

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Emas di Pegadaian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating

Dede Arseyani Pratamasyari*

¹ Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Universitas Islam Negeri
Datokarama Palu, dedearseyani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan emas di Pegadaian dengan kepercayaan sebagai variabel moderating (Studi Pada PT. Pegadaian KC Talise Kota Palu). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil menggunakan metode rumus slovin. Dengan Moderated Regression Analysis (MRA). Data diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise dan variabel Kepercayaan dapat memoderasi kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pegadaian agar meningkatkan penjualan dan iklan seperti menyebarkan spanduk, poster atau berkunjung di tempat keramaian untuk menjelaskan mengenai produk pegadaian dan membuat inovasi-inovasi baru agar menarik nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise sehingga dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tersebut.

INFORMASI ARTIKEL

Katakunci:
Kualitas pelayanan,
keputusan nasabah,
kepercayaan

1. PENDAHULUAN

Saat ini instrumen investasi yang ditawarkan di Indonesia sudah mulai banyak pilihan dan sudah diawasi langsung oleh (OJK) Otoritas Jasa Keuangan. Setidaknya terdapat dua jenis investasi yakni investasi di sektor riil dan investasi di sektor non riil. Investasi sektor riil adalah sektor yang mengikut sertakan aset fisik secara langsung. Produk investasi pada sektor ini misalnya pada logam mulia dan properti. Sedangkan investasi sektor non riil yakni sektor keuangan dan pasar modal, yakni investasi yang asetnya berupa asset non fisik¹.

Investasi emas termasuk investasi yang paling aman dan paling menguntungkan di antara semua investasi. Masalahnya, emas merupakan salah satu objek investasi yang nilainya cenderung naik dari tahun ke tahun, sehingga investasi dalam bentuk emas dapat dikatakan hampir selalu menguntungkan bagi pengguna investasi ini dengan resiko yang relatif kecil. Namun dalam berinvestasi emas tentunya profit yang dapat diambil bersifat jangka panjang²

Sekarang masyarakat lebih memilih berinvestasi pada Tabungan Emas seiring semakin pahamnya masyarakat mengenai investasi ini. Fenomena yang ditemukan di lapangan pada Pegadaian KC Talise nasabah yang telah membuka tabungan emas di tahun 2019 sebanyak 5.192 orang, tahun 2020 naik menjadi 7.261 orang dan tahun 2021 naik menjadi 8.517 orang. Ini menunjukkan bahwa produk tabungan emas selama 3 tahun terakhir terus mengalami peningkatan jumlah nasabah³.

Dari pemaparan diatas berdasarkan sumber data terbaru yang ditemukan hasil wawancara karyawan yang bekerja di Pegadaian dan pernah terlibat langsung dengan nasabah, yaitu beberapa keluhan dari nasabah adalah pelayanan yang terlalu lama, pelayanan tidak ramah, kondisi ruangan tidak nyaman seperti kotor, pengap dan panas, produk yang susah dipahami, serta produk berupa aplikasi kadang eror dan susah diakses⁴.

Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pegadaian. Dengan pelayanan yang baik,

¹ Wiku Suryomurti, *Super Cerdas Investasi Syariah: Hidup Kaya Raya, Mati Masuk Surga*, (Cet. I; Bandung: Qultum Media, 2011), 86.

² Nur Wahana Fajri, "Analisis Prinsip Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah: Studi Pegadaian Syariah Cabang Hasanudin Gowa" (Tesis– UIN Alaudin Makasar, 2017), 14.

³ Pak Mubin Husin. Pimpinan Pegadaian KC Talise "Wawancara" Tanggal 16 November 2021.

⁴ Dwi Wahyuni, Pegawai Pegadaian KC Talise "Wawancara" Tanggal 9 Desember 2021.

diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan tersebut akan merasa puas.⁵ Pendapat yang mendukung bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah teori yang dikemukakan oleh Malayu Hasibuan dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Perbankan* beliau mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan nasabah menabung memiliki hubungan yang erat karena usaha yang dilakukan pemasar dalam memberikan layanan terbaik untuk nasabah sehingga merasa aman dan nyaman menyimpan dananya, sehingga pelayanan juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah⁶.

Dari penerapan fenomena diatas peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh antara independent terhadap dependen dan merasa penting untuk menyusun model penelitian baru untuk menjawab perbedaan dari hasil penelitian tersebut diduga adanya variabel lain yang ikut berperan mempengaruhi variabel independen

terhadap variabel dependen dengan menambahkan variabel moderating dan menggunakan kepercayaan sebagai variabel moderating.

Variabel moderating kepercayaan dipilih dalam penelitian ini dikarenakan untuk mencari variabel yang sudah pernah diteliti perannya sebagai variabel moderating dan didasari pemikiran bahwa kepercayaan kerap diartikan sebagai keyakinan yang kuat akan keandalan, kebenaran atau kemampuan seseorang akan sesuatu. Mempercayai seseorang berarti anda menganggap mereka dapat diandalkan. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi. Untuk itu variabel moderating kepercayaan dipilih dalam model ini yang diduga dapat memiliki peran menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dasar Teori

Grand Theory Perilaku Konsumen

Menurut Kotler, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, memberi, menggunakan dan bagaimana barang, jasa,

⁵ Nurdin Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 87–104, doi:10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104.

⁶ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Cet, XI; Jakarta : Bumi Aksara, 2001), 153.

ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka⁷.

Dari pengertian perilaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas⁸.

Memahami perilaku konsumen merupakan suatu pekerjaan yang tidak mudah bagi para pemasar karena banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi. Perilaku konsumen merupakan proses yang kompleks dan multi dimensional. Selanjutnya, dalam perilaku konsumen terdapat tiga dimensi, yaitu:

1. Stimulus ganda (stimulus pemasaran dan stimulus lain) Stimulus yang dijalankan produsen atau pemasar bisa berupa strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) dan stimulus lain yang berupa kondisi ekonomi, politik, budaya dan teknologi yang dirancang pemasar untuk mempengaruhi dan memotivasi

perilaku konsumen agar mau melakukan pembelian produk⁹.

2. Kotak hitam konsumen Dimensi kedua dari model perilaku konsumen adalah kotak hitam konsumen yang mencakup karakteristik konsumen, dan proses pengambilan keputusan konsumen. Contoh karakteristik konsumen adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, penghasilan, kelas sosial, budaya dan sebagainya. Proses pengambilan keputusan konsumen dimulai dengan dirasakannya beberapa masalah, yaitu kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan, pencarian informasi, pengevaluasian, pembuatan keputusan pembelian, dan diakhiri dengan tindakan pasca pembelian. Karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan konsumen menentukan perilaku konsumen dalam pembelian.

3. Respon konsumen Dimensi ketiga dari model perilaku konsumen adalah respon konsumen terhadap stimulus produsen atau pemasar. Respon konsumen bisa berupa tindakan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan produsen atau pemasar¹⁰.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran terjem. Bob Sabran Jilid I edisi 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166.

⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, 15

⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, 15

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, 23-24.

Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap barang atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan- persyaratan atau atribut-atribut tertentu¹¹.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan tingkat baik buruknya suatu jasa yang diberikan kepada konsumen serta yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan konsumen. Sehingga nantinya akan muncul kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Definisi dari kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginannya. Uraian di atas, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa definisi Kualitas Pelayanan adalah rangkaian kegiatan unggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan dari keseluruhan karakteristik produk¹².

Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan¹³.

Kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan dan kesetiaan. Sedangkan menurut istilah kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran¹⁴.

Keputusan

Untuk melakukan keputusan pembelian konsumen akan melakukan

¹² Ade Syarif Maulana "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI" *Jurnal Ekonomi* 7 No. 2, (2016), 117.

¹³ Dwi Mastia Harlan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-Banking" (Skripsi tidak diterbitkan, Akuntansi, Yogyakarta, 2014), 43.

¹⁴ Andi Fauziah dan Tenripada "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan E-Banking (Survei Pada Nasabah BRI Syariah di Kota Palu)" Dalam *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 3 No. 1).

¹¹ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano)*, (Cet. I; Jakarta: PT Indeks, 2018), 9.

evaluasi terhadap produk seperti mencari informasi mengenai produk tabungan dan seberapa baik produk tersebut dapat mengatasi masalah konsumen. Evaluasi yang dilakukan konsumen akan mengarah pada keputusan pembelian. Para pakar memberikan pengertian keputusan sesuai dengan sudut pandang dan latar belakang pemikirannya.

Menurut Erwin Adi Wijaya dkk menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen sangat bervariasi, ada yang sederhana, ada juga yang kompleks. Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis pengambilan keputusan yang paling lengkap. Bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk¹⁵

2.2 Penelitian Terdahulu

Didik prayitno meneliti dengan judul kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda kemudian hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, reputasi perusahaan juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, Tetapi kepercayaan tidak memoderasi¹⁶. Rahayu Aprilia Adhiningsih meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah, dengan alat analisis yang digunakan regresi berganda. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan kinerja karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Kota Palu¹⁷.

2.3 Hipotesis

- H1 :kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan emas
- H2 :kepercayaan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung tabungan emas

¹⁵ Erwin Adi Wijaya dkk, "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Series Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis". <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/57064/Erwin%20Adi%20Wijaya%20%200909102020281.pdf?sequence=1> (27 Agustus 2021).

¹⁶ Didik Prayitno "Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi" dalam Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 3 (September 2015). 321.

¹⁷ Rahayu Aprilia Adhiningsih "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu" (Skripsi tidak diterbitkan, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Program Studi Perbankan Syariah, 2019).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka.¹ Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.² Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode survei. Dimana metode ini dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Data kuantitatif dalam penelitian ini meliputi skor atas jawaban responden melalui kuesioner yang terkumpul serta jumlah responden yang berpartisipasi. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil dugaan sementara hipotesis dan daftar pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Data primer diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal ilmiah serta situs-situs resmi untuk menunjang proses penelitian.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian Penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri dari Kualitas Pelayanan (X). Variabel dependen yaitu keputusan nasabah (Y) dan variable moderating yaitu kepercayaan (Z).

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti. Dengan demikian dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah nasabah yang mempunyai tabungan emas di Pegadaian KC Talise Kota Palu dengan kategori populasi berjumlah 8.517 orang.

Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling dimana pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa responden kebetulan muncul. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan menggunakan Rumus Slovin.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar pada responden di Pegadaian KC Talise Kota Palu. Para responden diminta untuk mengisi lengkap kuesioner yang diberikan. Kuesioner yang diberikan berisi tentang pernyataan-pernyataan untuk variabel kualitas

pelayanan, keputusan nasabah dan kepercayaan.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode statistik karena proses pengumpulan data, penarikan kesimpulan dan pembuatan keputusan dilakukan secara sistematis. Selanjutnya, fungsi statistik yang digunakan dalam penelitian ini] adalah analisis deskriptif. Untuk menguji hasil kuesioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk menguji model regresi menggunakan uji asumsi klasik. Untuk menguji hipotesis menggunakan uji T, teknik analisis regresi linier sederhana dan Uji Moderated Regression Analysis (MRA).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT Pegadaian KC Talise pertama kali didirikan di Jln.Tombolotutu No. 27 bulan April tahun 2000. Kemudian pindah ke Jln. Samratulangi No. 61 Besusu Barat Kecamatan Palu Timur Kabupaten Donggala pada tanggal 26 September 2005 sampai sekarang. Pendirian tersebut dipelopori oleh Pemerintah Daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusaha swasta di Sulawesi Tengah atas dasar pemikiran perlunya suatu lembaga keuangan yang berbentuk pegadaian, yang secara khusus membantu

pemerintah melaksanakan pembangunan di daerah¹⁸.

4.2 Profil Responden

Data mengenai jenis kelamin responden selaku nasabah di Pegadaian KC Talise Kota Palu dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 39 orang atau 28% dan perempuan sebanyak 60 orang atau 72%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Pegadaian KC Talise didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Data mengenai usia responden pada penelitian ini, peneliti mengelompokkannya menjadi lima kategori yaitu 17-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan lebih dari 50 tahun. Dari 100 orang nasabah produk tabungan emas, sebagian besar 40 orang atau 41% adalah karyawan BUMN/Swasta, 27 orang atau 27% adalah PNS, 18 orang atau 18% adalah IRT, 9 orang atau 9% adalah wirausaha dan 5 orang atau 5% adalah mahasiswa.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variable. Syarat minimum untuk memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$,

¹⁸ Pegawai Pegadaian KC Talise "Wawancara" Tanggal 9 Desember 2021.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	0,674	0,1975	Valid
	X.2	0,633	0,1975	Valid
	X.3	0,755	0,1975	Valid
	X.4	0,767	0,1975	Valid
Kepercayaan (Z)	Z.2	0,796	0,1975	Valid
	Z.3	0,774	0,1975	Valid
	Z.4	0,731	0,1975	Valid
	Z.5	0,758	0,1975	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1.1	0,707	0,1975	Valid
	Y1.2	0,687	0,1975	Valid
	Y1.3	0,686	0,1975	Valid
	Y1.4	0,593	0,1975	Valid
	Y1.5	0,757	0,1975	Valid
	Y1.6	0,757	0,1975	Valid
	Y1.7	1,822	0,1975	Valid

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung lebih besar dari r tabel.maka semua pernyataan dalam kuisioner dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Melakukan pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan menggunakan SPSS (Statistical Packaged For Sosial Siences) versi 25 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha (α) lebih dari 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,708	Reliabel
Kepercayaan (Z)	0,826	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,840	Reliabel

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas yatitu hasil pengujian reliabilitas keseluruhan variable bahwa semua instrument dikatakan reliabel karena nilai koefisien alpha Cronbach alpha yang diperoleh lebih besar dari 0.6 untuk semua item variable x, y dan z.

4.4 Hasil uji asumsi klasik

a. Uji nor malitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a , ^b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59406447
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.078
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS

Data tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi data pada penelitian berdistribusi normal setelah dilakukannya uji data pada SPSS 25 yaitu nilai Kolmogorov-Smirnov $0,093 > 0,05$ yang dilihat dari kolom Asymp. Sig. (2-tailed). kemudian cara mendeteksi bahwa data penelitian ini berdistribusi normal bisa dilihat dengan analisis grafik histogram yang dimana dalam grafik tersebut

membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

b. Uji heterokedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a		Beta	T	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error			
1 (Constant)	-1.43	1.84		-.776	.440
kualitas_pelayanan	.158	.080	.196	1.978	.063

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Output SPSS

Pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai kualitas pelayanan dengan nilai Signifikan $0,063 > 0,05$ maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

4.4 Uji Regresi Linier

Analisis Regresi Linier adalah salah satu alat statistik non parametrik yang berfungsi menganalisis keterkaitan dan keterhubungan diantara variable dependen dan indenpenden.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi

Model	Coefficients ^a		Beta	T	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients Std. Error			
1 (Constant)	18.04	3.614		4.994	.000
Kualitas_pelayanan	.540	.157	.329	3.446	.001

a. Dependent Variable: Keputusan_nasabah

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel di atas, kemudian dimasukan ke dalam model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 18,04 + 0,540X_1$$

Hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta positif sebesar 18.04 mempunyai arti keputusan memilih nasabah akan meningkat sebesar 18.04 jika variabel kualitas pelayanan dianggap 0.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,540 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel kualitas pelayanan mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan (X₁) akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,540 jika variabel lain dianggap konstant.

4.5 Uji Koefisien determinansi

Analisis Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai presentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 6. Hasil Uji koefisien determinansi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.196 ^a	.038	.029	1.32945

a. Predictors: (Constant),
kualitas_pelayanan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan output SPSS diatas model summary besarnya Adjusted R Square adalah 0,279 hal ini berarti bahwa perubahan variasi variabel keputusan menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel kualitas sebesar 27,9 %. Sedangkan sisanya (100%-27,9% = 72,1%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4.6 Uji Moderate Regression Analisis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel moderating (Z) dapat memoderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independent (X) terhadap dependen (Y).

Persamaan model MRA:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \epsilon$$

Tabel 7. Hasil moderasi X*Z ke Y

Coefficients ^a					
Model	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
		Std. Error			
1 (Constant)	22.983	3.572		6.435	.000
kualitas_pelayanan	-.246	.242	-.150	1.015	.313
kualitaspelayan*kepercayaan	.025	.006	.599	4.061	.000

a. Dependent Variable:
kepuasan_nasabah

Sumber :Output SPSS

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh interaksi Z*X terhadap Y dengan nilai sig 0,000<0,05 artinya variable kepercayaan mampu memoderasi variable kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.

4.7 Pembahasan

Dari analisis data penelitian seperti yang telah dikemukakan diatas dapat dilihat hasil penelitian dengan bantuan SPSS 25 For Windows, pengaruh terhadap keputusan memilih menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise menunjukkan zptvg44 bahwa keputusan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih nasabah. Begitupula dengan pengaruh moderasi yaitu kepercayaan dimana variable ini mampu memoderasi kualitas pelayanan terhadap

keputusan menabung tabungan emas pada Pegadaian KC Talise.

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung

Kualitas Pelayanan dapat memberikan pengaruh secara signifikan apabila nilai thitung lebih besar dari ttabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai pada tabel coefficients dengan nilai (α) tingkat signifikan harus lebih kecil dari 0,05 maka variabel kualitas pelayanan dinyatakan dapat memberikan efek pengaruh yang bermakna terhadap keputusan nasabah dalam menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise. Apabila nilai (α) tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 maka variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise. Berdasarkan output spss diperoleh nilai signifikan $0.001 < 0.005$ maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung tabungan emas pada Pegadaian KC Talise. Hal ini merupakan bukti bahwa nasabah pegadaian KC Talise mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan SOP pada kantor lembaga keuangan lainnya yang setara dengan pegadaian. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh heri erlangga dkk pada tahun

2021¹⁹ yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kepercayaan memoderasi Kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilihat pada tabel *Coefficients* diperoleh pengaruh interaksi dari $X*Z$ terhadap Y pada output (signifikan) dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ artinya H_2 diterima maka variabel kepercayaan mampu memoderasi variable kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Dilihat dengan hasil jawaban responden pada semua item pernyataan variabel kepercayaan (Z), rata-rata menjawab sangat setuju dan setuju yaitu pernyataan dengan nilai rata-rata termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini bisa disebabkan karena kualitas pelayanan yang mereka dapatkan di Pegadaian KC Talise sama dengan yang mereka dapatkan di lembaga keuangan lainnya begitu juga dengan kepercayaan ketika mereka meyakini kualitas pelayanan di perusahaan tersebut baik secara otomatis mereka percaya pada perusahaan tersebut terlebih lagi setiap perusahaan milik negara diawasi langsung

¹⁹ Heri Erlangga et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro," *Jurnal Ilmiah PERKUSI* 1, no. 4 (2021): 464, doi:10.32493/j.perkusi.v1i4.13383.

oleh otoritas jasa keuangan (OJK), yang pelayanannya harus sesuai standar operasional perusahaan (SOP). Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan Nella pada tahun 2019²⁰ yang menyatakan bahwa kepercayaan mampu memoderasi persepsi risiko terhadap keputusan pembelian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian deskripsi data serta analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) diperoleh nilai signifikan (Sig) 0,001 pada tabel coefficients dengan nilai (α) tingkat signifikan 0,05 artinya $0,001 < 0,05$. Nilai ini menunjukkan hubungan antara X dan Y maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang bermakna kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam membuka tabungan emas di Pegadaian KC Talise. Hal tersebut berarti semakin baik pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian KC Talise maka semakin banyak nasabah

menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise.

2. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan Kepercayaan memoderasi hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung. Hasil uji pengaruh interaksi $X*Z$ terhadap Y pada output memperoleh nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai ini menunjukkan hubungan antara $Z*X_1$ terhadap Y maka H_2 diterima yang bermakna kepercayaan nasabah dapat memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise. Hal tersebut berarti semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan Emas di Pegadaian KC Talise.

5.2 Saran

Apabila berminat melakukan penelitian selanjutnya mengenai produk Tabungan Emas, disarankan untuk menambah dengan variabel-variabel lainnya seperti harga, promosi dll. Juga disarankan untuk mencoba variabel lainnya untuk dijadikan sebagai variabel moderating. Yang diharapkan penelitian selanjutnya dapat menemukan model penelitian baru karena peneliti masih menduga adanya variabel lain yang ikut berperan

²⁰ Nella Agape 2019 "ANALISIS KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA DARING DI TOKOPEDIA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)" repository universitas Muhammadiyah Surakarta

mempengaruhi variabel independent terhadap variabel dependan yang membuat penelitian terdahulu memperoleh hasil yang berbeda-beda.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Fauziah dan Tenripada “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan E-Banking (Survei Pada Nasabah BRI Syariah di Kota Palu)” Dalam Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1).
- Ade Syarif Maulana “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI” *Jurnal Ekonomi* 7 No. 2, (November 2016), 117.
- Didik Prayitno “Kualitas Pelayanan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi” dalam Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 3 (September 2015). 321.
- Dwi Mastia Harlan, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-Banking” (Skripsi tidak diterbitkan, Akuntansi, Yogyakarta, 2014), 43.
- Dwi Wahyuni, Pegawai Pegadaian KC Talise “Wawancara” Tanggal 9 Desember 2021.
- Erwin Adi Wijaya dkk, “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Series Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis”. <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/57064/Erwin%20Adi%20Wijaya%20%20>
- 0909102020281.pdf?sequence=1 (27 Agustus 2021).
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 15
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 23-24.
- Erlangga, Heri, Nurjaya Nurjaya, Denok Sunarsi, Mahnun Mas’adi, and Jasmani Jasmani. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro.” *Jurnal Ilmiah PERKUSI* 1, no. 4 (2021): 464. doi:10.32493/j.perkusi.v1i4.13383.
- Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Cet, XI; Jakarta : Bumi Aksara, 2001), 153.
- Nella Agape 2019”ANALISIS KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA DARING DI TOKOPEDIA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)” repository universitas Muhammadiyah Surakarta
- Nurdin, N., Musyawah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87-104.
- Nur Wahana Fajri, “Analisis Prinsip Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah: Studi Pegadaian Syariah Cabang

Hasanudin Gowa” (Tesis – UIN Alaudin Makasar, 2017), 14.

Pak Mubin Husin. Pimpinan Pegadaian KC Talise “Wawancara” Tanggal 16 November. 2021.

Pegawai Pegadaian KC Talise “Wawancara” Tanggal 9 Desember 2021.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran terjm. Bob Sabran Jilid I edisi 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166.

Rahayu Aprilia Adhiningsih “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu” (Skripsi tidak diterbitkan, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, Program Studi Perbankan Syariah, 2019).

Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano)*, (Cet. I; Jakarta: PT Indeks, 2018),

Wiku Suryomurti, *Super Cerdas Investasi Syariah: Hidup Kaya Raya, Mati Masuk Surga*, (Cet. I; Bandung: Qultum Media, 2011), 86.