian cabang pelayanan Manado timur, nasabah yang menggunakan aplikasi pds dan nasabah yang sudah pernah melakukan transaksi sebanyak minimal 2 kali melalui aplikasi Pegadaian *Digital Service*.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui pengisian kuesioner dan wawancara. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang dikumpulkan bukan secara langsung oleh peneliti, melainkan berasal dari sumber lain seperti situs resmi, artikel ilmiah, maupun publikasi media seperti majalah.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis dan diberikan kepada responden untuk dijawab secara mandiri tanpa campur tangan peneliti (Sugiyono, 2020:142). Pengukuran data menggunakan skala Likert, di mana setiap indikator variabel dinilai berdasarkan lima tingkat respon, mulai dari “sangat tidak setuju” “tidak setuju”, “kurang setuju”, “agak setuju”, “setuju”, “sangat setuju” dengan skor 1 sampai 5 (Rohman et al., 2023:74), sehingga memungkinkan peneliti mengukur tingkat persepsi responden secara kuantitatif terhadap setiap variabel yang diteliti.

### Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

**Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator
Kemudahan Penggunaan	Kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan konsumen untuk menggunakan teknologi baru dengan harapan teknologi tersebut mudah dan tidak memerlukan upaya yang tinggi ketika akan digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah Dipelajari (<i>Easy to Learn</i>)</li> <li>2. Mudah Digunakan (<i>Ease of Use</i>)</li> <li>3. Jelas dan Mudah Dipahami (<i>Clear and Understandable</i>)</li> <li>4. Fleksibel (<i>Flexible</i>)</li> <li>5. Mudah Menjadi Terampil (<i>Easy to Become Skillful</i>)</li> </ol> <p>(Santi dan Sudiasmo, 2020:15)</p>
Fitur Layanan	Fitur layanan adalah salah satu faktor penting dalam mengambil suatu keputusan, dikarenakan dalam fitur layanan yang lengkap dan memadai cenderung akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakannya begitupun sebaliknya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)</li> <li>2. Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>)</li> <li>3. Personalisasi (<i>Personalization</i>)</li> <li>4. Keamanan (<i>Security</i>)</li> <li>5. Integrasi (<i>Integration</i>)</li> </ol> <p>(Rusmanto, 2020:62)</p>

Variabel	Definisi	Indikator
Kepercayaan	Kepercayaan diperlukan oleh pengguna system teknologi untuk meningkatkan kinerja dalam melakukan suatu kegiatan organisasi dan perusahaan. Kepercayaan membantu para pengguna mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi keadaan yang tidak diinginkan.	1. Benevolence (kesungguhan/ketulusan) 2. Ability (kemampuan) 3. Integrity (integritas) 4. Willingness to depend (kesediaan untuk bergantung) (Kotler dan Keller, 2022:212)
Minat Menggunakan Aplikasi	Minat menggunakan merupakan keadaan yang dimana seseorang akan memperhatikan suatu kebutuhan dalam kegiatan yang akan dilakukan sehingga tidak akan memperhatikan proses selanjutnya	1. Kualitas Informasi 2. Nilai Tambah ( <i>Value</i> ) 3. Kepercayaan Pengguna 4. Rekomendasi Pengguna (Rahayu, Kurniawati, dan Premananto, 2020:37)

## Teknik Analisis Data

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validasi digunakan untuk memastikan seberapa baik suatu instrument digunakan untuk mengukur kosep yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan analisis item yaitu mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total. Untuk menghitung korelasi pada uji validasi menurut pendapat dari para ahli dapat menggunakan rumus perason *product moment* (Sugiyono, 2020:179). Uji reliabilitas merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan, keakuratan, kendala atau konsistensi pada instrumen yang digunakan.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan langkah awal yang penting dalam analisis data untuk memastikan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi yang normal (Sugiyono, 2020:245). Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian dalam analisis regresi yang bertujuan untuk melihat apakah antar variabel bebas (independen) dalam model saling berkorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independennya, karena hal tersebut dapat memengaruhi keakuratan hasil analisis (Ghozali, 2018:152). Jika terjadi korelasi tinggi, maka disebut ada gejala multikolinearitas. Untuk mendeteksi hal ini, digunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, di mana suatu model dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1.

#### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:83), tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

#### Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat).

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

Keterangan:

$Y$  = Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi

$X_1$  = Kemudahan penggunaan

$X_2$  = Fitur layanan

$X_3$  = Kepercayaan

$a$  = Konstanta (jika nilai  $x$  sebesar 0, maka  $y$  akan sebesar  $a$  atau konstanta)

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

$e$  = error

#### Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai  $R^2$  berada antara 0 sampai 1; semakin mendekati 1, berarti model memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa model kurang mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Ghozali, 2018:120).

### **Uji Hipotesis**

#### **Uji T (Parsial)**

Uji t (Uji Parsial) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (bebas) secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (sig.) pada tabel *output* regresi. Jika nilai sig. kurang dari 0,05, berarti variabel tersebut berpengaruh secara signifikan tetapi jika lebih dari 0,05, maka tidak signifikan (Ghozali, 2018:122).

#### **Uji F (Simultan)**

Uji F (Uji Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini juga dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai sig. kurang dari 0,05, maka model regresi secara keseluruhan dianggap tepat atau layak digunakan karena variabel-variabel bebas bersama-sama memengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2018:126).

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nomor Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Kemudahan Penggunaan	X1.1	0,859	0,201	Valid
	X1.2	0,857	0,201	Valid
	X1.3	0,769	0,201	Valid
	X1.4	0,821	0,201	Valid
	X1.5	0,841	0,201	Valid
	X1.6	0,882	0,201	Valid
	X1.7	0,829	0,201	Valid
	X1.8	0,859	0,201	Valid
	X1.9	0,461	0,201	Valid
	X1.10	0,340	0,201	Valid
Fitur Layanan	X2.1	0,914	0,201	Valid
	X2.2	0,856	0,201	Valid
	X2.3	0,860	0,201	Valid
	X2.4	0,828	0,201	Valid
	X2.5	0,847	0,201	Valid
	X2.6	0,914	0,201	Valid
	X2.7	0,856	0,201	Valid
	X2.8	0,860	0,201	Valid
	X2.9	0,828	0,201	Valid
	X2.10	0,847	0,201	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,857	0,201	Valid
	X3.2	0,898	0,201	Valid
	X3.3	0,848	0,201	Valid
	X3.4	0,872	0,201	Valid
	X3.5	0,858	0,201	Valid
	X3.6	0,898	0,201	Valid
	X3.7	0,848	0,201	Valid
	X3.8	0,876	0,201	Valid
	Y.1	0,930	0,201	Valid

Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi	Y.2	0.873	0,201	Valid
	Y.3	0.934	0,201	Valid
	Y.4	0.935	0,201	Valid
	Y.5	0.933	0,201	Valid
	Y.6	0.930	0,201	Valid
	Y.7	0.331	0,201	Valid
	Y.8	0.434	0,201	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 26(2025)

Dari tabel 2 terlihat bahwa nilai rhitung lebih besar dari rtabel 0,201, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbachs Alpha	Status
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,923	RELIABEL
Fitur Layanan (X2)	0,961	RELIABEL
Kepercayaan (X3)	0,954	RELIABEL
Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi (Y)	0,925	RELIABEL

Sumber: Data Olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 3, terlihat bahwa nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel, yaitu kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi, memiliki nilai lebih dari atau sama dengan 0,6 ( $\geq 0,6$ ). Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan cukup konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang dimaksud.

### Pengujian Asumsi Klasik

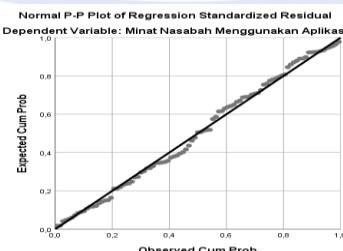
**Tabel 4. Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	.514	1.946	Non Multikolinearitas
Fitur Layanan	.435	2.298	Non Multikolinearitas
Kepercayaan	.480	2.082	Non Multikolinearitas

Sumber: Data Olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4 bisa dilihat bahwa hasil uji multikolinearitas mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,1. Pengujian model regresi untuk ukuran akrual mengindikasikan tidak terdapat gejala multikolinearitas untuk model regresi tersebut. Dengan demikian, semua variabel independen tersebut dapat dianggap valid sebagai prediktor.

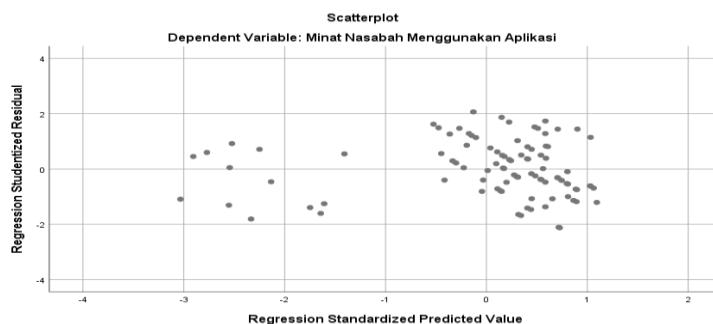
### Uji Normalitas



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**  
Sumber: Data Olahan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan gambar 2 tampak bahwa titik-titik data mengikuti pola garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas***Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)*

Berdasarkan gambar 3 dapat diamati bahwa titik-titik data tersebar secara acak tanpa pola yang jelas. Pola titik-titik tidak terbentuk pada bentuk tertentu tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu X dan Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7,088	1,240			5,716	,000
Kemudahan Penggunaan	,224	,042	,311		5,319	,000
Fitur Layanan	,249	,037	,431		6,779	,000
Kepercayaan	,232	,047	,298		4,914	,000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)*

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 7,088 + 0,224 X_1 + 0,248 X_2 + 0,232 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 7,088 dan bertanda positif. Artinya, jika ketiga variabel independen yaitu Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Fitur Layanan ( $X_2$ ), dan Kepercayaan ( $X_3$ ) tidak mengalami perubahan atau dianggap bernilai nol, maka Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* ( $Y$ ) bernilai 7,088. Tanda positif ini juga menunjukkan bahwa arah hubungan antara ketiga variabel X dan Y adalah searah jadi jika  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  meningkat, maka  $Y$  juga cenderung meningkat.
- Nilai koefisien regresi untuk Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) adalah 0,224. Ini berarti ada pengaruh positif atau searah antara Kemudahan Penggunaan dan Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Artinya, jika tingkat Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Minat Nasabah ( $Y$ ) diperkirakan akan meningkat sebesar 0,224, dengan asumsi variabel lainnya (Fitur Layanan dan Kepercayaan) tidak berubah atau tetap.
- Nilai koefisien regresi untuk Fitur Layanan ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,249. Angka ini menunjukkan adanya pengaruh positif atau searah antara Fitur Layanan dan Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Artinya, jika Fitur Layanan ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Minat Nasabah ( $Y$ ) juga diperkirakan akan meningkat sebesar 0,249, dengan asumsi bahwa variabel lain ( $X_1$  dan  $X_3$ ) tetap.
- Nilai koefisien regresi untuk Kepercayaan ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,232. Ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi. Dengan kata lain, jika Kepercayaan ( $X_3$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka Minat Nasabah ( $Y$ ) diperkirakan akan meningkat sebesar 0,232, selama variabel lainnya tetap tidak berubah.

### Korelasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 6. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,916 <sup>a</sup>	,840	,834	2,29742

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa *R-Square* memiliki nilai sebesar 0,840 atau 84%. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh yang sama terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi dan memberikan kontribusi sebesar 84% sisanya sebesar 16% kemungkinan dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

### Uji Hipotesis

#### Uji T (Parsial)

Untuk menguji pengaruh terhadap masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara satu per satu atau parsial maka dapat dilakukan dengan uji t. berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa :

1. Hasil uji t pada variabel Kemudahan Penggunaan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 5,319 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,661 ( $5,319 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi.
2. Hasil uji t pada variabel Fitur Layanan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 6,779 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,661 ( $6,779 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Fitur Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pengedaian Cabang Pelayanan Manado Timur.
3. Hasil uji t pada variabel Kepercayaan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 4,914 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,661 ( $4,914 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi.

### Uji F (Simultan)

#### Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	2517,310	3	839,103	158,977		
Residual	480,311	91	5,278			
Total	2997,621	94				

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh F hitung = 158,977 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000<sup>b</sup> dan nilai F hitung > F tabel ( $158,977 > 3,09$ ) dimana nilai F tabel diperoleh dengan signifikan 95% dan  $\alpha = 5\%$ . Karena nilai signifikan 0,05 maka ( $0,000^b < 0,05$ ) dan F hitung > F tabel ( $158,977 > 3,09$ ). Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* di Pengedaian Cabang Pelayanan Manado Timur.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*. *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis dan Granić (2024:52) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk niat seseorang untuk menggunakan teknologi. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi kemungkinan seseorang akan tertarik untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini mengisi celah pada

penelitian sebelumnya oleh Atieq dan Nurpiani (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Mobile Banking. Penelitian terdahulu oleh Putri dan Ompusunggu (2023) mendukung temuan ini, di mana persepsi kemudahan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital.

### **Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service**

Hasil uji t menunjukkan bahwa Fitur Layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan aplikasi. *Mobile Application Service Quality* (MASQ) yang dikembangkan oleh Sumaedi, Yarmen, dan Ellyanora pada tahun 2021 digunakan untuk mengukur persepsi terhadap kualitas layanan yang ditawarkan melalui aplikasi *mobile*. Model MASQ secara khusus mengadaptasi dan menyempurnakan konsep *electronic service quality* (e-SQ) agar relevan dalam konteks aplikasi digital berbasis perangkat seluler. Salah satu aspek penting yang ditekankan dalam teori ini adalah bahwa kualitas fitur layanan digital termasuk kemudahan navigasi, kecepatan akses, keamanan, dan kenyamanan sangat memengaruhi pengalaman serta keputusan pengguna dalam menggunakan suatu aplikasi (Sumaedi, Yarmen, dan Ellyanora, 2021:27). Hasil penelitian ini mengisi celah pada penelitian sebelumnya oleh Wulansari (2022) yang menyatakan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi. Temuan ini sesuai dengan penelitian Sodik *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dan minat pengguna dalam menggunakan layanan digital. Fitur yang inovatif dan *user-friendly* akan meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pengguna.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service**

Uji t menyatakan bahwa Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service*. *Trust Theory* atau Teori kepercayaan menggabungkan elemen *trust* (kepercayaan) dan *perceived risk* (risiko yang dirasakan) ke dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa kepercayaan adalah keyakinan yang memungkinkan konsumen bersedia menjadi rentan terhadap tindakan penyedia layanan digital, setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia tersebut. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Ariel dan Iriyanti (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan aplikasi secara aktif. Hasil penelitian ini mengisi celah pada penelitian sebelumnya oleh Wardani (2021) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service**

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari ketiga faktor tersebut berperan penting dalam membentuk niat dan keputusan nasabah untuk menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service*. *Teori Technology Acceptance Model* (TAM) dan berbagai penelitian sebelumnya mendukung bahwa kemudahan penggunaan, fitur yang relevan, dan kepercayaan adalah elemen kunci dalam meningkatkan adopsi teknologi.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data penelitian diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*
2. Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*
4. Kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, maka dapat dijelaskan saran sebagai berikut:

1. Pegadaian Cabang Manado Timur diharapkan terus mengembangkan dan menyempurnakan desain antarmuka serta navigasi aplikasi agar semakin intuitif dan *user-friendly*. Pemberian panduan atau tutorial penggunaan aplikasi secara langsung maupun melalui media digital dapat membantu nasabah, terutama yang belum terbiasa menggunakan layanan digital.
2. Pegadaian Cabang Manado Timur disarankan untuk secara berkala mengevaluasi dan memperbarui fitur-fitur dalam aplikasi Pegadaian *Digital Service* sesuai kebutuhan dan preferensi nasabah.
3. Pegadaian Cabang Manado Timur juga perlu aktif memberikan edukasi kepada nasabah tentang keamanan digital untuk meningkatkan rasa aman dan kepercayaan terhadap aplikasi.
4. Pegadaian Cabang Manado Timur dapat melakukan promosi yang intensif dan kampanye literasi digital secara langsung di kantor cabang maupun melalui media sosial, agar nasabah memahami manfaat dan cara menggunakan aplikasi dengan optimal.
5. Penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan wilayah atau menambahkan variabel lain seperti kepuasan nasabah, kualitas layanan digital, atau persepsi risiko, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan digital Pegadaian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariel, J. & Iriyanti, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Berkelanjutan E-Wallet. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 46(2). <https://scholarhub.ui.ac.id/jmui/vol46/iss2/4/>.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah (Survey pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–421. <https://pdfs.semanticscholar.org/0f11/02f4d4b72ef9645761aa457cf3d57e829b3c.pdf>.
- Buluati, R., Karundeng, D.R., & Suyanto, M.A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*, 75(2), 33-47. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/whn/article/view/7378>
- Davis, F. D., & Granić, A. (2024). *The Technology Acceptance Model: 30 Years of TAM*. Springer International Publishing.
- Endriyanto, R. & Indrarini, R. (2022). Pengaruh promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet Linkaja (Studi kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/17049>
- Mogot, C.L.C.P., Saerang, D.P.E., & Pandowo, M.H.C. (2023). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use And Trust On Intention To Use Dana As A Mobile Payment. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 1. <https://ejournal.unsat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/47140>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kool, V.K., & Agrawal, R. (2024). *Psychology of Technology*. Springer.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2022). *Marketing Management*. 16th Edition. Pearson Education.
- Putri, S.Y., & Ompusunggu, H. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 737–747. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/7900>.
- Rahayu, S.P., Kurniawati, M., & Premananto, G.C. (2020). *Smile APP Marketing 4.0: Model & Aplikasi Praktis*. Airlangga University Press.

Rogers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2023). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. 6th Edition. Wiley.

Rusmanto. (2020). *Manajemen Hubungan Pelanggan, Teori Dan Implementasi Dengan Aplikasi Web Dan Media Sosial*. Depok: Nurul Fikri Press.

Rohman, M.M., Sinaga, J., Yuliawati., Asmara, A., Sari, TT.P., Musa., Ramadhan, A.R., Yustitia, V., Agit, A., Suhendi., Dewi, N.P.S., Sukandi, P., & Saputri, P.S. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: PT Penamudamed.

Santi, I. H., & Sudiasmo, F. (2020). *Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. Surabaya: Jakad Media Publishing.

Sodik, F., Nur Zaida, A., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/JBMIB/article/view/1727>.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sumaedi, S., Yarmen, M., & Ellyanora. (2021). *Mobile Application Service Quality: Conceptualization, Measurement, And Application*. Jakarta: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Press.

Wardani, A. K. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking BNI Syariah* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/15589>

Wulansari, E. D. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan DANA*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo). [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17115/1/Skripsi\\_1505026072\\_Evrida\\_Dini\\_Wulansari.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17115/1/Skripsi_1505026072_Evrida_Dini_Wulansari.pdf)