Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA
Vol. 3,No. 2, Tahun 2024, Hal. 1312-1330

PENGARUH APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. PEGADAIAN PEKANBARU CABANG KOTA

Dyah Deshanty, Ikhbal Akhmad, Rian Rahmat Ramadhan
Universitas Muhammadiyah Riau
200304281@student.umri.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh aplikasi pegadaian digitas servis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota. Sampel pada penelitian ini dipilih dengan metode non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Total sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi pegadaian digital servis dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

Kata Kunci: Aplikasi Digital Service, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pegadaian merupakan lembaga penjamin yang terkenal dalam kehidupan masyarakat yang berupaya menggalang dana untuk berbagai kebutuhan. Sejarah pegadaian dimulai pada tanggal 1 April 1901, ketika VOC mendirikan Bank Van Liening sebagai lembaga keuangan yang memberikan pinjaman melalui sistem simpanan di Sukabumi. Pegadaian merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang kegiatan utamanya bergerak di bidang pinjam meminjam uang kepada masyarakat berdasarkan Undang-Undang Pegadaian. Pilihan Pegadaian banyak digunakan oleh sebagian besar pihak, terutama mereka yang ingin mendapatkan sejumlah uang tunai dengan sangat cepat dan mudah. Bukan hanya PT. Pegadaian (Persero) baik yang berbasis konvensional maupun syariah hanya terdaftar di Kantor Jasa Keuangan (OJK) dan memiliki izin usaha sebagai pegadaian (Aisyah (2021). PT.Pegadaian (Persero) merupakan perusahaan milik negara yang 100% dimiliki oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia. Dasar hukumnya adalah

Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

Tabel 1 Data Jumlah Nasabah dan Jumlah Pengguna Aplikasi PT.Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Pengguna
1.	2021	23.783	1.353
2.	2022	20.048	1.770
3.	2023	21.872	2.001

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada Aplikasi PT.Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota tahun 2021 s.d 2023 sempat mengalami penurunan julmlah nasabah, Tetapi dapat dilihat bahwa jumlah pengguna aplikasi pada tahun 2021 s.d 2023 mengalami peningkatan. Hal tersebut bisa jadi dipengaruhi oleh faktor, salah satunya rendahnya kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi penurunan jumlah nasabah.

Tabel 1.2 Hasil Prasurvei Peneliti

No	Pertanyaan	Jawaban	Presentase
1.	Apakah Anda Pernah Melakukan Transaksi Di Pegadaian?	Ya	73.3%
		Tidak	26.7%
2.	Apakah Menurut Anda Pelayanan Di Pegadaian Cukup Memuaskan?	Ya	90%
		Tidak	10%
3.	Apakah Anda Pernah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service?	Ya	53.3%
		Tidak	46.7%
4.	Apakah Aplikasi Pegadaian Digital Service Memudahkan Anda Dalam Melakukan Transaksi?	Ya	53.3%
		Tidak	46.7%
5.	Apakah Sudah Menggunakan Aplikasi Pds Lebih Dari Satu	Ya	85%
		Tidak	15%

Bulan?

Bisa dilihat dari hasil prasurvei peneliti diatas yaitu data yang diambil dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 relspondeln yang melrulpakan nasabah pegadaian dari berbagai kalangan dan hasil data diatas menunjukkan bahwa Sebagian nasabah pegadaian puas atas layanan yang diberikan pegadaian dan mengerti tentang penggunaan aplikasi pegadaian digital service namun disisi lain ada beberapa nasabah yang tidak pulas dan tidak menggunakan aplikasi Pegadaian digital service. Berdasarkan prasurvei yang penulis lakukan, dapat terlihat bahwa masih ada nasabah dari pegadaian yang belum menggunakan aplikasi PDS dan ada yang mengeluhkan mengenai kemudahan dan kepuasan yang diblrikan sistem dari aplikasi pegadaian Digital Servic tersebut .

Berdasarkan data yang didapat dari Google Play Store mengenai rating dan ulasan Aplikasi Pegadaian Digital Service ini bahwasanya banyak dari nasabah yang telah menggunakan aplikasi ini mengeluhkan sistem aplikasi yang sering kali eror dan respon yang lama. Hal ini tentunya membulat para nasabah baru yang ingin menggunakan aplikasi ini takut dan berpikir dua kali untuk menggunakannya.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Aplikasi Pegadaian Digital Service

Aplikasi pegadaian Digital Service (PDS) adalah satu fasilitas dalam bentuk digital yang dimiliki oleh PT. Pegadaian yang berbasis sistem dan handphone. Aplikasi PDS dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk -produk yang ada didalam aplikasi tersebut. Serta menggunakan *out standing loan* (penyaluran pinjaman).

Indikator-Indikator Aplikasi Pegadaian Digital Service

Menurut Davis (dalam Basaqi, 2022), Indikator Aplikasi Pegadaian Digital Selrvicel (PDS) yaitu:

a. Kelamanan

   Sistem Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggulnakan layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) sehingga dapat memberikan atau menjamin kelamanan transaksi.

b. Kemudahan penggunaan

   Kemudahan umtuk mengakses system layanan produk secara online melalui media aplikasi pegadaian Digital Service (PDS) semakin mudah konsumendalam mengakses layanan perusahaan secara mobile akan menunjang sikap konsumen.

c. Kredibilitas perusahaan

   Salah satu factor yang menunjukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untul digunakan jasa layanan m-banking.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Amstrong (Indrasari, 2019), Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan.

Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zemthaml (Sholihat, 2018), berikut terdapat lima indikator kulalitas pellayanan, yaitu:

1. Bukti fisik (tangibles), Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan kelen gkapan komunikasi.
2. Keandalan (reliability), kemampuan untuk melakukan pelayanan yang semestinya secara tepat.
3. Daya tanggap (responsiveneus) keinginan untuk membantu pelanggan memberikan pelayanan yang cepat sesuai harga
4. Jaminan (assurance), pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberikan kesan yang dapat dipercaya dan penuh keyakinan
5. Empati (empathy), rasa mempperhatikan dan memelihara masing-masing pelanggan

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler dalam (Sunyoto 2013) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. konsumen akan merasal kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasal puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang ,atau gembira. Banyak tokoh yang mendefinisikan tentang kepuasan konsumen, kepuasan konsumen adalah respon atau relaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian (Rangkulti 2011).

Indikator-Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014) indikator kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
   Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, dan hal ini tersebut keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan dan kemudahan pengoperasikaanya dan reparasi produk juga atribut produk lainnya
2. Kualitas Pelayanan
   Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu unruk memenuhi harapan pelanggan.

3. Emosional
   Emosional merupakan suatu perasaan yang timbul atau muncul dari dalam diri seseorang yang mendapatkan reaksi dari luar sehingga mendorong atau menstimulus seseorang untuk melakukan suatu Tindakan.
4. Harga
   Suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.
5. Lokasi
   Definisi lokasi tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa mementingkan segi ekonominya

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Aplikasi Pegadaian Digital Service Terhadap Kepuasan Konsumen

E-Marketing atau Digital Marketing menurut Chaffey dan Mayer (2019) adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti web,, e-mail dan media nirkabel,tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan.

H1: Diduga Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Antara Aplikasi Pegadaian Digital Service Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

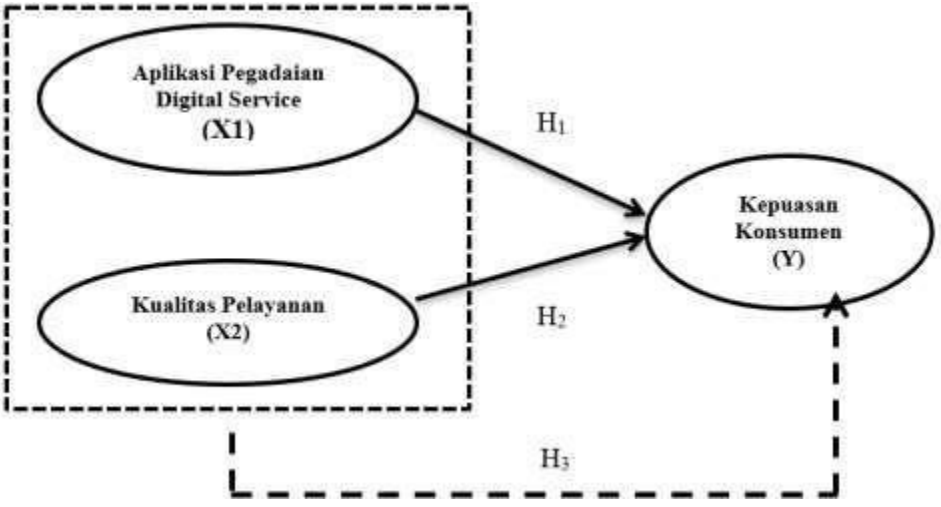
Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) bahwa komponen jasa atau layanan memainkan peran strategik dalam setiap bisnis. Pembelian sebuah barang sering dibarengi dengan unsur jasa/layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut. Dalam defilnisi ini tentul kualitas pelayanan akan dinyatakan memuaskan apabila memenuhi harapan konsumen mengecewakan apabila tidak memenuhi harapan konsumen.

H2: Diduga Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota

Pengaruh Aplikasi Pegadaian Digital Service Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk memberikan kemudahan kepada para Nasabah, seljak januari 2018 Pegadaian Persero akhirnya meluncurkan aplikasi Pegadaian Digital Service PDS. Karena penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) ini bisa diakses melalui gadget pastinya lebih memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus kel unit pelayanan Pegadaian langsung. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan totalitas diri dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan.

H3: Diduga Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan Antara Aplikasi Pegadaian Digital Service Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan memakai metode Kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif masalah yang diambil peneliti yang sudah jelas. Pendekatan kuantitatif merupakan pengukuran terhadap status kelompok manusia, suatu kondisi, sistem pemikiran, dan peristiwa tertentu. Kuantitatif menggunakan metode pengukuran dan sampling Sugiyono (2017)

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Menurut David Kline (dalam Sugiyono, 2020) walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok control seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang repres

entative. Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2018) “variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut juga variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbunya variable dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Aplikasi Pegadaian Digital Servicel (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepulasan Konsumen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif merupakan metode-metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum , range, kurtosis, dan skewness.deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai variabe dependen yaitu keputusan pembelian dan variabel independen yaitu harga dan iklan (Kuncoro, 2023).

Dengan statistik deskriptif, kumpulan data yang diperoleh akan tersaji dengan ringkas dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada.Informasi yang dapat diperoleh dari statistik deskriptif ini antara lain ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data, serta kecenderungan suatu gugus data analisis kuantitatif.

Tabel 3 Hasil Analisis Data Statistik Deskriptif Variabel

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1)	100	19	43	33.86	5.326
Kualitas Pelayanan (X2)	100	45	75	60.17	8.869
Kepuasan Konsumen (Y)	100	18	30	24.04	2.985
Valid N (listwise)	100				

1. Aplikasi Pegadaian Digital Service Berdasarkan pengujian statistik diatas, diketahui bahwa nilai minimum sebesar 19, nilai maximum 43 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 33.86 dengan standar deviasi 5.326. Nilai rata-rata dan standar deviasi aplikasi pegadaian digital service menunjukkan bahwa terdapat penyebab data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasinya.
2. Kualitas pelayanan berdasarkan pengujian statistik diatas, diketahui bahwa nilai minimum sebesar 45, nilai maximum 75 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 60.17 dengan deviasi 8.869 nilai rata-rata dan standar deviasi kualitas pelayanan menunjukan bahwa terdapat penyebab data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasinya
3. Kepuasan konsumen berdasarkan pengujian statistik diatas, diketahui bahwa nilai minimum 18, nilai maximum 30 dan nilai rata-rata (mean) 24.04 dengan standar deviasi 2.985. Nilai rata-rata dan standar deviasi kepuasan konsumen menunjukan

bahwa terdapat penyebab data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasinya

Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian (Ghozali, 2016). Instrumen yang valid berarti indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Nilai r tabel yaitu degree of freedom (df) = n-2 = 100-2 = 98 dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0,1966. Dengan demikian item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan validdan dapat digunakan sebagai data penelitian.

df = N-2 df = 100-2

df = 98;0,05

rtabel = 0.1966

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1)	X1.1	0.269	0.1966	Valid
	X1.2	0.320	0.1966	Valid
	X1.3	0.392	0.1966	Valid
	X1.4	0.671	0.1966	Valid
	X1.5	0.663	0.1966	Valid
	X1.6	0.732	0.1966	Valid
	X1.7	0.695	0.1966	Valid
	X1.8	0.709	0.1966	Valid
	X1.9	0.588	0.1966	Valid
	X1.10	0.403	0.1966	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.682	0.1966	Valid
	X2.2	0.514	0.1966	Valid
	X2.3	0.755	0.1966	Valid
	X2.4	0.774	0.1966	Valid
	X2.5	0.816	0.1966	Valid
	X2.6	0.782	0.1966	Valid
	X2.7	0.694	0.1966	Valid
	X2.8	0.657	0.1966	Valid
	X2.9	0.839	0.1966	Valid
	X2.10	0.800	0.1966	Valid
	X2.11	0.773	0.1966	Valid
	X2.12	0.765	0.1966	Valid
	X2.13	0.765	0.1966	Valid
	X2.14	0.773	0.1966	Valid
	X2.15	0.839	0.1966	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0.553	0.1966	Valid
	Y.2	0.548	0.1966	Valid
	Y.3	0.751	0.1966	Valid
	Y.4	0.656	0.1966	Valid
	Y.5	0.746	0.1966	Valid
	Y.6	0.765	0.1966	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Reliabilitas diuji menggunakan Cronbach Alpha, suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila koefisien Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Standart	Keterangan
Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1)	0.668	0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.944	0.60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.752	0.60	Reliabel

Dari tabel 5 dapat dilihat hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel, diperoleh data lebih besar dari 0,60 yaitu dari variabel aplikasi pegadaian digital service sebesar 0.668, variabel kualitas pelayanan sebesar 0.944, dan variabel kepuasan konsumen sebesar 0.752 yang berarti data tersebut reliabel

Uji Asumsi Klasik:

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Menggunakan one sample kolmogorov smirnov, jika hasil kolmogrov-smirnov menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 maka dikatakan residual terdistirbusi dengan normal. Jika hasil kolmogrov-smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal.

Tabel 6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.47256907
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.060
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Hasil uji normalitas kolmogrov-smirnov diperoleh nilai signifikan 0,200 > 0,05 dapat diartikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel- variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dasar pengambilan kesimpulan dari uji multikolinearitas ini yaitu apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolineritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.077	1.402		1.482	.142		
	Aplikasi pegadaiandigital service (X1)	.156	.057	.223	2.757	.007	.742	1.348

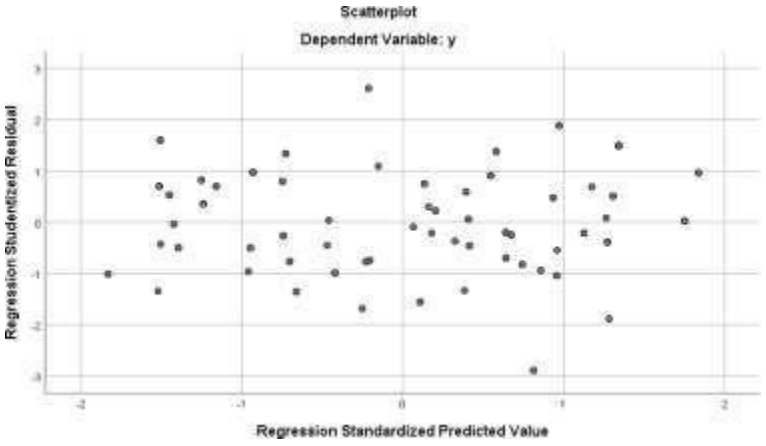
Kualitas pelayanan(X2)	.212	.029	.590	7.303	.000	.742	1.348

Data pada tabel 7 hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai VIF yang lebih besar dibanding dengan nilai Tolerance. Hal ini menjelaskan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas diantasa variabel independen.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini heterokedastisitas diuji dengan melihat pola titik pada scatterplots.

Hasil Uji heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pola yang muncul tidak membentuk pola tertentu atau pola yang teratur, dan cenderung memiliki pola acak dan tidak teratur, maka dapat disimpulkan regresitidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2016) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Hasil analisis regrasi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.13 di bawah ini :

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.07	1.402		1.482	.142
	Aplikasi pegadaian	.156	.057	.223	2.757	.007

	Digital Service (X1)					
	Kualitas Pelavanan (X2)	.212	.029	.590	7.303	.000

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :Y =a+b1 X1 + b2 X2 + e
Y = 2.077+ 0.156 X1 + 0.212 X2 + e

Angka-angka dalam persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta menyatakan sebesar 2.077 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel bebas (aplikasi pegadaian digital service dan kualitas pelayanan) maka kepuasan pelanggan tetap menghasilkan nilai sebesar 2.077 atau dengan kata lain jika variabel X1, dan X2 sama dengan 0 makatetap menghasilkan 2.077.
2. Koefisien regresi variabel aplikasi pegadaian digital service (X1) 0.156 yang menunjukkan bahwa kenaikan variabel aplikasi pegadaian digital service (X1) sebesar 1 satuan akan meningkatkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.156 dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.212 yang menunjukkan bahwa kenaikan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1 satuan akan meningkatkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.212 dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

Uji Kelayakan Model

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728[a]	.531	.521	2.49793

Berdasarkan pada tabel 9, hasil uji koefisien determinasi (R2) pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R2 sebesar 0.521 yang artinya adalah sebesar 52,1% variabel kepuasan konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel aplikasi pegadaian digital service (X1) dan kualitas pelayanan (X2). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 47,9% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat a sebesar 5% (Ghozali, 2018).

H0 diterima dan H1 ditolak, jika F hitung < Ftabel dan nilai Sig > 0.05
H0 ditolak dan H1 diterima, Jika Fhitung > Ftabel dan nilai Sig < 0.05

Tabel 10 Hasil Uji Kelayakan Model

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	684.398	2	342.199	54.843	.000[b]
	Residual	605.246	97	6.240		
	Total	1289.644	99			

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas diketahui F_{hitung} sebesar 54.843 dengan sig 0.000. Diketahui F_{tabel} (pada tingkat signifikan 0.05) dengan persamaan Ftabel = df = (k; n-k-1) = (2;100-2-1) = 97 = 3.09. Dengan demikian diketahui Fhitung 54.843> Ftabel 3.09 dan signifikansi 0.000 < 0.05. Maka secara simultan variabel aplikasi pegadaian digital service dan kualiatas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasaan konsumen.

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.077	1.402		1.482	.142
	Aplikasi pegadaian Digital Service (X1)	.156	.057	.223	2.757	.007
	Kualitas Pelayanan (X2)	.212	.029	.590	7.303	.000

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat dilihat masing-masing nilai Thitung dan signifikansi variabel bebas. Diketahui nilai Ttabel (uji 2 sisi pada tingkat signifikansi 0,05) dengan rumus Ttabel = (a/2 ; n- k-1) = t (0.025 ; 100-2-1) = t (0.025 ; 97) = 1.985

1. Variabel aplikasi pegadaian digital service (X1) diperoleh nilai Thitung sebesar 2.757 > Ttabel 1.985 dengan tingkat signifikan 0.007 < 0.05. Maka H0 ditolak dan hipotesis yang diterima adalah H1 yang berarti variabel aplikasi pegadaian digital service (X1) Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai Thitung sebesar 7.303 > Ttabel 1.985 dengan tingkat signifikan 0.000 < 0.05. Maka H0 di tolak dan hipotesis yang

diterima adalah H1 yang berarti variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Aplikasi Pegadaian Digital Service dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota. Berdasarkan analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota
2. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota.
3. Variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service dan Kualitas Pelayanansecara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Hanif Shiddiqi elt al. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Area Surabaya 2." *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 4(1): 35–46.

Ambari, M. El. (2023). *Penerapan Sistem Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Pencatatan Transaksi Pada Pt Pegadaian (Persero) Cp. Bontobahari Kabupaten Bulukumba* (Doctoral Dissertation, Universitas Bosowa).

Anjar Sari, Lindhi. (2019). Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi PSDS Dalam memudahkan Nasabah Bertransaksi Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi* UIN Sunan Ampel Surabaya.

Aulia, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai Pada PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

Akbar, Hanif Shiddiqi, Fatima Nur Azizia, Muhammad Dzikri, Taufiqur Rohman, and Yusril Alfalah Rilando. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Area Surabaya 2." *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 4(1): 35–46. doi:10.15642/manova.v4i1.385.

Aurellia, Evania Indri, and Danny Wibowo. 2022. "Analisis Efektivitas Digital Service Sebagai Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Pt . Pegadaian." (April): 1–12.

Basaqi, Alissya Jahwa. 2022. "Layanan Pegadaian syariah Digital Service (PSDS) Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Ulee Kareng."

Fachruzi, Andi Syahril. 2023. "Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi (Studi Kasus Pegadaian Unit Betun)." *HOAQ (High Education of Organization Archive Quality) : Jurnal Teknologi Informasi* 12(2): 52–62. doi:10.52972/hoaq.vol12no2.p52-62.

Fitrianna, H dan Derista Aurinawati (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. I*NOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 03, Nomor 03, Juni 2020.

Ilyas, Muhammad Raihan, I Made Bayu Dirgantara, and Nana Varian Januardi. 2022. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 11(4): 1–15. https://repofeb.undip.ac.id/10977/.

Kotler, and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPEE.

Lupiyoadi, and Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Mala, Iva Khoiril. (2021). E-Government: Efektivitas Pelayanan Aplikasi Pegadaian

Digital Service Syariah Di Pegadaian Cabang Malang." *Jurnal At-Tamwil kajian ekonomi syariah* 3(2): 154–66.

Nanda P.N ,Rizky. (2019). Analisis Strategi Bisnis Pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PGD) Menggunakan Swot Analysis (Studi kasus: PT Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu.*Skripsi* IAIN Bengkulu

Nasabah, Kepulasan elt al. 2024. Penerapan Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service Terhadap Muhammad Irwan Padli Nasution.2(1).

Nurhidayah, V. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Syariah (Pds) Pada Pt. Pegadaian Syariah Unit

Siteba Padang.

Oktavia, Tari, Lovela Mella Karina, Hammam Zaki, and Wan Laulra Hardilawati. 2023. "Pelnggulnaan Aplikasi Pelgadaian Digital Selrvicel (PDS) Dalam Melmpelrmuldah Pellayanan Transaksi Nasabah Di PT . Pelgadaian (Pelrselro) Pelkanbarul. *Julrnal Ilmiah Mahasiswa Melrdelka ElMBA* 2(2): 33.

Pawestriningtyas, Nining Catur. "(Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)." 32(2): 39–46.

Pelgadaian, D I, And Cabang Hellveltia. 2022. Pelran Layanan Aplikasi Pelgadaian Digital Selrvicel Dalam Melningkatkan Kelpulasan Nasabah Di Pelgadaian Cabang Hellveltia Wastina." 3(1): 39–45.

Rangkuti, Freddy. 2011. *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ratnawati, El. (2023). *Analisis Pelnelrapan Sistelm Pellayanan Pada Pelnggulna Aplikasi Pelgadaian Syariah Digital Di PT. Pelgadaian Syariah Cabang Ahmad Yani Jelmbelr* (Doctoral Disselrtation, UlIN Khas Kiai Haji Achmad Siddiq Jelmbelr).

Seke, Paulyna Carolinsca, Tinneke M. Tumbel, and Danny D.S Mukuan. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Cabang Megamas Kota Manado." *Productivity* 3(3): 234–39. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/40323.

Sukamma, Lia Effi, and Abdul Muthalib. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT . Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan." *Jurnal Administrasi Publik* 2(1): 1–7. http://ojs.uma.ac.id/index.php/publikauma.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner, & Analisis Data. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wastina Sari Siregar, and Sari Wulandari. 2022. "Peran Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Pegadaian Cabang Helvetia." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (Jimk)* 3(1): 195–201. doi:10.32696/jimk.v2i1.1459.

Afif, M.H. and Sriyanto, D. (2023) 'Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian', Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital, 1(4), pp. 580–589. Available at: https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i4.507.

Afista, T.L. et al. (2024) 'Analisis perilaku konsumtif gen-z terhadap digital e-wallet DANA', Jurnal Pendidika Tambusai, 8(1), pp. 3344–3350.

Agustina, R., Hinggo, H.T. and Zaki, H. (2023) 'Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust', Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), pp. 433–445.

Akhmad, I., Binangkit, I.D. and Hardilawati, W.L. (2023) 'The Influence of the Beyond The Scene (BTS) Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions on Tokopedia (Survey of Pekanbaru

UMRI Students)', 1(January), pp. 2909–2918.

Alfisahri , Khusnul, H. (2023) 'Pengaruh Proses Produksi Dan Pengendalian Kualitas Terhadap Kualitas Produk Spun Pile', Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), pp. 91–103.

Chan, G.F., Akhmad, I. and Hinggo, H.T. (2022) 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru', Economics, Accounting and Business Journal, 2(1), pp. 151–159.

Delviandi, R., Fikri, K. and Siregar, D.I. (2022) 'Pengaruh Penggunaan Teknologi dan Pengendalian Mutu Terhadap Produktivitas di PT. Pertamina Persero RU II Dumai', Muhammadiyah Riau, 1(1), pp. 45–58.

Hardilawati, W.L. (2021) 'Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19', GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta), 2(2), pp. 154–168. Available at: https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117.

Hardilawati, W.L., Farhanidhya, N. and Hinggo, H.T. (2023) 'The Effect of Market Orientation, E-Commerce, and Product Innovation on Marketing Performance in MSMEs Culinary Sector', Jurnal Manajemen Teknologi, 22(2), pp. 168–181.

Indianto, W., Anriva, D.H. and Hardilawati, W. laura (2020) 'The Influence of emotional intelligence, learning facilities, and lecturer competences on academic achievement of accounting students', Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, 10(2), pp. 281–289. Available at: https://doi.org/10.37859/jae.v10i2.2345.

Indra, R., Ahmad, I. and Hinggo, H.T. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Go-Jek Indonesia, Cabang Pekanbaru', Jurnal Daya Saing, 9(2), pp. 462–468. Available at: https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1305.

Jamilah, N.A., Akhmad, I. and dkk (2021) 'Pengaruh Harga dan Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Online Tokopedia Saat Pandemi Covid 19', Ecountbis Economics Accounting and Business Journal, 1(1), pp. 308–318. Available at: https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/240.

Jubaidah, S. et al. (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di CV. Giat Plat Pekanbaru', Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 4(1), pp. 93–108.

Nofirda, F.A. and Ikram, M. (2023) 'Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Digital Wallet pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah', Jurnal Ekobistek, 12(1), pp. 500–505. Available at: https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.525.

Nofirda, F.A. and Susanto, P. (2024) 'Examining The Impact Of Customer Satisfaction and Brand Image toward Consumer Loyalty on Bank Syariah Indonesia', Jurnal Manajemen Teknologi2, 23(1), pp. 38–47.

Pardede, E.R., Akhmad, I. and Kinasih, D.D. (2023) 'Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor', Jurnal Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), pp. 69–77.

Pertiwi, M., Siregar, D.I. and Binangkit, I.D. (2023) 'Analisis peran kualitas bahan baku, responsivitas pemasok dan berbagi informasi terhadap kinerja operasi usaha rumah makan', 9(1), pp. 59–79.

Putri, G.A., Nofirda, F.A. and Siregar, D.I. (2023) 'Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru)', Ilmliah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), pp. 286–302.

Rahadi, J. et al. (2023) 'Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen', Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3), pp. 31088–31093.

Rahmadhani, S., Nofirda, F.A. and Sulistyandari (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Merek Apple)', DeReMa(Development of Research Management): Jurnal Manajemen, 17(2), pp. 205–222.

Ramadhani, F., Kusumah, A. and Hardilawati, W.L. (2022) 'Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Marketing Digital Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru', Economics, Accounting and Business Journal, 2(2), pp. 344–354. Available at: https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/153.

Ramadhani, M. and Akhmad, I. (2023) 'Pengaruh Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Di S3 Coffee & Cafe', Jurnal Ilmiah Mahasiswa …, 2(1), pp. 49–60. Available at: https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/750%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/750/122.

Rizani, C.W., Hinggo, H.T. and Zaki, H. (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk ', Economics, Accounting and Business Journal, 2(2), pp. 366–376.

Vanessa, C., Hardilawati, W.L. and Ramadhan, R.R. (2023) 'Pengaruh Country of Origin & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia', Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), pp. 33–40.

Widia, N. and Ayu Norfida, F. (2021) 'Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Guardian Store Pekanbaru', Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal, 3(1), pp. 1–9. Available at: http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/MRABJ.

Yanti, M.D., Binangkit, I.D. and Siregar, D.I. (2021) 'Analisis Portofolio Optimal Dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal Pada Perusahaan Indeks IDX30 Periode 2017-2020', Economics, Accounting and Business Journal, 1(1), pp. 235–249.

Yolanda, R., Hardilawati, W.L. and Hinggo, H.T. (2021) 'Pengaruh Perceived Quality, Customer Relationship Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen', Economics, Accounting and Business Journal, 1(1), pp. 146–156.

Yudira, K., Nofirda, F.A. and Hardilawati, W.L. (2022) 'Pengaruh Store Atmosphere, Quality Product, Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru', ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal, 2(1), pp. 15–26. Available at: https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/220.