

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PEGADAIAN SYARIAH PURBALINGGA
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)

Oleh :

NENI SUCIANI

NIM. 1817202073

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Neni Suciani
NIM : 1817202073
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (studi kasus nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga).

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Purwokerto, 30 Agustus 2022

Saya yang menyatakan



Neni Suciani

NIM. 1817202073



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS NASABAH
PEGADAIAN SYARIAH PURBALINGGA)**

Yang disusun oleh Saudara **Neni Suciani NIM 1817202073** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **28 September 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji


Dewi Laila Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Sekretaris Sidang/Penguji


Rina Heriyanti, M.Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004


Pembimbing/Penguji


Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200910 2 006

Purwokerto, 05 Oktober 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Neni Suciani NIM. 1817202073 yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 30 Agustus 2022
Pembimbing,



Sofia Yustianti Suryandari, S.E. M.Si.
NIP. 197807162009012006

MOTO

‘Tidak ada perjuangan yang tidak berujung kemenangan’



THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES (CASE STUDY OF PEGADAIAN SHARIA PURBALINGGA CUSTOMERS)

Neni Suciani

NIM. 1817202073

Email: dwirekli123@gmail.com

Islamic Banking Department

Faculty of Islamic Economics and Business State Islamic University Prof. K.H.

Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

To maintain its business in the present era, which has fierce competition in the business world, a company can find out the key to business excellence, namely maintaining or increasing customer loyalty. This study aims to determine the effect of service quality and trust on customer loyalty by mediating customer satisfaction at Pegadaian Syariah Purbalingga.

Based on the objectives, this research is included in quantitative research. In collecting data, the researcher uses a questionnaire with a sample of 100 respondents using the purposive sampling technique. The data obtained were then processed using SPSS software. The test instruments used are validity and reliability tests. The classical assumption tests are the normality, heteroscedasticity, and multicollinearity tests. The researcher used a t-test, f-test, and coefficient of determination for hypothesis testing and data analysis using path analysis.

The results of this research, the first t-test, showed that service quality, trust, and satisfaction positively and significantly affected customer loyalty. The second t-test results show that service quality and trust have a positive and significant effect on satisfaction. Satisfaction variable can mediate service quality and trust variables

Keywords: *Quality of service, Trust, satisfaction, Loyalty*

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS NASABAH PEGADAIAN
SYARIAH PURBALINGGA)**

Neni Suciani

NIM. 1817202073

Email: dwirekli123@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Agama Islam Negeri

Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Untuk mempertahankan usahanya pada era sekarang yang memiliki persaingan ketat pada dunia bisnis, suatu perusahaan dapat mengetahui kunci keunggulan bisnis yaitu mempertahankan atau meningkatkan loyalitas pelanggan. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga.

Berdasarkan tujuan, penelitian ini termasuk Pada penelitian kuantitatif. Dalam pengumpulan data menggunakan kusioner dengan jumlah sampel 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan *software* SPSS. Uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastitas dan uji multikolinearitas. untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji f dan koefisien determinasi. Untuk analisis data menggunakan *path analysis*.

Hasil pada uji t pertama dihasilkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada hasil uji t kedua dihasilkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Variabel kepuasan dapat memediasi variabel kualitas layanan dan kepercayaan.

Kata kunci : Kualitas layanan, Kepercayaan, kepuasan, Loyalitas

A. PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>Ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
---	-----	---	-----

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الاولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
---------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

◌َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I

◌ِ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U
----	---------------	---------	---

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	Ditulis	<i>tansī</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لألنن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sami'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>
-----------	---------	----------------------



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, para sahabat dan *tabi'in* semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan semoga mendapat syafa'atnya di yaumul qiyamah.

Bersamaan dengan selesainya skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (studi kasus nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)", penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya ridho Allah SWT, dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Hastin Tri Utami, SE., M.Si Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

8. Sofia Yustianti Suryandari, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang setia membimbing dan memberikan pengarahan kepada peneliti.
9. Seluruh dosen, staf tata usaha dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Jamingan dan Ibu Jumirah yang selalu memanjatkan doa-doa dan dukungan baik secara moril dan materil. Semoga beliau diberikan kemuliaan oleh Allah SWT.
11. Teman-teman Perbankan Syariah B angkatan 2018 yang telah kompak bersama dalam proses studi
12. Tri Wahyudin yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi dan selalu menemani dalam keadaan apapun
13. Lela Safitri, Wahyuni Noviati Pratama, Elfia Ikhamatul Hidayah, Yunisa Adri Purwaningsih yang sudah menjadi teman saya selama masa perkuliahan.
14. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah tulus, ikhlas dalam membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWI selalu memberikan ramhat keberkahan serta Ridho kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan yang disebabkan berbagai keterbatasan, oleh karena itu kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Purwokerto, 11 agustus 2022



Neni Suciani

NIM. 1817202073

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	36
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin responden	46
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4. 4 Lama Menjadi Nasabah	48
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastistas	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonearitas.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji T Model 1	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji T Model 2	56
Tabel 4. 12 hasil Uji F Model 1	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji F Model 2	58
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi 1	60
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi 2	60
Tabel 4. 16 Model Summary 1.....	61
Tabel 4. 17 Hasil Uji Keofisien Persamaan 1	61
Tabel 4. 18 Model Summary 2.....	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Persamaan 2	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. 1 Hasil Analisis Jalur.....	65



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR ISI	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Landasan Teori.....	15
1. Kualitas layanan	16
2. Kepercayaan	19
3. Kepuasan Nasabah	21
5. Loyalitas Nasabah	24
C. Landasan Teologis	25
D. Kerangka Pemikiran.....	28
E. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis penelitian	34
C. Populasi dan Sampel	34
D. Variabel dan indikator penelitian	37

E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data Penelitian.....	39
BAB IV ANALISIS DATA.....	44
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	44
1. Sejarah Pegadaian Syariah	44
2. Profil Pegadaian Syariah Purbalingga	45
3. Visi dan Misi	45
B. Karakteristik Responden	46
1. Jenis Kelamin Responden	46
2. Umur Responden	47
3. Pekerjaan Responden	47
4. Lama Responden menjadi Nasabah.....	48
C. Hasil Penelitian	48
1. Uji Instrumen.....	48
2. Uji Asumsi Klasik	51
3. Uji Statistik.....	55
D. Hasil Pembahasan	68
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa globalisasi ini, aspek perekonomian adalah hal yang paling utama dalam mencapai kesejahteraan hidup rakyat. Dalam mencapai kesejahteraannya mereka harus bersaing dalam dunia perekonomian. Khususnya pada dunia bisnis sekarang ini semakin berkembangnya zaman maka semakin tinggi pula persaingan bisnis. Bidang bisnis yang dapat kita lihat pada saat ini salah satunya pada lembaga keuangan.

Lembaga keuangan merupakan suatu lembaga yang kegiatannya pada bidang keuangan, baik pada penghimpunan dana, penyaluran dana ataupun jasa-jasa keuangan lainnya (Mardani 2015). Lembaga keuangan melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat paling utama dalam investasi perusahaan. Lembaga keuangan tidak membatasi tugasnya hanya dalam investasi perusahaan namun juga dalam kegiatan konsumsi, produksi barang dan jasa.

Pegadaian Syariah termasuk pada lembaga keuangan syariah bukan bank. Pegadaian syariah merupakan suatu lembaga yang melayani masyarakat luas khususnya pada masyarakat menengah bawah yang membutuhkan dan dengan cair segera. Dana yang dimaksud merupakan dana yang mendesak (Madani 2015). Pada Pegadaian Syariah menggunakan barang/harta benda sebagai bahan jaminan untuk nasabah melunasi atau mengembalikan dana yang telah dipinjam apabila tidak bisa mengembalikannya maka dibayar sesuai harga. Menurut pasal 20 ayat (14) rahn/gadai adalah penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan. Pegadaian Syariah tidak memungut bunga dalam transaksinya, mereka memberikan pinjaman dengan imbalan atas bagi hasil. Pada transaksinya, Pegadaian Syariah menggunakan metode *Fee Based Income* (FBI) atau *Mudharabah* (bagi hasil).

Pada laporan tahunan 2020 PT. Pegadaian (Persero) mengalami peningkatan jumlah nasabah sebesar 21,4% sehingga menimbulkan kenaikan omset bisnis gadai sebesar 6,1% dan yang terdiri dari Pegadaian Konvensional tumbuh 5,9% dan Gadai Syariah tumbuh 7,4%. Dari data tersebut pada Pegadaian Syariah memiliki jumlah kenaikan bisnis gadai lebih besar dari pada gadai konvensional.

Pegadaian Syariah Purbalingga yang telah berdiri sejak tahun 2010 hingga saat ini telah memiliki banyak nasabah. Perusahaan harus menjaga jumlah data nasabah yang ada, bahkan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya untuk menumbuhkan bisnis gadai dalam menjaga pertahanan Pegadaian Syariah Purbalingga.

Setiap perusahaan menginginkan usahanya tetap bertahan dan semakin berkembang, namun tidak sedikit perusahaan yang tidak memperhatikan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan suatu perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang dalam menggunakan produk/jasa dan dapat menimbulkan kesetiaan terhadap perusahaan dalam jangka waktu panjang (Olson, 1993). Apabila suatu produk tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan, mereka akan berhenti menggunakan produk dan menyatakan tidak puas terhadap perusahaan. Maka dapat diartikan bahwa pelanggan yang loyal merupakan aset yang berharga dalam keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Griffin ketika seorang pelanggan dapat dikatakan loyal terhadap perusahaan yaitu ketika mereka melakukan pembelian secara teratur terus menerus dan minimal telah melakukan pembelian sebanyak 2 kali. Pelanggan yang loyal memiliki keinginan yang kuat untuk membeli barang atau jasa pada perusahaan tersebut tanpa ingin berpindah perusahaan lain (Oliver, 1999). Pada perusahaan lembaga keuangan seperti Pegadaian Syariah, mereka dalam mempertahankan usahannya dapat melihat tingkat loyalitas nasabah.

Pada Pegadaian Syariah Purbalingga apabila nasabah merasakan kepuasan maka akan menciptakan nasabah yang menggunakan jasanya

secara berkali-kali. Tidak hanya kepuasan yang dibutuhkan dalam mempertahankan nasabahnya, melainkan lebih dari kepuasan yaitu kepercayaan, kualitas pelayanan yang bagus dan penanganan masalah yang cepat.

Kepuasan ialah suatu ungkapan rasa senang atau kecewa terhadap kinerja suatu produk yang dihasilkan sesuai ekspektasi mereka (Kotler dan Keller 2009). Kepuasan merupakan suatu sikap pelanggan terhadap perusahaan. Sikap senang pelanggan akan muncul ketika kinerja perusahaan memuaskan dan sikap kecewa apabila kinerja perusahaan dinilai kurang memuaskan. Terciptanya tingkat kepuasan pelanggan akan membentuk loyalitas pelanggan yang memberikan dampak positif seperti pelanggan melakukan pembelian ulang dan mengurangi biaya pemasaran produk perusahaan. Terciptanya kepuasan nasabah akan diikuti oleh tingkat loyalitas nasabah yang meningkat terhadap produksi, sebab produk memberikan pelayanan yang tepat dengan keinginan nasabah (setiawan *et al.* 2016).

Untuk menciptakan kepuasan serta loyalitas nasabah maka, Pegadaian Syariah sebagai perusahaan jasa dapat meningkatkan mutu pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan merupakan indikasi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagaimana ketepatan penyampaian dalam menyesuaikan asumsi pembeli (Tjiptono 2007). Parsuraman *et al.* (1985) berpendapat bahwa kualitas layanan dapat diperkirakan dengan memanfaatkan aspek-aspek diantara lain, *Empathy* (empati), *Tangible* (Bukti langsung), *Reliability* (kehandalan) dan *responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan).

Pada Pegadaian Syariah Purbalingga mempunyai kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah dengan memberikan proses pembiayaan yang cepat serta kemudahan bagi nasabah dalam memenuhi persyaratannya dan memberikan pembinaan bagi nasabah yang tergolong masyarakat menengah bawah untuk menumbuhkan ekonomi melalui

produk yang telah disediakan oleh Pegadaian Syariah Purbalingga dengan baik.

Dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah selain kualitas layanan, kepercayaan ikut berpengaruh. Pada suatu perusahaan apabila pelanggan merasakan kualitas yang baik lalu membeli atau menggunakan produk/jasa berkali kali maka dapat dikatakan pelanggan tersebut sudah percaya terhadap kualitas perusahaan. Saat kepercayaan dari nasabah telah terwujud, dan tugas selanjutnya dari perusahaan yaitu memperoleh dan menjaga loyalitas dari nasabah (Paewangi dan Muryati, 2018). Kepercayaan dapat dikatakan elemen yang penting dalam mempertahankan nasabah. Perusahaan Pegadaian Syariah Purbalingga memiliki misi yang aman dalam pelayanan. Ketika pegadaian dinilai aman oleh nasabah maka akan menciptakan kepercayaan terhadap Pegadaian. Pegadaian memiliki slogan yaitu “Serba Bisa” dengan membuktikan slogan tersebut secara nyata terhadap nasabah, maka memberikan kepercayaan nasabah dan menciptakan loyalitas nasabah terhadap pegadaian.

Pada penelitian terdahulu tentang kualitas layanan dan kepercayaan yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada lembaga keuangan. Hasil pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat kemungkinan yang tidak konsisten dengan penelitian yang sama, hal ini dapat terjadi karena terdapat perbedaan populasi, sampel, waktu dan lokasi. Seperti pada penelitian yang telah dilakukan oleh Pradana (2018) bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dikarenakan sistem pelayanan pada PT. FAC Sekuritas Indonesia kurang praktis seperti pada permasalahan akun atau transaksinya dan kurangnya customer service pada pelayanan sehingga proses pelayanan sangat lambat. Sedangkan penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Dewi dan Abiyoga (2022) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mawey (2018) menunjukkan

bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, disebabkan bahwa nasabah pada Bank SulutGo kurang percaya terhadap produk-produk yang ada pada bank tersebut. Sedangkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Arif (2020) mengasikkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Terkait pemaparan pada *research gap* atau kesenjangan pada kualitas layanan, kepercayaan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah. Oleh sebab itu, maka peneliti mendapatkan solusi dengan kepuasan nasabah digunakan sebagai variabel *intervening*. Solusi ini digunakan untuk mengetahui seberapa kepuasan dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen.

Alasan peneliti melakukan penelitian pada Pegadaian Syariah Purbalingga karena sesuai dengan data yang diperoleh peneliti serta wawancara terhadap nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga yaitu terdapat banyak nasabah yang mempunyai buku tabungan atau angsuran hanya pada Pegadaian Syariah Purbalingga saja tetapi mereka mempunyai pada lembaga keuangan lainnya karena produk-produk yang terdapat pada bank lain lebih lengkap. Berdasarkan penggunaan produk oleh nasabah pada Pegadaian Syariah dapat diartikan mereka kurang setia karena mereka datang hanya saat ingin menggadaikan barangnya saat keadaan darurat dan saat semua transaksi sudah lunas, di waktu berikutnya mereka melakukan transaksi secara tidak teratur bahkan ada yang melakukan penutupan pada transaksinya. Dan berdasarkan pada wawancara pimpinan cabang bahwa setiap harinya terdapat penambahan jumlah nasabah yang ingin menggunakan produknya. Hal ini menjadi fenomena menarik pada loyalitas untuk diteliti ulang oleh peneliti.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis menentukan judul skripsi ini sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga dengan Kepuasan

Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah Purbalingga ?
2. Apakah ada pengaruh antara kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah Purbalingga ?
3. Apakah ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada pegadaian syariah Purbalingga ?
4. Apakah ada pengaruh antara kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada pegadaian syariah Purbalingga ?
5. Apakah ada pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada pegadaian syariah Purbalingga ?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* ?
7. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan penelitian :

1. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah Purbalingga.
2. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah Purbalingga.
3. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pegadaian syariah Purbalingga.
4. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pegadaian syariah Purbalingga.
5. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pegadaian syariah Purbalingga.

6. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening
7. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening

b. Manfaat Penelitian :

1. Secara teoritis, untuk penelitian ini yang telah dilakukan untuk kemudian diharapkan mampu memberikan kontribusi dan untuk kajian penelitian yang akan datang tentang pengaruh suatu kualitas pelayanan dan kepercayaan pada sebuah perusahaan.
2. Secara praktis, yaitu :
 - 1) Bagi Pegadaian syariah, sebagai bahan untuk mengembangkan dalam kualitas pelayanan serta membangun kepercayaan nasabah untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya.
 - 2) Bagi penulis, penelitian ini dapat menambahkan wawasan tentang pengaruh pada kualitas layanan serta kepercayaan terhadap loyalitas suatu nasabah.
 - 3) Bagi pendidikan, pada penelitian yang telah dilakukan ini dapat digunakan sebagai bahan refrensi tentang pengaruh pada kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas para nasabah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka bermakna memadukan topik-topik dan tema-tema berhubungan yang akan dijadikan rujukan sumber primer (Darmalaksana, 2020: 10).

1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan referensi penelitian sebelumnya untuk mengetahui apakah terdapat perbandingan terhadap penelitian ini.

Dalam jurnal Ni Made Handika Dewi dan Adityarini Abiyoga VS, 2022 yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening” menghasilkan suatu kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi positif dan signifikan dengan dibuktikan masing-masing untuk kualitas layanan menghasilkan nilai t-statistik 4.829 yaitu lebih tinggi dari pada 1.96 serta pada kepercayaan memiliki nilai t-statistik 9.886 lebih tinggi dari 1.96. maka didapatkan kesimpulan suatu kualitas pelayanan dan kepercayaan meningkat maka loyalitas nasabah ikut mengalami peningkatan. Dalam mempengaruhi kepuasan, kualitas pelayanan serta kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan pengaruh signifikan dengan dibuktikan nilai t-statistik pada kualitas pelayanan sebesar 2.196 dan kepercayaan memiliki nilai t-statistik 6.620. sehingga diartikan suatu kepuasan meningkat karena pengaruh dari kualitas layanan serta kepercayaan yang mengalami peningkatan. Kemudian dalam kepuasan memediasi kualitas pelayanan serta kepercayaan pada loyalitas nasabah dalam pengolahan data menunjukkan variabel kepuasan memiliki dampak yang kritis atau signifikan, sehingga dapat diartikan melalui bantuan kepuasan, pada loyalitas nasabah dapat meningkat karena kualitas pelayanan serta kepercayaan

Dalam jurnal A H Khoiri, 2021 tentang kualitas layanan beserta penanganan keluhan yang mempengaruhi terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada bank BNI Semarang dihasilkan bahwa pada variabel kepuasan menghasilkan kepengaruhan yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan hal itu dibuktikan hasil nilai signifikansi kualitas pelayanan 0,000 maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan mengalami peningkatan. Selain itu dihasilkan pengaruh secara langsung pada variabel kepuasan terhadap loyalitas nasabah dengan dihasilkan pada nilai signifikan 0,000 artinya mempunyai pengaruh yang signifikan. Kemudian akibat dari faktor khususnya variabel kualitas layanan kepada variabel loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan yaitu dihasilkan mempunyai dampak yang signifikan dengan dibuktikan pada kualitas layanan mempunyai nilai signifikan 0,013

Pada jurnal Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno, 2020 yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus BPRS Suriyah cabang Salatiga)” dihasilkan bahwa pengaruh pada variabel kepuasan nasabah BPRS Suriyah yang dipengaruhi dari variabel kualitas layanan ada dampak positif dan besar dengan dibuktikan hasil pada nilai signifikansi variabel independen yaitu pada kualitas pelayanan senilai 0,005 disimpulkan kepuasan nasabah BPRS Suriyah ikut meningkat karena kualitas layanan mengalami peningkatan. Selanjutnya ada dampak yang positif dan dampak yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan yang mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Salatiga. Dihasilkan dampak positif dan signifikan dari kepuasan mempengaruhi loyalitas nasabah BPRS Suriyah, lalu berdasarkan hasil olah data kepuasan sebagai mediasi pada dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yaitu dihasilkan bahwa kualitas layanan dapat

dimediasi oleh variabel kepuasan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah.

Dalam Jurnal Mail Hilian Batin, 2019 yang memiliki judul “Pengaruh Citra suatu Bank, Kualitas Pelayanannya serta Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas seorang Nasabah pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang” hasil riset ini dibuktikan bahwa secara uji simultan serta parsial, seluruh variabel yang diajukan seperti Citra Bank, Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan keluhan dan kepuasan mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas para nasabah bank dengan dibuktikan pada nilai koefisien determinasi senilai 84,7 %.

Dalam jurnal Mohammad Sony Zakiyuddin Arif, 2020 yang berjudul “Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* produk tabungan emas pegadaian”. Pada jurnal tersebut dihasilkan suatu kepercayaan mempunyai dampak signifikan kepada kepuasan dengan dibuktikan nilai probabilitas signifikan senilai 0,004 yaitu $< 0,05$. Dapat disimpulkan sebuah kepercayaan nasabah meningkat maka kepuasan nasabah terhadap produk tabungan emas meningkat. Pada hasil dari kepercayaan terhadap loyalitas secara langsung yaitu terdapat pengaruh signifikan dari kepercayaan terhadap loyalitas. Lalu pada hasil pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas yang dimediasi variabel kepuasan yaitu dihasilkan mempengaruhi positif dan signifikan, maka dapat diartikan suatu loyalitas nasabah akan ikut meningkat apabila kepercayaan mengalami peningkatan sebab nasabah merasakan kepuasan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	<p>Ni Made Handika Dewi dan Adityarini Abiyoga VS, 2022</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”</p>	<p>Kualitas layanan dan kepercayaan memberi dampak yang positif dan signifikan dengan dibuktikan masing-masing untuk kualitas layana mempunyai nilai t-statistik 4.829 yaitu lebih tinggi dari 1.96 serta pada kepercayaan memiliki nilai t-statistik 9.886 lebih besar dari 1.96.</p> <p>Dalam mempengaruhi kepuasan, kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan dibuktikan nilai t-statistik pada kualitas pelayanan sebesar 2.196 dan kepercayaan memiliki nilai t-statistik 6.620.</p> <p>Kepuasan memberikan mediasi kualitas pelayanan serta</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini yaitu pada metode penelitiannya, variabel bebas (kualitas pada pelayanan dan kepercayaan), variabel terikat (loyalitas suatu nasabah) dan pada variabel intervening yaitu (kepuasan nasabah).</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada lokasi objek penelitian.</p>

		kepercayaan kepada loyalitas nasabah dalam pengolahan data menunjukkan suatu variabel kepuasan mempunyai dampak yang signifikan	
2.	A H Khoiri, 2021 “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank BNI Syariah Semarang”	Bahwa kualitas layanan mempunyai dampak langsung yang signifikan terhadap kepuasan dengan dibuktikan hasil nilai signifikansi kualitas pelayanan senilai 0,000 Selain itu dihasilkan dampak dari kepuasan terhadap loyalitas nasabah yang secara langsung ada dampak yang signifikan dengan dibuktikan nilai signifikan 0,000. Kepengaruhsn kualitas pelayanan kepada loyalitas nasabah menggunakan mediasi kepuasan yaitu dihasilkan memiliki pengaruh yang signifikan dengan dibuktikan pada kualitas layanan dengan hasil	Terdapat persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel independen (kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Loyalitas nasabah). Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada lokasi ojek penelitian.

		signifikan senilai 0,013	
3.	Endah Kurniyawati dan Fernaldi anggadh ratno, 2020 “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus BPRS Suriyah cabang Salatiga)”	<p>Kualitas pelayanan terdapat dampak positif dan signifikan kepada kepuasan</p> <p>Pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabahnya mempunyai dampak yang positif dan signifikan. Hasil dari kepengaruhn kepuasan terhadap loyalitas nasabahnya menghasilkan dampak yang positif dan signifikan, lalu hasil olah data pada kepengaruhn kualitas pemberian pelayanan kepada loyalitas nasabah dengan kepuasan menjadi mediasi yaitu dihasilkan dapat dilakukan mediasi oleh kepuasan.</p>	<p>Persamaannya yaitu pada metode penelitiannya menggunakan metode kuantitatif, pada variabel independen (Kualitas pelayanan), pada variabel dependen.</p> <p>Perbedaan pada penelitian ini yakni lokasi objek penelitian.</p>

4.	<p>Mohammad Sony Zakiyuddin Arif, 2020 “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian”.</p>	<p>Suatu kepercayaan berpengaruh signifikan dengan dibuktikan nilai probabilitas signifikan senilai 0,004 yaitu $< 0,05$. Didapatkan kesimpulan suatu kepercayaan nasabah meningkat maka kepuasan nasabah terhadap produk tabungan emas meningkat. Lalu pada hasil pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas yang dimediasi variabel kepuasan yaitu dihasilkan mempengaruhi positif dan signifikan, maka dapat diartikan suatu kepercayaan meningkat maka loyalitas nasabah bukan meningkat karena nasabah merasakan kepuasan.</p>	<p>Terdapat persamaan antar kedua penelitian ini yaitu pada variabel bebas kepercayaan, variabel dependen loyalitas nasabah. Pada metode penelitian memakai metode kuantitatif. Perbedaan yang ada pada penelitian ini yaitu tempat penelitian</p>
5.	<p>Mail Hilian Batin, 2019 “Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan pada Nasabah, Penanganan</p>	<p>Riset ini memberikan hasil bahwa dalam pengujian simlutan serta parsial, seluruh variabel yang terdapat pada penelitian seperti Citra suatu bank, Kualitas</p>	<p>Persamaannya yaitu pada variabel independen seperti kualitas pada pelayanan serta suatu kepercayaan nasabah, penanganan masalah yang dhiadapi nasabah dan pada</p>

<p>Keluhan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel, Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang</p>	<p>Layanan, Kepercayaan, Penanganan keluhan yang dihadapi nasabah dan kepuasan mempengaruhi secara signifikan kepada loyalitas seorang nasabah bank dengan nilai koefisien determinasi 84,7 %.</p>	<p>variabel dependen loyalitas nasabah. Dan untuk penggunaan metode kuantitatif. Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian</p>
---	--	---

B. Landasan Teori

1. Grand Teori

Dalam menjelaskan antar variabel yang ada di dalam penelitian ini, teori yang dipakai pada penelitian ini merupakan teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*) yang telah diciptakan oleh Blau tahun 1964. Pada teori ini dijelaskan bahwa perlakuan seseorang terhadap orang lain akan dibalas terhadap dirinya sesuai dengan apa yang mereka perlakukan kepada orang lain (West dan Layn, 2008). Berdasarkan pada teori pertukaran sosial tersebut, nasabah akan loyal terhadap Pegadaian Syariah dengan menunjukkan rasa puas atas perlakuan baik dari Pegadaian Syariah dengan nasabah melakukan penggunaan produk secara berulang-ulang, memberi saran kepada orang lain untuk memakai produk dari Pegadaian Syariah. Selain dengan itu, teori tersebut juga mengungkapkan jika seseorang akan berperilaku sesuai logika atau rasional, dengan mengejar keuntungan serta menghindari dari rasa tidak puas. Artinya apabila nasabah Pegadaian Syariah tidak puas atas pelayanan yang diberikan kurang baik, sehingga nasabah muncul pikiran untuk meninggalkan produk serta jasa pada Pegadaian Syariah dan melaksanakan *switching* pada

lembaga keuangan lainnya dan akan menceritakan hal buruknya kepada orang lain. Loyalitas merupakan suatu hambatan pada nasabah dalam melakukan *switching* (Hoyt *et al*, 2015).

Seorang nasabah akan menghindari hal yang memberikan akibat ketidakpuasan pada hubungan kualitas layanan dan kepercayaan. Nasabah akan melakukan perpindahan pada lembaga keuangan lainnya apabila pada Pegadaian Syariah tersebut masih merasakan ketidakpuasan. Suatu kepuasan yang tinggi pada seorang pelanggan dapat memberikan prediksi kredibilitas perusahaan, reputasi serta bonus dari pimpinan (Jin and Yeo, 2011). Berdasarkan hal itu, maka hubungan kualitas layanan serta kepercayaan pada Pegadaian Syariah sangat menentukan loyalitas nasabah. loyalitas tinggi yang tercipta dari nasabah dapat mengoptimalkan reputasi pimpinan serta nilai pada perusahaan (Rahi & Ghani, 2017).

2. Kualitas layanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu kegiatan atau pun tindakan aktivitas yang dapat dihadirkan pihak yang satu terhadap pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun (Kotler, 2002). Kegiatan pelayanan dilakukan oleh para produsen kepada konsumen untuk memenuhi keinginan, kebutuhan para konsumennya dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen. Nilai kualitas layanan yang tinggi pada umumnya juga berpengaruh pada nilai kepuasan yang mengalami kenaikan.

Layanan diklasifikasikan menjadi 3 yaitu :

1) Layanan menggunakan lisan

Layanan lisan adalah layanan dengan memberikan penjelasan atau keterangan informasi yang diberikan atau dilakukan kepada orang yang membutuhkan

2) Layanan dengan tulisan

Layanan ini dapat dikatakan layanan yang cukup efisien terutama bagi mereka yang berjarak jauh dan keterbatasan biaya. Layanan tulisan dapat memuaskan seseorang yang dilayani, salah satunya pada faktor kecepatan.

3) Layanan melalui perbuatan

Layanan ini diberikan pada kalangan menengah dan bawah. Karena layanan ini membutuhkan keahlian yang akan menentukan hasil perbuatan.

c. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2007) Kualitas pelayanan memberikan makna suatu indikasi terpenuhinya kebutuhan serta keinginan pelanggan sebagaimana tepat pada penyampaian dalam menyesuaikan asumsi konsumen. Seorang konsumen menilai suatu kualitas sesuai dengan apa yang mereka rasakan, mereka akan berlangganan secara terus menerus apabila merasa puas pada kualitas pelayanannya. Sementara menurut Lupiyoadi (2011:65) kualitas pelayanan merupakan cara sejauh mana perbandingan asumsi dengan realitas para pelanggan untuk layanan yang mereka dapatkan. Kualitas pelayanan yang sangat baik dapat membangun kelayakitan serta mencegah konsumen dalam pembelotan, terjadinya pembelotan disebabkan adanya kesalahan dalam pelayanan yang diberikan ataupun sistem dalam melayani (Rahmayanti, 2013). Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat memberikan pengaruh terhadap ketergantungan nasabah sebab, dengan terciptanya kualitas pada pelayanan yang diberikan bagus akan memberikan nasabah yang setia terhadap perusahaan.

d. Indikator kualitas layanan

Ada 5 dimensi kualitas layanan yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas pelayanan (Tjiptono 2011:437) :

1) *Reliability*

kemampuan seseorang dalam memberikan janji pelayanan dengan akurat dan memuaskan. Pada dimensi ini suatu perusahaan memberikan janji atas suatu pelayanan yang memuaskan pada konsumen. Contohnya pada suatu perusahaan memberikan informasi kepada konsumen dengan tepat, memberikan pelayanan terhadap konsumen yang baik, membantu konsumen dalam menangani permasalahan yang dihadapi.

2) *Responsiveness*

Rasa tanggap karyawan dalam membantu, melayani pelanggan. pada dimensi ini suatu perusahaan dibutuhkan rasa peka terhadap kebutuhan konsumen seperti memberikan pelayanan yang cepat terhadap konsumen, sigap dalam melakukan penanganan masalah.

3) *Assurance*

Jaminan merupakan informasi tentang kemampuan, keangguan dan rasa ketergantungan yang digerakan oleh pegawai, dibebaskan dari resiko, bahaya atau ketidakpastian. Dimensi ini penting bagi perusahaan, karena berhubungan langsung dengan persepsi konsumen, persepsi tersebut yang dapat menilai kepuasan konsumen terhadap suatu kualitas layanan pada perusahaan.

4) *Empathy*

Kepedulian mencakup kemudahan saat mengatur koneksi, korespondensi yang bagus serta pertimbangan individu dan pemahaman pada kebutuhan individual konsumen. pada dimensi ini suatu perusahaan memberikan perhatian, memahami kebutuhan terhadap konsumen.

5) *Tangible*

Bukti fisik atau nyata seperti melihat dari fasilitas yang ada, persiapan yang ada, pekerja dan sarana komunikasi. Perusahaan

dapat memperhatikan bukti nyata kepedulian terhadap konsumen. Contohnya seperti tempat yang bersih atau nyaman, penampilan karyawan yang rapih, terdapat kelengkapan peralatan dibutuhkan untuk pelayanan. Bukti nyata ini akan menciptakan citra perusahaan bagi konsumen.

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Moorman *et al.* (1993) mengartikan suatu kepercayaan adalah ketergantungan kepada suatu pihak yang dinilai telah dipercaya. Konsumen akan bergantung pada suatu perusahaan apabila suatu perusahaan telah dipercaya dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam kepercayaan terdapat dua aspek yaitu kualitas kepercayaan yang menunjukkan bahwa suatu pihak dapat memperlihatkan keahliannya dalam menjalankan tugas kepada pihak lain serta, kebajikan yang menuju pada kesungguhan membuktikan bahwa suatu pihak dapat melaksanakan janjinya sesuai dengan yang disepakati dengan sungguh-sungguh (Ganesan, 1994).

Menurut Crosby *et al.*, (2000) dalam (Yulianto & Waluyo, 2004) kepercayaan merupakan rasa yakin terhadap mitra pertukaran dalam menciptakan hubungan jangka panjang guna menciptakan pekerjaan yang baik. Apabila suatu pihak merasa percaya terhadap pihak lain sehingga dapat timbul hubungan baik dengan waktu jangka panjang antara pihak tersebut.

b. Indikator kepercayaan

Berdasarkan Yee dan Faziharudean (2010) mengatakan jika indikator kepercayaan mencakup dari 3 bagian, yakni :

1). Integrity

Integritas yaitu suatu anggapan pelanggan terhadap perusahaan apabila suatu perusahaan mengikuti standar yang memuaskan prinsip-prinsip yang mampu diterima, semacam

bertindak dengan sungguh-sungguh sesuai dengan moral serta menepati janji.

2). *Benevolence*

Kebajikan tergantung pada tingkat kepercayaan yang tinggi pada kemitraan yang disengaja dan persuasif yang memberikan manfaat bagi asosiasi yang berbeda ketika kondisi baru muncul, keadaan ini dimana tanggungjawab tidak tercipta.

3). *Competence*

Suatu keahlian dalam menghadapi konsumen seperti memecahkan suatu masalah yang dihadapi konsumen dan dapat memenuhi segala keinginannya yang ingin dicapai. Kapasitas dalam kaitannya dengan kemampuan dan kualitas yang memungkinkan sebuah pertemuan yang memiliki dampak.

c. Manfaat kepercayaan

Menurut Andhini & Khuzaini, (2017) terdapat manfaat yang ada pada kepercayaan pelanggan yaitu :

1). *Cooperation*

Suatu kepercayaan dapat menghilangkan perasaan keraguan atas resiko yang akan dihadapi dan ketidakpastian pada pelanggan. Jadi hal tersebut dapat membentuk kerjasama antar pihak.

2). *Komitmen*

Komitmen merupakan suatu hal yang dapat menumbuhkan hubungan yang baik tetapi akan mudah lenyap, maka dapat dibentuk dengan cara eksklusif dengan individu-individu yang saling percaya.

3). *Relationship Duration*

Keyakinan dari produsen sangat terkait dengan kemungkinan konsumen akan dilibatkan dalam lingkungan bisnis di kemudian hari, dengan cara ini dapat menambah durasi hubungan.

4) .Kualitas

Suatu pihak yang mendapatkan benefit lebih dari informasi yang sudah diberikan oleh pihak yang dipercayai terhadap pihak yang percaya.

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan

Berdasarkan Kotler dan Keller (2009), kepuasan merupakan suatu ungkapan kesenangan ataupun kecewa terhadap kinerja suatu produk yang dihasilkan sesuai ekspektasi mereka. Jika suatu *performance* produk tidak relevan terhadap ekspektasi mereka maka akan menimbulkan rasa kecewa juga rasa tidak puas, dan sebaliknya jika *performance* yang dihasilkan relevan terhadap ekspektasi mereka maka akan menimbulkan rasa senang dan puas. Faktor utama yang penting dalam membuat kepuasan konsumen adalah eksekusi berkualitas (Mowen, 1995).

Menurut Jhonson dan Fornell (1991) mengemukakan bahwa kepuasan adalah evaluasi dari hasil akhir penggunaan produk pada konsumen yang berdasarkan kinerja suatu produknya. Kepuasan merupakan membandingkan antara ekspektasi pelanggan sebelum menggunakan produk dan ungkapan pelanggan setelah menggunakan produk. Apabila pelanggan merasakan sesuai ekspektasinya berarti mereka merasa puas, apabila pelanggan merasa kurang dari ekspektasinya mereka tidak merasa puas. Terdapat beberapa manfaat yang menguntungkan dalam terbentuknya kepuasan konsumen, yaitu terciptanya hubungan yang harmonis pada perusahaan dengan konsumen, sebagai dasar yang baik pada konsumen dalam melakukan pembelian ulang serta loyalitas konsumen dapat tercipta, membentuknya (*word of mouth*) pelanggan merekomendasikan dari mulut ke mulut (Tjiptono, 2002).

Untuk menimbulkan kepuasan pelanggan, perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dipandang sebagai

kebutuhan yang disebut “*The Big Eight Factors*” yang dibagi menjadi 3 bagian yaitu (Hannah and Karp, 1991)

1). Faktor terkait barang

- a) Kualitas barang, merupakan nilai dari banyaknya bagian yang membentuk barang tersebut sehingga mampu memiliki kualitas Hubungan
- b) antara nilai sampai dengan harga, hubungan antara biaya yang dibayarkan oleh konsumen untuk suatu barang terhadap harga produk yang diproduksi pada perusahaan.
- c) Bentuk barang, jenis barang sebenarnya yang memberikan kemanfaatan.
- d) Keandalan atau *reliability*, suatu kapasitas perusahaan dalam membuat barang sesuai jaminan perusahaan.

2). Faktor terkait pelayanan :

- a) Jaminan, merupakan suatu pertanggungan perusahaan pada biaya yang diiklankan dan keluhan pada konsumen dengan menjaminkan terselesaikan konflik dengan baik.
- b) Respon dan cara pemecahan masalah, suatu respon staf dalam menghadapi keluhan konflik yang dialami konsumen

3). Faktor terkait pembelian

- a) *Profesionalisme* tenaga kerja, komunikasi karyawan kepada konsumen terkait pembelian
- b) Akomodasi dan kenyamanan, seluruh akomodasi beserta kenyamanan diberikan terhadap konsumen

b. Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Shi *et.al* (2014) ada beberapa teknik dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu :

1). Kepuasan secara menyeluruh

Suatu pelanggan dapat merasakan kepuasan terhadap perusahaan dilihat dari berbagai sisi. Suatu perusahaan dapat

mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya dengan melakukan wawancara ataupun hal lainnya.

2). Konfirmasi harapan

Perusahaan mengkonfirmasi bagaimana harapan pelanggan terhadap usahanya, apakah semua sudah sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau bahkan kurang sesuai dengan ekspektasi mereka.

3). Kinerja melebihi ideal

Perusahaan melakukan survey terhadap pelanggan tentang kinerja perusahaan kepuasan dengan berbagai cara yang baik, kemudian perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan mendapatkan nilai positif suatu perusahaan memperhatikan pelanggannya.

c. Manfaat Kepuasan

Menurut Hasan (2013) terdapat beberapa manfaat kepuasan :

1). Pendapatan

Kepuasan pelanggan memberi efek pada pendapatan jangka panjang atau keuntungan yang terbentuk dari bermacam dimensi yang lebih bersaing melalui mutu produk, kesetiaan merk, kemampuan mencapai karyawan.

2). Tanggapan terhadap produsen yang minimal biaya

Potongan harga dipandang oleh banyak perusahaan merupakan senjata yang berhasil untuk mendapatkan pangsa. Terdapat banyak konsumen rela membayar produk yang lebih mahal harganya untuk mendapatkan kualitas beserta pelayanan yang dijamin baik.

3). Manfaat ekonomis

Dengan cara mempertahankan kepuasan pelanggan untuk saat ini dapat dikatakan lebih baik dari memberikan daya tarik terhadap konsumen. Karena dengan cara ini dapat menghemat biaya promosi atau iklan

4). Reduksi sensitivitas harga

Konsumen yang sudah merasa puas cenderung untuk tidak menawarkan harga saat pembelian.

5). Jalan menuju pencapaian bisnis masa depan

6). *Word of mouth relationship*

Konsumen yang merasakan puas dapat menciptakan ikatan yang baik pada perusahaan dengan konsumen, sehingga pelanggan dapat melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan dari mulut ke mulut.

5. Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan merupakan suatu perlakuan yang dilakukan secara berulang-ulang ketika menggunakan produk/jasa dan dapat menimbulkan kesetiaan terhadap perusahaan dalam jangka waktu panjang (Olson, 1993). Untuk menciptakan loyalitas maka perusahaan harus memperhatikan beberapa hal yang dapat memicu pelanggan yang setia. Pada era sekarang ini, loyalitas nasabah sangat penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan, karena saat ini persaingan antar perusahaan dapat dikatakan sangat ketat, mereka saling mempertahankan perusahaannya dengan meningkatkan loyalitas nasabah.

Kesetiaan pelanggan yaitu yang menggambarkan kelayalitan pelanggan dalam penggunaan barang atau jasa melebihi satu kali, dan bersedia menyarankan barang maupun jasa terhadap orang lain secara sukarela (Lovelock dan Wright, 2005).

Griffin (2005:31) menjelaskan apa saja dimensi loyalitas pelanggan, yaitu :

1). Melakukan pembelian secara teratur

Pelanggan yang telah merasakan puas terhadap apa yang diperoleh dari perusahaan dan membangun hubungan yang nyaman dengan perusahaan dan apa yang mereka butuhkan atau inginkan, maka konsumen akan melakukan pembelian secara berkali-kali..

2). Membeli lintas produk dan jasa

Konsumen tidak cukup mendapatkan satu barang saja pada perusahaan tersebut namun, mereka membeli produk-produk lainnya yang terdapat pada perusahaan tersebut.

3). Memberikan saran barang kepada orang lain

Konsumen tipe seperti ini yang memberikan peluang besar terhadap perusahaan. Tidak hanya merekomendasikan saja, tetapi selalu membeli produk perusahaan.

4). Menunjukkan ketahanan terhadap tarikan kompetitor

Konsumen tidak memiliki daya tarik pada barang yang sama dan yang dihasilkan perusahaan lain. Mereka tetap bertahan dan menganggap bahwa produk yang dibeli pada perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain.

C. Landasan Teologis

Kualitas layanan dalam perspektif Islam merupakan penilaian kognitif dari seorang konsumen terhadap pelayanan jasa dari suatu organisasi yang pada setiap aktivitasnya berpegang teguh pada kebajikan dan sesuai kepatuhan syariat islam. Pemberian penyajian layanan yang berkualitas dan sesuai dengan ajaran islam lalu dilaksanakan secara terus menerus dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan khususnya pada konsumen yang muslim.

Dalam Islam telah diajarkan bahwa seorang umat diperintahkan untuk melibatkan diri dalam perdagangan untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Tertulis dalam Al Quran surat An Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar) kecuali dalam

perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Sayang kepadamu.

Berdasarkan bagian ayat di atas dalam Al Quran dijelaskan pada proses perdagangan dilarang menggunakan cara yang salah, contoh pada penelitian ini yaitu perusahaan memberikan pelayanan yang baik, penanganan masalah yang cepat dengan cara-cara yang baik sehingga konsumen merasakan kepuasan terhadap perusahaan.

Kepuasan konsumen dalam pengertian Islam yaitu berhubungan dengan keperluan, keinginan, kemaslahatan, kehalalan dan keyakinan (Nasuka : 2017). Dalam Al Quran sudah diterangkan bahwa dalam konsep pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen adalah sikap yang lemah lembut, sangat mengutamakan pelanggan dan murah hati.

Konsep kepuasan yang pertama adalah lemah lembut, sifat ini adalah sifat yang terpuji bagi Allah SWT dan seluruh umatnya, karena sifat lemah lembut menunjukkan sebagai wujud kasih dan sayang seseorang. Diterangkan pada Al Quran surat Al Imran ayat 159 :

فَمَا رَحِمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّهُمْ إِذْ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

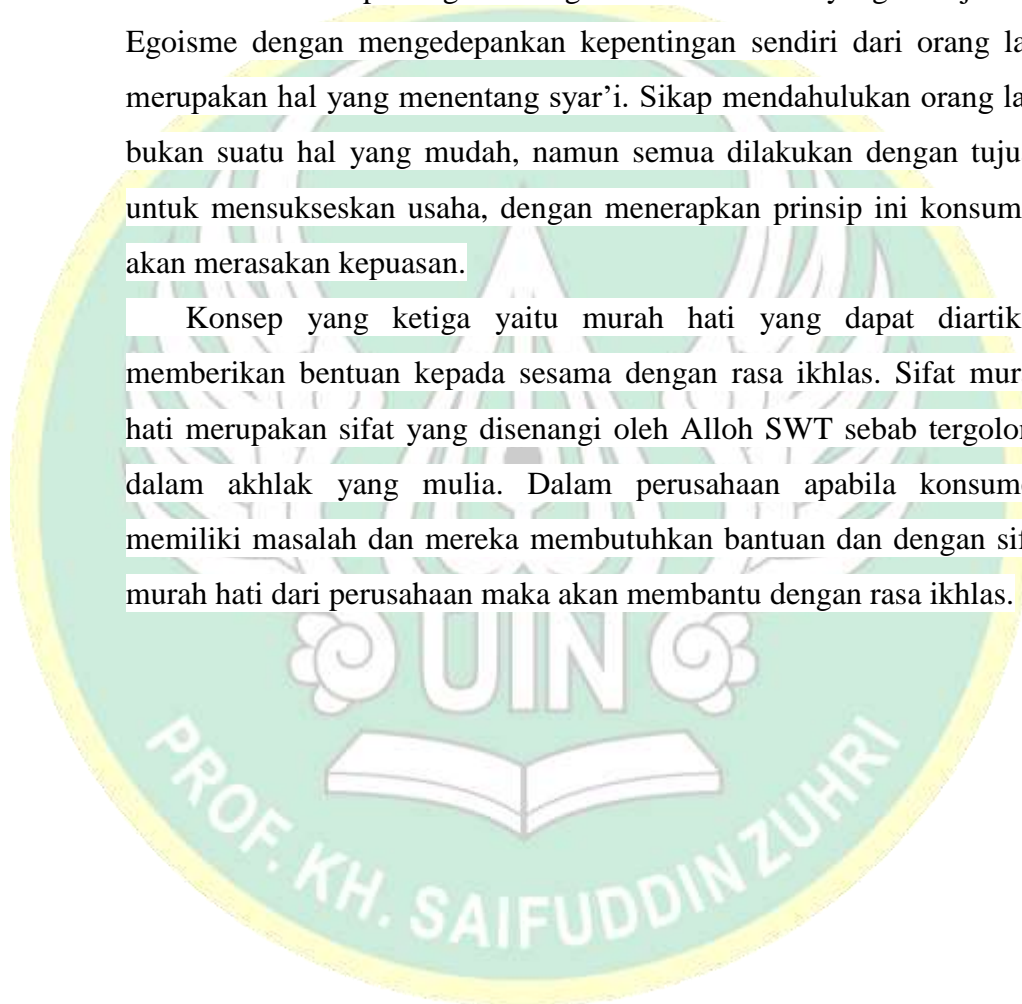
Artinya :

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa lemah lembut adalah sikap yang terpuji. Apabila sifat lemah lembut diterapkan dalam suatu organisasi jasa terhadap pelayanan konsumen maka konsumen akan mendekat, merasa nyaman dan merasakan kepuasan.

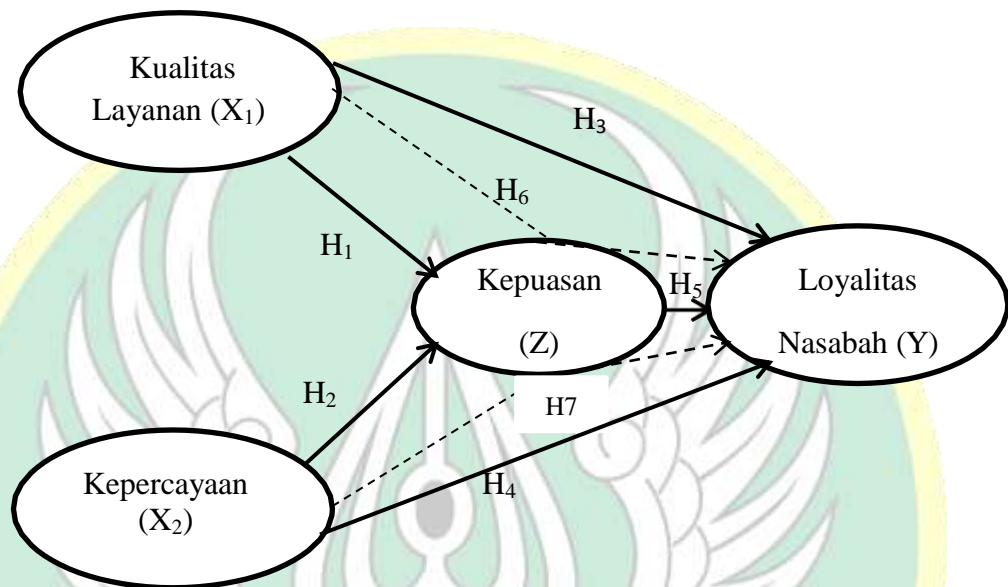
Konsep yang kedua yaitu mengutamakan konsumen *Isar*, hal ini merupakan yang penting dalam kepuasan konsumen, sebab dalam islam mendahulukan kepentingan orang lain adalah hal yang dianjurkan. Egoisme dengan mengedepankan kepentingan sendiri dari orang lain merupakan hal yang menentang syar'i. Sikap mendahulukan orang lain bukan suatu hal yang mudah, namun semua dilakukan dengan tujuan untuk mensukseskan usaha, dengan menerapkan prinsip ini konsumen akan merasakan kepuasan.

Konsep yang ketiga yaitu murah hati yang dapat diartikan memberikan bantuan kepada sesama dengan rasa ikhlas. Sifat murah hati merupakan sifat yang disenangi oleh Allah SWT sebab tergolong dalam akhlak yang mulia. Dalam perusahaan apabila konsumen memiliki masalah dan mereka membutuhkan bantuan dan dengan sifat murah hati dari perusahaan maka akan membantu dengan rasa ikhlas.



D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan deskripsi diatas, maka pengaruh pada kualitas suatu pelayanan, kepercayaan serta penanganan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel interveing di Pegadaian syariah Purbalingga dapat digambarkan pada kerangka konseptual berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

E. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah suatu hasil kondisional dari dampak konstruk bebas terhadap konstruk terikat sebelum dibuktikannya dengan penelitian. Dari kesimpulan yang diambil nantinya diperjelas atau di perkokoh dengan jurnal dan juga hasil penelitian oleh jurnal.

Dari kerangka pemikiran yang ada diatas maka bisa diambil kesimpulan hipotesis seperti dibawah ini.

1 Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Kualitas pelayanan diartikan suatu indikasi terpenuhnya kebutuhan serta keinginan pelanggan sebagaimana tepat pada penyampaian dalam menyesuaikan asumsi (Tjiptono 2007). Dengan terwujudnya harapan konsumen melalui kualitas layanan, maka menimbulkan rasa puas terhadap perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Handika Dewi dan Adityarini Abiyoga VS, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening menghasilkan bahwa ada dampak positif dan pengaruh signifikan dari variabel kualitas layanan kepada kepuasan nasabah, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan terdapat peningkatan sehingga kepuasan nasabah ikut meningkat. Dalam penelitian A H Khoiri tentang kualitas pelayanan dan penanganan keluhan yang mempengaruhi terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah pada bank BNI Semarang dihasilkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan dengan dibuktikan hasil nilai signifikansi kualitas pelayanan 0,000 dan dapat disimpulkan bahwa kepuasan akan ikut mengalami peningkatan apabila kualitas pelayanan meningkat

Lovelock (2010:152) semakin tinggi sifat kualitas pelayanan semakin tinggi rasa puas konsumen yang tercipta pada perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian diatas sehingga dapat disimpulkan

H1 = terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Z)

2 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Kepercayaan merupakan suatu alternatif penghubung antara perusahaan dengan konsumen. Menurut Crosby et al., (2000) dalam Yulianto dan Waluyo, (2004) kepercayaan merupakan rasa yakin terhadap rekan pekerja dalam menciptakan suatu ikatan yang bersifat jangka panjang guna menciptakan pekerjaan baik. Dengan terciptanya rasa percaya terhadap perusahaan maka akan mewujudkan kepuasan pada pelanggan.

Sesuai pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Handika Dewi dan Adityarini Abiyoga VS, dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening menghasilkan bahwa kepuasan

mendapatkan kepengaruhannya yang positif dan signifikan dari kepercayaan sehingga dapat diartikan bahwa kepercayaan meningkat maka kepuasan nasabah ikut meningkat. Riset yang telah dilakukan Mohammad Sony Zakiyuddin Arif yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian”. Pada penelitian tersebut dihasilkan suatu kepercayaan berpengaruh signifikan kepada kepuasan yang diberikan bukti nilai probabilitas signifikan 0,004 yaitu $< 0,05$. Dapat disimpulkan suatu kepercayaan nasabah meningkat maka kepuasan nasabah terhadap produk tabungan emas meningkat. Berdasarkan uraian dari teori dan penelitian-penelitian tersebut maka dapat dihasilkan :

H2 = terdapat pengaruh positif signifikan antara kepercayaan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Z)

3 Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mail Hilian Batin dihasilkan terdapat kepengaruhannya positif dan pengaruh signifikan dari kualitas layanan kepada loyalitas para nasabah, dengan arti kualitas pelayanan yang bagus menjadikan nasabah setia terhadap Bank Sumsel Babel Capem Syariah.

. Pada penelitian Endah Kurniyawati dan Fernaldi anggadh ratno telah menunjukkan jika pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Salaitga, artinya kualitas pelayanan yang baik pada BPRS Suriyah terhadap nasabah maka loyalitas nasabah pada BPRS tersebut ikut mengalami peningkatan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut bisa diambil kesimpulan jika :

H3 = terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y).

4 Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan terhadap mitra yang berhubungan untuk menciptakan kerja yang positif. Nasabah percaya terhadap bank dengan produk-produk, pelayanan yang telah diciptakan sehingga menimbulkan loyalitas suatu nasabah.

Semakin tingginya peningkatan kepercayaan seorang nasabah kepada bank, sehingga semakin meningkatnya loyalitas nasabah. Hubungan kerjasama yang dilakukan semakin baik, maka akan semakin bermanfaat

Pada penelitian Mohammad Arif menunjukkan bahwa hasil dari kepercayaan terhadap loyalitas secara langsung yaitu memiliki kepengaruhan yang signifikan kepada loyalitas, artinya suatu produk tabungan emas yang dipercayakan oleh nasabah, sehingga dapat memberikan peningkatan pada loyalitas nasabahnya. Didapatkan kesimpulan :

H4 = terdapat pengaruh yang positif dan pengaruh yang signifikan antara kepercayaan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y).

penanganan masalah (X3) terhadap Loyalitas nasabah (Y).

5 Pengaruh suatu kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabahnya

kepuasan merupakan suatu ungkapan rasa senang atau kecewa terhadap kinerja suatu produk yang dihasilkan sesuai ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Nasabah merasa puas atau tidaknya terhadap perusahaan bank maka akan mempengaruhi pada loyalitas suatu nasabahnya.

Sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh A H Khoiri menunjukkan jika pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah yang secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan dengan dibuktikan nilai signifikan sebesar 0,000, artinya kepuasan nasabah tersebut meningkat maka loyalitas nasabah meningkat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Mail Hilian Batin suatu kepuasan memiliki kepengaruhan yang positif dan signifikan akan loyalitas para nasabah,

artinya kepuasan nasabah yang muncul menjadikan nasabah setia terhadap Bank Sumsel Babel Capem Syariah. Dari teori dan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa :

H5 = terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kepuasan nasabah (Z) terhadap loyalitas nasabah (Y)

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan

Pada hasil penelitian Ni Made Handika dan Adityarini Abiyoga yaitu menghasilkan jika ada pengaruh positif dan signifikan pada nilai dari variabel mediasi antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah, maka didapatkan arti pada kualitas layanan memberikan pengaruh peningkatan kepada loyalitas nasabah dengan dorongan dari kepuasan nasabah. Seperti pada penelitian yang telah dilaksanakan oleh Endah Kurniyawati dan Fernaldi menghasilkan jika kepuasan mampu memberikan mediasi pada variabel kualitas pelayanan kepada loyalitas nasabah, maka didapatkan arti suatu kualitas pelayanan yang diberikan semakin bagus maka, semakin memberikan peningkatan loyalitas nasabah, karena nasabah merasakan kepuasan. Dari penelitian diatas dapat disimpulkan.

H6 = terdapat pengaruh mediasi kepuasan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah

7. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan

Pada hasil penelitian Ni Made Handika dan Adityarini Abiyoga yaitu menghasilkan ada pengaruh signifikan pada nilai dari variabel mediasi antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah, maka diartikan kepercayaan mempunyai dampak pada peningkatan terhadap loyalitas nasabah dengan dorongan dari kepuasan nasabah. Penelitian yang telah dilakukan Mohammad Arif menghasilkan bahwa melalui variabel kepuasan menghasilkan hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabahnya, artinya suatu kepuasan

mengalami peningkatan serta loyalitas ikut mengalami peningkatan karena nasabah memiliki kepuasan. Dari penelitian tersebut maka bisa disimpulkan :

H7 = terdapat pengaruh mediasi kepuasan dari kepercayaan terhadap loyalitas nasabah



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Metode penelitian merupakan dasar pada cara ilmiah guna mendapatkan data dengan maksud dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena metode ini sebagai metode positivistik sebab sudah dilandasi pada filsafat positivisme serta metode ini bersifat ilmiah karena sudah memenuhi kaidah ilmiah seperti konkrit, terukur, obyektif dan sistematis, serta metode ini pada data penelitiannya berupa angka dan pada analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2016).

B. Tempat dan Waktu

Tempat yang diambil untuk penelitian ini yaitu pada Pegadaian Syariah Cabang Purbalingga yang berada di Jl. Purbalingga – Klampok No. 195. Bancar, Kec. Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53316. Waktu penelitian dilakukan pada hari kerja.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Populasi pada penelitian ini adalah semua nasabah pegadaian syariah yang ada di Purbalingga baik berupa kredit, tabungan atau pun lainnya. Jumlah nasabah keseluruhan di Pegadaian Syariah Purbalingga 1630.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Sampel dapat diartikan sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan margin eror 5-10%. Pada pengambilan sampel untuk

penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu dengan suatu pengambilan sampel yang sederhana berdasarkan populasi yang dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan starta yang ada dalam populasi. *Standar eror* yang digunakan adalah 10 %. Berikut rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2r}$$

Keterangan :

- n : jumlah sampel
- N : jumlah populasi
- e : batas kesalahan (eror tolerance)

$$\begin{aligned}n &= \frac{1630}{1 + (1630 \times 0,01)} \\&= \frac{1630}{1 + 16,3} \\&= \frac{1630}{17,3} \\&= 95\end{aligned}$$

Dari hasil penghitungan sampel dengan rumus Slovin dihasilkan 95 sampel kemudian peneliti membulatkan menjadi 100 sampel. Untuk menentukan kesalahan, semakin kecil batas kesalahan yang digunakan, maka hasil penelitian yang didapatkan semakin akurat. Semakin kecil batas kesalahan yang diambil, maka semakin banyak pula jumlah sampel yang akan didapatkan (Firdaus, 2021: 19).

D. Variabel dan indikator penelitian

1. Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 variabel, yaitu :
 - a. Variabel independen, sebuah variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen (Indra dan Cahyaningrum,

2019:3). Penelitian ini memiliki variabel independen seperti kualitas pelayanan dan kepercayaan.

- b. Variabel dependen, sebuah variabel yang terpengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Indra dan Cahyaningrum, 2019:3). Penelitian ini memiliki variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.
- c. Variabel *intervening*, suatu variabel yang memiliki pengaruh pada hubungan antara variabel bebas serta variabel terikat menjadi suatu hubungan yang tidak terhubung secara langsung dan tidak dapat dilihat dan ditimbang (Indra dan Cahyaningrum, 2019:4). penelitian ini memiliki variabel *intervening* yaitu kepuasan nasabah.

2. Indikator penelitian

Indikator variabel merupakan kategori data yang dipecahkan yang harus dikumpulkan oleh peneliti. Berikut indikator variabel pada penelitian ini :

Tabel 3. 1Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	konsep
Kualitas layanan	<ul style="list-style-type: none"> - Bukti langsung - Kehandalan - Ketanggapan - Jaminan - Empati 	Untuk mengukur tingkat pelayanan yang diberikan terhadap nasabah
Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Integrity</i> (Kejujuran) - <i>Benevolence</i> (Kebajikan) - <i>Competence</i> (kemampuan) 	Untuk mengukur tingkat kepercayaan yang tercipta pada nasabah terhadap perusahaan

Penanganan keluhan	<ul style="list-style-type: none"> - Empati - kecepatan menangani masalah - keadilan - kompensasi yang diberikan 	Untuk mengukur tingkat penanganan keluhan pada nasabah terhadap perusahaan
Kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> - kepuasan secara menyeluruh - konfirmasi harapan - kinerja melebihi ideal 	Untuk mengukur kepuasan pada nasabah terhadap perusahaan
Loyalitas	<ul style="list-style-type: none"> - membeli antar lini produk dan jasa - melakukan pembelian ulang secara teratur - menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing - merefrensikan kepada orang lain 	Untuk mengukur tingkat loyalitas nasabah pada perusahaan

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:137) suatu hasil penelitian yang berkualitas terdapat dua hal yang mempengaruhi yaitu, kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yaitu suatu cara yang sangat strategis untuk penelitian, sebab penelitian memiliki tujuan utama yaitu mendapatkan suatu data (Sugiyono, 2015:224).

1. Sumber dan Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan data yaitu berasal dari data primer. Dimana peneliti memperoleh langsung dari sumber data (Bawono, 2006:29).

2. Metode pengumpulan data

Untuk pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket/kuesioner. Angket merupakan pertanyaan yang disusun kemudian diberikan kepada responden untuk memberikan respon (Bawono, 2006:29). Kuesioner ini ditujukan kepada nasabah pegadaian syariah Purbalingga, kemudian menjelaskan maksud dan tujuan dari penelitian ini dan menjelaskan cara pengisian kuesioner. Kuesioner yang diajukan berupa pertanyaan mengenai kualitas layanan, penanganan keluhan, kepercayaan nasabah serta bagaimana kepuasan terhadap pegadaian syariah.

Pada kuesioner ini menggunakan alat ukur skala likert. Kegunaan skala likert untuk mengukur pendapat, sikap atau persepsi orang atau kelompok terhadap fenomena (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini menggunakan rentang nilai 5 sampai 1. Dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 2 Skor Skala Likert

jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

F. Teknik Analisis Data Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan guna menguji kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika suatu alat ukur valid maka hasil dari pengukuran akan benar. Uji validitas biasanya menggunakan teknik korelasi dengan melihat skor suatu angket dengan skor total seluruh item, jika nilai korelasi positif maka kemungkinan yang diuji tersebut valid, apabila nilai r hitung $> r$ table, sehingga suatu instrumen dapat dikatakan valid/benar..

b. Uji reliabilitas

Reliabilitas mengukur seberapa jauh dari hasil pengukuran yang relatif konsisten apabila dalam melakukan pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Instrumen dapat dikatakan reliabel ketika mengungkapkan data yang dapat dipercaya (Arikunto, 2010). Reliabilitas menunjukkan konsisten kuesioner terhadap jawaban responden terhadap beberapa kali pengujian pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama. Pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) apabila variabel memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2013:48).

2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan guna menganalisis asumsi dasar yang dipenuhi dalam penggunaan regresi. Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2013) :

a. Uji normalitas

Digunakan untuk menguji kenormalan suatu data, model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Terdapat cara yang dilakukan guna

mendeteksi kenormalan residual, maka dapat digunakan dengan analisis grafik dan uji statistik.

Pada penelitian ini untuk mendeteksi normalitas data menggunakan uji *Kolmogorv smirno* (K-S). caranya yaitu dengan menentukan hipotesis terlebih dahulu.

Berikut kriteria pengujian normalitas data :

- 1) H_0 : data terdistribusi normal, probabilitas $> 0,05$ (H_0 diterima)
- 2) H_a : data tidak terdistribusi normal, probabilitas $< 0,05$ (H_a diterima)(Ghozali, 2018).

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Ghozali 2013:139).

Pada penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk menguji heteroskedastisitas, yaitu dengan dilakukan meregresikan keseluruhan variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Dalam suatu model dikatakan terdapat heteroskedastisitas yaitu apabila terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari masing-masing koefisien regresi dari setiap variabel bebas terhadap nilai residual. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. $> 0,05$) maka dapat dikatakan suatu model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas (Suliyanto, 2009).

c. Uji multikolinearitas

Uji ini dilakukan guna mengetahui terjadinya hubungan antar variabel bebas apakah terdapat masalah multikorelasi (Suliyanto, 2009)..Pada model regresi yang bagus semestrianya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel bebasnya maka hubungan

variabel bebas dengan variabel terikat menjadi terganggu (Widarjono, 2010: 75-84) dalam (Duli *at el*, 2019:120).

Untuk menguji model terdapat efek multikolonieritas yaitu dengan menggunakan (VIF) *Variance inflation factor*, ketika nilai dari VIF melebihi dari angka 10 maka dapat dikatakan terdapat efek multikolonieritas pada model. Berikut cara dalam mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolonearitas pada model regresi :

- 1) Besarnya nilai VIF, pedoman suatu model regresi yang bebas multikolonearitas yaitu nilai $VIF \leq 10$
- 2) Besarnya nilai tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolonearitas yaitu nilai tilerance $\geq 0,1$ (Ghozali, 2013:105).

3. Uji Statistik

a. Uji T Parsial

Uji ini dimanfaatkan dalam mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (ghozali, 2013:98). Kriteria dalam menunjukkan uji T_{test} adalah apabila $sig < 0,05$ atau $= 0,05$ maka, suatu variabel independen dapat dikatakan secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:99).

b. Uji F Simultan

Uji F dimanfaatkan untuk membuktikan suatu variabel independen apakah variabel yang terdapat pada model memiliki kepengaruhan secara bersama-sama terhadap suatu variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Dalam menguji kelayakan pada model penelitian ini menggunakan uji Anova (uji F) dengan kriteria :

- 1) Apabila nilai F hitung $> F$ tabel atau nilai signfikansi $< 0,5$ maka disimpulkan yaitu keseluruhan variabel independen yang diuji merupakan prediksi yang tepat terhadap variabel dependen.

- 2) Apabila nilai F hitung $< F$ tabel atau nilai signfikansi $>0,05$ maka disimpulkan yaitu keseluruhan variabel independen yang diuji merupakan prediksi yang tidak tepat terhadap variabel dependen.
- c. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan semua variabel independen terhadap varian variabel dependen. Dilakukannya pengujian ini yaitu dengan melihat R^2 yang diperoleh dari hasil analisis persamaan regresi (Bawono, 2006:92).

Kriteria nilai R^2 :

- a. Nilai koefisien determinasi besarnya terletak antara 0 sampai 1, atau ($0 \leq R^2 \leq 1$)
- b. Nilai 0 menunjukkan bahwa tidak terjadinya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.
- c. Nilai 1 menunjukkan terdapat hubungan yang sempurna antara variabel bebas dan variabel terikat.

4. Analisis Path

Path analisis adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk menganalisa pada hubungan yang menimbulkan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda dalam mempengaruhi baik secara langsung ataupun dengan cara tidak langsung pada variabel independennya terhadap variabel dependen (Robert D. Retherford, 1993). Dalam menguji kepengaruhannya variabel intervening menggunakan *path analysis* (Ghozali, 2013:249). Pada analisis jalur dapat dilakukan yaitu menentukan suatu pola hubungan antara beberapa variabel 3 atau lebih dan tidak dapat dilakukan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner. Pada penelitian ini kualitas layanan dan kepercayaan sebagai variabel bebas, loyalitas nasabah sebagai variabel terikat dan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*. Sehingga dilakukan

menggunakan persamaan *path analysis* dengan rumus sebagai berikut :

Persamaan sub struktur I :

$$Z = \rho_1 X_1 + \rho_2 X_2 + \varepsilon$$

Persamaan sub struktur II

$$Y = \rho_3 X_1 + \rho_4 X_2 + \rho_5 Z + \varepsilon$$

Kepengaruhan suatu mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefosen ($p_2 \times p_3$) tidak atau signifikannya diuji dengan *sobel test* (Ghozali 2013:255).

$$Sp_{2p3} = \sqrt{p_3^2 Sp_2^2 + p_2^2 Sp_3^2 + Sp_2^2 Sp_3^2}$$

Berdasarkan hasil Sp_{2p3} tersebut dapat ditaksir nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus :

$$t = \frac{p_2 p_3}{Sp_{2p3}}$$

jika nilai t hitung > t tabel dengan tingkat signifikan 0,05 yaitu sebesar 1,661 sehingga bisa disimpulkan terdapat pengaruh mediasi.



BAB IV

ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Pegadaian Syariah

Awal mula berdirinya pegadaian pada tahun 1746 pada saat VOC berkuasa kemudian mendirikan suatu bank yaitu Bank Van Leening yang digunakan untuk lembaga keuangan yang memberi kredit dengan sistem gadai. Saat itu Bank Van Leening melakukan tugas pinjaman kepada masyarakat Asia, Jawa dan Eropa. Pada tahun 1811 bank Van Leening dibubarkan karena, wilayah Indonesia yang sedang dikuasai oleh Belanda diambil alih oleh Inggris namun, pemerintah memberikan kebebasan terhadap masyarakat setempat untuk mendirikan pegadaian dengan ketentuan tertentu yaitu mendapatkan izin dari pemerintah (*Licentie Stelsel*).

Ketika Belanda berkuasa kembali kemudian mengganti sistem menjadi *cultur stelsel* lalu dikemukakan saran bahwa kegiatan Pegadaian diawasi langsung oleh otoritas publik untuk memberikan keuntungan dan jaminan bagi daerah setempat. Di tanggal 1 April 1901 berdirilah lembaga keuangan pegadaian di Sukabumi (Jawa Barat) dan pada tanggal 1 April ditetapkan menjadi peringatan HUT pegadaian.

Selama pemerintahan Jepang, kantor pusat Pegadaian digunakan sebagai tahanan perang yang bertempat di Kantor Pusat Jawatan Pegadaian di Jalan Kramat Raya 162, kemudian dialihkan ke Jalan Kramat Raya 132. Pada masa ini terjadi sedikit perubahan pada pegadaian.

Di masa kekuasaan pemerintahan Indonesia, Pegadaian mengalami beberapa kali pergantian status diantaranya yakni Perusahaan Negara (PN) pada 1 Januari 1961, kemudian sesuai dengan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), kemudian menurut PP.No.103/2000 menjadi Perusahaan Umum (PERUM) hingga saat ini.

Munculnya PP10 tanggal 1 April 1990 merupakan awal terbangunnya Pegadaian lagi, pada PP10 menekankan sebuah misi pada pegadaian yaitu praktik tanpa riba, namun misi ini tidak dijalankan sampai muncul kembali PP103/2000 yang menjadikan dasar kegiatan Perum Pegadaian hingga saat ini. Dengan izin Allah SWT setelah melewati banyak kajian, kemudian tersusunlah konsep unit Layanan Gadai Syariah. Pada konsep kegiatan Pegadaian Syariah didorong oleh kerangka manajerial saat ini, misalnya azas rasionalitas, kecakapan dan kelangsungan hidup yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Pegadaian Syariah yang pertama kali berdiri terletak di Jakarta dan dinamakan Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan Januari 2003. Pendirian kedua dan selanjutnya bertempat di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta pada tahun yang sama yaitu 2003.

2. Profil Pegadaian Syariah Purbalingga

Nama : Pegadaian Syariah Purbalingga

Alamat : Jl. Purbalingga-Klampok No 195, Bancar, kec. Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53316, Indonesia

Telepon : (0281) 891808

Website : www.alamatpegadaian.com

3. Visi dan Misi

Pegadaian memiliki visi yakni menjadi solusi bisnis terpadu utamanya berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah. Sedangkan untuk Misi Pegadaian yaitu :

- a. Memberikan pembiayaan yang termurah, aman, tercepat dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi

- b. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat
- c. Membantu pemerintah didalam Mengoptimalkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah
- d. Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

B. Karakteristik Responden

Untuk memudahkan pengidentifikasian responden dan berjalannya penelitian maka diperlukan karakteristik responden. Adapaun karakteristiknya seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan serta lama menjadi nasabah.

1. Jenis Kelamin Responden

Karakter sesuai jenis kelamin responden pada tabel 4.1 :

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1.	Pria	24	24%
2.	Wanita	76	76%
	Total	100	100 %

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Dari tabel 4.1 menentukan sesuai jumlah 100 responden Pegadaian Syariah Purbalingga, jumlah wanita sebesar 76% sedangkan pria berjumlah 24%. Dapat dilihat untuk responden lebih banyak dari wanita dibanding pria, hal tersebut membuktikan bahwa pengguna produk Pegadaian Syariah lebih banyak para wanita, selain hal itu Pegadaian lebih berhubungan dengan emas, sedangkan pengguna emas lebih dominan bagi para wanita.

2. Umur Responden

Karakter sesuai dengan umur responden pada tabel 4.2 :

Tabel 4. 2 Usia Responden

No	Usia Responden	Jumlah Nasabah	Presentase
1	20-25 tahun	4	4%
2	26-30 tahun	22	22%
3	30-35 tahun	20	20%
4	>35 tahun	54	54%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Sesuai tabel tersebut menunjukkan usia pada 100 reponden, sebagian besar responden yaitu memiliki umur >35 tahun dan presentase 54%, kemudian terbanyak kedua pada responden usia 26-30 tahun dengan presentase sebesar 22%, lalu pada usia 30-35 tahun memiliki presentase sebesar 20% dan yang paling sedikit pada responden usia 20-25 tahun dengan presentase sebesar 4%.

3. Pekerjaan Responden

Karakter responden sesuai pekerjaan pada tabel 4.3 :

Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
2.	Karyawan Swasta	24	24%
3.	Wirausaha	14	14%
4.	PNS	7	7%

5.	Lain-lain (IRT)	55	55%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Sesuai pada tabel dari 100 responden, sebagian besar mata pencaharian responden yaitu lain-lain atau IRT dengan jumlah presentase sebanyak 55%, sedangkan untuk responden karyawan swasta sebanyak 24%, wirausaha sebanyak 14% dan PNS hanya 7%. Untuk responden yang pelajar/mahasiswa tidak terdapat pada 100 responden tersebut.

4. Lama Responden menjadi Nasabah

Karakter responden diukur dari lama menjadi responden menjadi nasabah pada tabel 4.4 :

Tabel 4. 4 Lama Menjadi Nasabah

No	Lama menjadi Nasabah	Jumlah Responden	presentase
1	> 1 Tahun	72	72%
2	< 1 Tahun	28	28%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer yang di olah (2022)

Dari tabel diatas, 100 responden yang telah menjadi nasabah di Pegadaian Syariah Purbalingga paling banyak yang > 1 tahun sebesar 72% dibanding yang baru menjadi nasabah < 1 tahun sebesar 28%.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji ini ialah salah satu uji yang dilaksanakan guna mengukur kevalidan atau tidaknya suatu angket/kuesioner. Pada kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang diukur yaitu pada pernyataan apabila kuesioner tersebut sudah dinyatakan valid.

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan valid (Ghozali, 2018).

Nilai r tabel ditemukan pada tabel distribusi r tabel signifikansi 0,05. Berikut tabel hasil uji validitas kuesioner :

Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel (N=100. Sig 0,05)	Keterangan
Kualitas layanan (X1)	X1.1	0,336**	0,195	valid
	X1.2	0,554**	0,195	valid
	X1.3	0,760**	0,195	valid
	X1.4	0,705**	0,195	valid
	X1.5	0,605**	0,195	valid
	X1.6	0,589**	0,195	valid
	X1.7	0,626**	0,195	valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,508**	0,195	valid
	X2.2	0,593**	0,195	valid
	X2.3	0,704**	0,195	valid
	X2.4	0,729**	0,195	valid
	X2.5	0,746**	0,195	valid
	X2.6	0,570**	0,195	valid
	X2.7	0,476**	0,195	valid
Kepuasan (Z)	Z.1	0,572**	0,195	valid

	Z.2	0,708**	0,195	valid
	Z.3	0,757**	0,195	valid
	Z.4	0,825**	0,195	valid
	Z.5	0,738**	0,195	valid
	Z.6	0,649**	0,195	valid
Loyalitas nasabah (Y)	Y.1	0,473**	0,195	valid
	Y.2	0,544**	0,195	valid
	Y.3	0,724**	0,195	valid
	Y.4	0,778**	0,195	valid
	Y.5	0,661**	0,195	valid
	Y.6	0,590**	0,195	valid
	Y.7	0,532**	0,195	valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel hasil analisis uji validitas pertanyaan pada kuesioner diatas terdiri dari 43 butir yang terdiri dari variabel kualitas layanan berjumlah 7 butir, variabel kepercayaan 7 butir, variabel kepuasan 6 butir dan variabel loyalitas 7 butir bahwa seluruhnya memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (r hitung $>$ 0,195), menurut hasil tersebut suatu butir-butir pertanyaan dari masing-masing variabel pada kuesioner dapat dianggap sah atau valid serta bisa dimanfaatkan pada analisis data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tes ini guna mengukur seberapa jauh dari hasil estimasi yang relatif konsisten jika dalam melakukan pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Instrumen dapat dikatakan reliabel keika

mengungkapkan data yang dapat dipercaya (Arikunto, 2010). Reliabilitas menunjukkan konsisten kuesioner terhadap jawaban responden terhadap beberapa kali pengujian pada kondisi yang berbeda dengan memakai kuesioner yang sama. Pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpa* (α) apabila variabel memberikan nilai *Cronbach Alpa* $> 0,60$ maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2013:48). Berikutnya adalah tabel hasil uji reliabilitas kuesioner.

Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas layanan	0,709	Reliabel
kepercayaan	0,736	Reliabel
Kepuasan	0,801	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,732	Reliabel

Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Bersumber pada hasil analisis data tersebut dihasilkan *cronbach alpha* kualitas layanan 0,709, Kepercayaan 0,736, kepuasan sebesar 0,801 dan loyalitas nasabah sebesar 0,732. Berdasarkan hal tersebut r alpha dari setiap variabel memiliki nilai yang lebih tinggi dari r tabel (r alpha $> 0,60$), maka semua variabel disebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji normalitas

Dimanfaatkan untuk menguji kenormalan suatu data. Suatu model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal merupakan model regresi yang layak. Dalam melakukan pendeteksian kenormalan residual, maka dapat digunakan dengan uji statistik.

Untuk mendeteksi kenormalitasan data, pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorv smirno* (K-S). digunakan cara dengan ditentukannya hipotesis terlebih dahulu

Berikut kriteria pengujian normalitas data :

- 1) H_0 : data terdistribusi normal, probailitas $> 0,05$ (H_0 diterima)
- 2) H_a : data tidak terdistribusi normal, probabilitas $< 0,05$ (H_a diterima)(Ghozali, 2018).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60636023
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.042
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Bersumber pada hasil persamaan uji normalitas yang terdapat pad tabel diatas menggunakan metode *Kolmogorv smirno* (K-S) dihasilkan nilai Sig. $0.150 > 0.05$, yang memiliki arti jika data tersebut dikatakan terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas dimanfaatkan guna melihat pada model regresi yaitu terdapat atau tidak ketdiaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan (Ghozali 2013:139).

Dalam penelitian ini untuk melakukan pengujian heteroskedastistas digunakan uji Glejser, dengan cara meregresikan keseluruhan konstruk bebas kepada nilai mutlak residualnya. Dalam suatu model dikatakan terdapat heteroskedastistas yaitu apabila terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Gejala heteroskedastistas dapat dilihat dari setiap koefisien regresi dari setiap variabel bebas terhadap nilai residual. Jika nilai alpha lebih rendah dari probabilitas (Sig. > 0,05) sehingga dapat dikatakan suatu model tidak mengalami gejala heteroskedastistas (Suliyanto, 2009).

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastistas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.515	1.177		2.136	.035
	Kualitas layanan	.026	.053	.075	.482	.631
	Kepercayaan	-.006	.052	-.016	-.110	.912
	Kepuasan	-.067	.056	-.200	-1.207	.230

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Bersumber dari hasil uji Glejser persamaan uji heteroskedastistas tersebut terlihat bahwa nilai signifikan pada setiap variabel bebas terdapat nilai Sig. lebih tinggi dari 0.05.

Demikian bisa ditarik simpulan dari hasil pada model regresi tidak terjadi heteroskedasitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilangsungkan guna mengetahui terjadinya hubungan antar variabel bebas apakah terdapat masalah multikorelasi (Suliyanto, 2009). Untuk menguji model terdapat efek multikolonieritas yaitu dengan memakai (VIF) *Variance inflation factor*, ketika nilai dari VIF melebihi dari angka 10 maka bisa disebut terdapat efek multikolonieritas pada model. Berikut cara dalam mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi :

- 1) Besarnya nilai VIF, pedoman suatu model regresi yang bebas multikolonieritas yakni nilai $VIF \leq 10$
- 2) Besarnya nilai tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolonieritas yakni nilai $tolerance \geq 0,1$ (Ghozali, 2013:105).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan (X1)	.420	2.380
	Kepercayaan (X2)	.485	2.062
	Kepuasan (Z)	.368	2.714

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

sesuai hasil pengujian di tabel atas diduga jika variabel kualitas layanan (X1) nilai tolerance $0.420 > 0.10$ dan VIF $2.380 <$

10, kepercayaan dengan nilai tolerance $0.485 > 0.10$ dan VIF $2.062 < 10$, dan kepuasan (Z) dengan nilai tolerance $0.368 > 0.10$ dan VIF $2.714 < 10$. Sehingga diperoleh kesimpulan jika data tersebut tidak berlangsung gejala multikolinearitas.

3. Uji Statistik

a. Uji T (Parsial)

Uji ini dimanfaatkan dalam mengukur sejauh mana pengaruh terhadap variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2013:98). Dalam menunjukkan uji T_{test} dapat ditentukan dengan kriteria apabila $sig < 0,05$ atau $= 0,05$ maka, secara individual variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel dependen (Ghozali, 2013:99).

1) Uji t Model 1

yaitu untuk mengetahui kepengaruhannya dari variabel (X1, X2, X3 dan) terhadap variabel dependen (Y). berikut hasil dari uji T model 1 :

Tabel 4. 10 Hasil Uji T Model 1

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.298	2.031		3.593	.001
	X1_Total	.184	.091	.206	2.017	.046
	X2_Total	.385	.090	.408	4.282	.000
	Z_Total	.207	.096	.236	2.157	.033

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel hasil uji t 1 tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- a) Kualitas layanan (X1) dengan hasil signifikansi yaitu 0.046 (Sig. < 0.05), Maka disimpulkan pada variabel loyalitas nasabah (Y) terdapat pengaruh positif dan pengaruh signifikan dari variabel kualitas layanan (X1).
- b) Kepercayaan (X2) dengan hasil nilai signifikansi senilai 0.000 (Sig. < 0.05), Maka dapat disimpulkan variabel kepercayaan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) ada pengaruh yang positif dan pengaruh signifikan.
- c) Kepuasan (Z) dengan besar nilai signifikansi 0.033 (Sig. < 0.05), Sehingga disimpulkan pada variabel loyalitas nasabah (Y) ada pengaruh positif dan pengaruh signifikan dari variabel kepuasan (Z).

2) Uji T model 2

Uji T model 2 yaitu untuk mengetahui kepengaruhan X1, X2, dan X3 terhadap Z, adapun hasil guji T sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji T Model 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.104	2.148		-.514	.608
	X1_Total	.514	.082	.505	6.302	.000
	X2_Total	.399	.086	.371	4.633	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Dapat dihasilkan kesimpulan berdasarkan pada model persamaan regresi dan tabel hasil uji t diatas :

- a) Kualitas layanan (X1) dengan dihasilkan nilai signifikansi 0.000 (Sig. < 0.05) Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel loyalitas nasabah (Y) terdapa kepengaruhn positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan (X1)
- b) Kepercayaan (X2) dengan hasil nilai signifikansi 0.000 (Sig. < 0.05), Maka didapatkan kesimpulan pada variabel kepuasan (Z) ada pengaruh positif dan pengaru signifikan dari variabel kepercayaan (X2).

b. Uji F

Uji F dimanfaatkan dalam pembuktian suatu variabel independen apakah variabel yang terdapat pada model memiliki kepengaruhn secara bersama terhadap suatu variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Uji Anova merupakan pengujian yang dimanfaatkan pada penelitian ini dalam menguji kelayakan model (uji F) dan terdapat kriteria :

- 1) Apabila nilai F hitung > F tabel atau nilai signifikansi < 0,5 artinya terdapat prediksi yang tepat pada keseluruhan variabel yang diuji yaitu pada variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai F hitung < F tabel atau nilai signifikansi > 0,05 artinya tidak ada prediksi yang tepat pada keseluruhan variabel yang diuji yaitu pada variabel independen terhadap variabel dependen.

a) Uji F Model 1

Uji ini dilaksanakan guna mengetahui kepengaruhn X1, X2, X3 dan Z secara simultan terhadap Y. Dibawah ini ialah hasil uji F 1 :

Tabel 4. 12 hasil Uji F Model 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.301	3	116.434	43.755	.000 ^b
	Residual	255.459	96	2.661		
	Total	604.760	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)						
b. Predictors: (Constant), Z_Total, X2_Total, X1_Total						

Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pengujian yang terdapat pada tabel dihasilkan uji F 1 yaitu dengan nilai F hitung 43.755 dan nilai signifikansi senilai $0.000 < 0.05$. sesuai pada hasil ini dapat diartikan secara simultan ada dampak yang positif dan signifikan pada variabel loyalitas nasabah (Y) dari variabel kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (Z).

b) Uji F Model 2

Uji F model 2 dilaksanakan guna melihat secara simultan pengaruh X1, X2, X3 terhadap Z, adapun hasil uji F seperti dibawah ini:

Tabel 4. 13 Hasil Uji F Model 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	496.018	2	248.009	83.120	.000 ^b
	Residual	289.422	97	2.984		

Total	785.440	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)					
b. Predictors: (Constant), X2_Total, X1_Total					

Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Bersumber pada pengujian diatas diketahui hasil uji F menghasilkan nilai F hitung 83.120 dan menghasilkan nilai signifikansi senilai $0.000 < 0.05$. Sesuai hasil tersebut memberikan jawaban jika secara bersama terdapat kepengaruhannya yang positif dan signifikan pada kepuasan (Z) dari variabel bebas yaitu kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2).

c. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui kemampuan seberapa besar dari keutuhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Tes ini diselesaikan dengan melihat R^2 pada analisis persamaan regresi yang dihasilkan (Bawono, 2006:92).

Kriteria nilai R^2 :

- 1) Nilai pada koefisien determinasi besarnya terletak dari 0 sampai 1, atau ($0 \leq R^2 \leq 1$)
- 2) Nilai 0 menunjukkan bahwa tidak terjadinya korelasi di antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 3) Nilai 1 menunjukkan terdapat korelasi yang sempurna antara variabel bebas dan variabel terikat.

a) Uji Koefisien Determinasi Model 1

Uji koefisien determinasi model 1 ialah guna melihat sebesar apa pengaruh dari X1, X2, dan Z terhadap Y, selanjutnya hasil dari pengujian koefisien determinasi :

Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi 1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.564	1.63127
a. Predictors: (Constant), Z_ Total, X2_ Total, X1_ Total				
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)				

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) 0.760, artinya ada ikatan yang sangat kuat antara variabel independen kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2), dan kepuasan (Z) dengan variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y). Koefisien determinasi (R^2) senilai 0.578, artinya dalam berkontribusi terhadap variabel dependen, variabel independen memberikan pengaruh 57.8%, kemudian untuk sisa dari hasil itu 42.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada pada model.

b) Uji Koefisien Determinasi Model 2

Uji koefisien determinasi model 2 adalah guna melihat berapa jauh pengaruh X1, X2 terhadap Z, terdapat juga hasil uji koefisien determinasi seperti dibawah ini:

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.624	1.72735
a. Predictors: (Constant), X2_ Total, X1_ Total				
b. Dependent Variable : Kepuasan (Z)				

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan koefisien korelasi (R) 0.795 hal tersebut berarti ada ikatan yang erat antara variabel bebas kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2) dengan variabel kepuasan (Z). Koefisien determinasi (R^2) 0.632, artinya dalam berkontribusi terhadap variabel dependen, variabel independen memberikan pengaruh 63,2%, kemudian pada sisa itu 36,8% diuraikan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada model.

4. Analisis Path

Path analisis adalah suatu teknik analisis yang dipakai guna menganalisa pada korelasi yang menimbulkan sebab akibat yang berlangsung pada regresi berganda dalam memberikan pengaruh baik secara langsung ataupun dengan cara tidak langsung pada variabel independennya terhadap variabel dependen (Robert D. Retherford, 1993). Dalam menguji kepengaruhannya variabel intervening menggunakan *path analysis* (Ghozali, 2013:249).

a. Model Regresi 1

Tabel 4. 16 Model Summary 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.624	1.72735
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2)				

Sumber : Data diolah pada SPSS 25

Tabel 4. 17 Hasil Uji Keofisien Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.104	2.148		-514	.608

	X1_Total	.514	.082	.505	6.302	.000
	X2_Total	.399	.086	.371	4.633	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)						

Sumber : data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel tabel tersebut, dihasilkan persamaan :

Persamaan sub struktur I :

$$Z = \rho_1 X_1 + \rho_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Z = 0,505X_1 + 0,371X_2 + 0,606$$

Sesuai dengan persamaan diatas :

- 1) koefisien pada variabel kualitas layanan (X1) bernilai 0,505 dengan tingkat signifikan 0,000 artinya lebih rendah dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka kualitas layanan (X1) memiliki pengaruh pada kepuasan (Z). hasil pada nilai koefisien standardized sebesar 0,505 adalah nilai jalur p1
- 2) koefisien kepercayaan (X2) bernilai 0,371 dengan tingkat signifikan 0,000 yang memiliki arti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga kepercayaan (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan (Z). Nilai koefisien standardized sebesar 0,371 adalah nilai jalur p2.
- 3) Menunjukkan nilai R^2 (R square) senilai 0.632, artinya variabel artinya variabel kualitas layanan (X1) dan kepercayaan (X2) berkontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah (Z) senilai 63,2%, sedangkan dari sisa tersebut sebesar 36,8% merupakan variabel lain yang berkontribusi tetapi tidak terdapat pada penelitian ini. R Square ini digunakan dalam perhitungan nilai e1. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{1 - 0.632} = 0.606$.

b. Model Regresi 2

Tabel 4. 18 Model Summary 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.564	1.63127
a. Predictors: (Constant), Kepuasan (Z), Kepercayaan (X2), Kualitas Layanan (X1)				
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)				

Sumber : Diolah pada SPSS 25

Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.298	2.031		3.593	.001
	X1_Total	.184	.091	.206	2.017	.046
	X2_Total	.385	.090	.408	4.282	.000
	Z_Total	.207	.096	.236	2.157	.033
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)						

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25

Sesuai pada tabel diatas dihasilkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \rho_3 X_1 + \rho_4 X_2 + \rho_5 Z + \varepsilon$$

$$Y = 0,206X_1 + 0,408X_2 + 0,236Z + 0,649$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut :

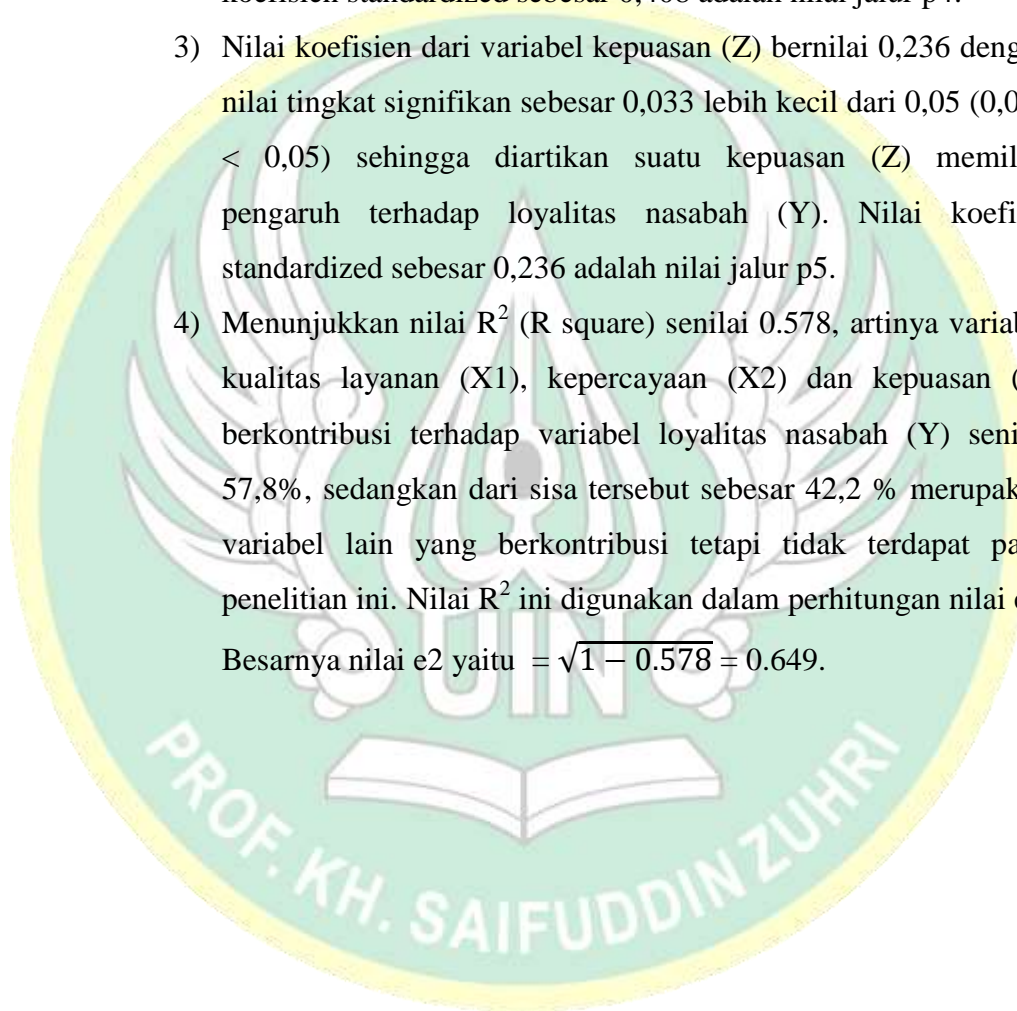
- 1) Nilai koefisien dari variabel kualitas layanan (X1) bernilai 0,206 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,046 lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$) sehingga diartikan suatu kualitas layanan

(X1) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). Nilai koefisien standardized sebesar 0,206 adalah nilai jalur p3.

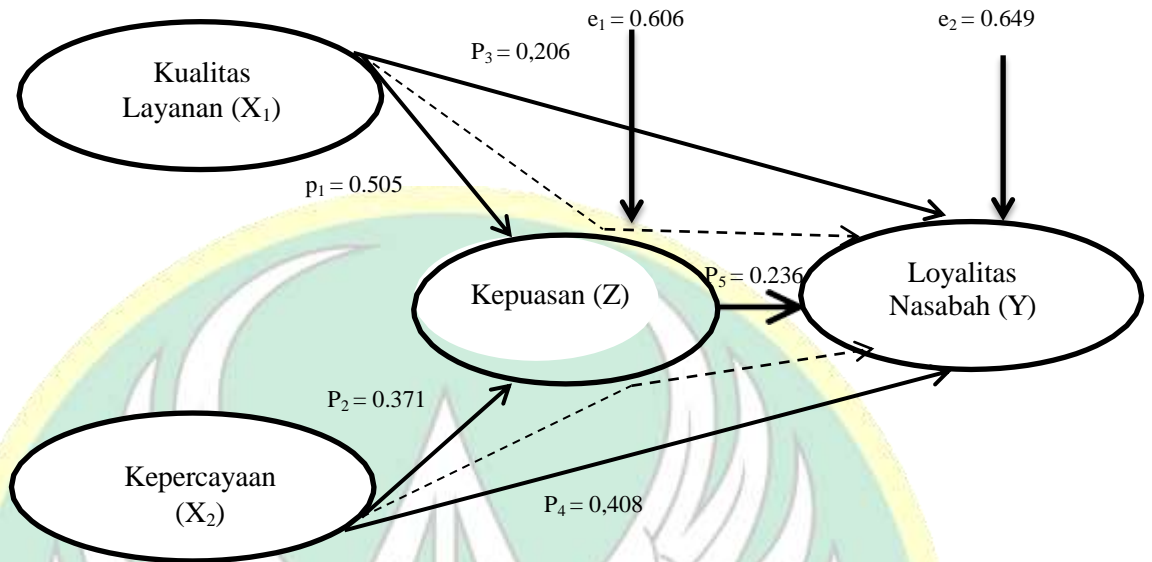
2) Nilai koefisien dari variabel kepercayaan (X2) bernilai 0,408 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga diartikan suatu kepercayaan (X2) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). Nilai koefisien standardized sebesar 0,408 adalah nilai jalur p4.

3) Nilai koefisien dari variabel kepuasan (Z) bernilai 0,236 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,033 lebih kecil dari 0,05 ($0,039 < 0,05$) sehingga diartikan suatu kepuasan (Z) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). Nilai koefisien standardized sebesar 0,236 adalah nilai jalur p5.

4) Menunjukkan nilai R^2 (R square) senilai 0.578, artinya variabel kualitas layanan (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (Z) berkontribusi terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) senilai 57,8%, sedangkan dari sisa tersebut sebesar 42,2 % merupakan variabel lain yang berkontribusi tetapi tidak terdapat pada penelitian ini. Nilai R^2 ini digunakan dalam perhitungan nilai e^2 . Besarnya nilai e^2 yaitu $= \sqrt{1 - 0.578} = 0.649$.



Berdasarkan penjelasan pada uraian di atas, model jalur pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Hasil Analisis Jalur

Bersumber pada gambar diatas menjelaskan :

- a. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan Kepuasan (Z) Sebagai Variabel Intervening
 - 1) Nilai dampak langsung (p_3) antara dua variabel yang lebih spesifik yaitu kualitas layanan kepada loyalitas nasabah adalah 0,206
 - 2) Nilai dampak tidak langsung, artinya variabel kualitas layanan mempengaruhi kepada loyalitas nasabah melalui kepuasan adalah ($p_1 \times p_5$) yaitu $0.505 \times 0.236 = 0.119$
 - 3) Besar pengaruh total adalah $p_3 + (p_1 \times p_5)$ yaitu $0,206 + (0.505 \times 0.236) = 0,325$

Dari hasil nilai pengaruh diatas menunjukkan suatu pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi variabel kepuasan sebesar 0.119. Untuk mengetahui hasil terdapat pengaruh signifikan atau tidak dapat digunakan dengan

Sobel Test yaitu dengan menghitung standar eror dari koefisien *indirect effect* ($Sp1p7$).

Uji signifikansi koefisien mediasi

$$\begin{aligned} Sp1p5 &= \sqrt{(p5^2 \times Sp1^2) + (p1^2 \times Sp5^2) + (Sp1^2 \times Sp5^2)} \\ &= \sqrt{(0.236^2) \times (0.082)^2 + (0.505^2) \times (0.096^2) + (0.082^2) \times (0.096^2)} \\ &= \sqrt{0.00004367 + 0.00235031 + 0.00006327} \\ &= 0.049 \end{aligned}$$

Nilai t statistik:

$$t = \frac{p1p5}{Sp1p5} = \frac{0.119}{0.049} = 2,428$$

Diperoleh hasil nilai t hitung senilai = 2,428 yaitu lebih tinggi dari pada t tabel dengan tingkat signifikan 0.05 adalah 1.661, artinya signifikan dan terdapat dampak dalam mediasi. Berdasarkan hasil itu disimpulkan kepengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pada nasabah dapat dilakukan mediasi oleh kepuasan.

b. Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan Kepuasan (Z) Sebagai Variabel Intervening

- 1) Besar nilai secara langsung pada pengaruh variabel ($p4$) variabel kepercayaan terhadap variabel loyalitas nasabah adalah 0.408
- 2) Besar nilai pengaruh tidak langsung, artinya besar pengaruh variabel kepercayaan kepada loyalitas nasabahnya melewati mediasi kepuasan adalah = $p2 \times p5$ yaitu $0.371 \times 0.236 = 0,087$
- 3) Besar pengaruh total yaitu $p4 + (p2 \times p5) = 0,408 + (0.371 \times 0.236) = 0,495$

Dari hasil nilai pengaruh diatas menunjukkan suatu pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan 0.084. Untuk mengetahui hasil dapat digunakan uji

Sobel Test yaitu dengan menghitung standar eror pada koefisien *indirect effect* (Sp_{2p7}).

Uji signifikansi koefisien mediasi

$$\begin{aligned} Sp_{2p5} &= \sqrt{(p_{5^2} \times Sp_{2^2}) + (p_{2^2} \times Sp_{5^2}) + (Sp_{2^2} \times Sp_{5^2})} \\ &= \sqrt{(0.236^2) \times (0.086^2) + (0.371^2) \times (0.096^2) + (0.086^2) \times (0.096^2)} \\ &= \sqrt{0.000411927 + 0.00126849 + 0.00006816} \\ &= 0.021 \end{aligned}$$

Nilai t statistik:

$$t = \frac{p_{2p5}}{Sp_{2p5}} = \frac{0.087}{0.021} = 4.142$$

Diperoleh hasil pengujian pada t hitung melebihi dari hasil t tabel yaitu nilai t hitung senilai = 4.142 dan hasil t tabel dan tingkat signifikan 0.05 yaitu 1.661, sehingga disimpulkan terdapat pengaruh signifikan pada kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi kepuasan. Berdasarkan hasil tersebut pengaruh pada variabel kepercayaan terhadap loyalitas dapat dimediasi oleh kepuasan.



D. Hasil Pembahasan

Dilakukannya penelitian ini guna melihat terjadinya pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan serta penanganan keluhan kepada loyalitas nasabah dengan menggunakan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di Pegadaian Syariah Purbalingga.

Di bawah ini ialah pembahasan variabel dari masing-masing hipotesis :

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Purbalingga

Bersumber pada perhitungan yang sudah dilaksanakan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji T (Parsial) model 2, menunjukkan suatu hasil dari t hitung variabel kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan (Z) senilai 6.302 artinya mempunyai nilai yang lebih tinggi dari t tabel ($6.302 > 1.661$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,00 lebih rendah dari 0,05 ($0.000 < 0.05$). Sesuai hal tersebut sehingga kualitas layanan bisa mempengaruhi secara positif dan signifikan kepada kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga. Dengan hal tersebut pada penelitian ini untuk hipotesis pertama kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Berdasarkan hasil signifikan, maka pada variabel kualitas layanan saat mengalami peningkatan akan mempengaruhi hasil yang maksimal pada suatu kepuasan nasabah. Artinya suatu kualitas layanan yang dilakukan secara baik oleh Pegadaian Syariah Purbalingga kepada nasabahnya seperti memberikan sikap yang ramah, sopan dan sabar, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi serta fasilitas yang disediakan memberikan kenyamanan sehingga para nasabah mendapatkan rasa puas.

Dalam hasil penelitian ini memberikan hasil dukungan penelitian yang dilaksanakan oleh Dewi serta Abiyoga (2022) mengatakan jika

suatu kualitas layanan pada LPD Kekeran mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian Kurniyawati dan Ratno (2020) menunjukkan variabel kualitas layanan pada BPRS Suriyah Salatiga memiliki pengaruh yang positif dan pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Purwokerto

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilaksanakan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji T (Parsial) model 2, menunjukkan suatu hasil dari t hitung kepercayaan (X2) kepada variabel kepuasan (Z) senilai 4.633 artinya lebih tinggi dari pada tabel ($4.633 > 1.661$) dan menghasilkan nilai signifikan t yaitu 0,00 lebih rendah dari 0,05 ($0.000 < 0.05$). Dari hal tersebut maka terdapat kepercayaan terhadap pengaruh yang positif juga signifikan pada kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga. Dengan hal tersebut pada penelitian ini untuk hipotesis kedua pengaruh kepercayaan pada kepuasan nasabah diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Berdasarkan hasil positif dan signifikan, maka pada variabel kepercayaan saat mengalami peningkatan akan mempengaruhi hasil yang maksimal pada kepuasan nasabah. Kepercayaan dari nasabah yang timbul sebab pegawai Pegadaian Syariah Purbalingga memberikan kejujuran dalam tindakannya serta memberikan ketulusan, pegawai tersebut memiliki keahlian dalam bidangnya sehingga nasabah akan memiliki rasa percaya saat melakukan transaksi pada Pegadaian Syariah Purbalingga.

Hasil pada penelitian ini memberikan dukungan pada penelitian yang telah dilaksanakan oleh Dewi dan Abiyoga (2022) bahwa suatu kepercayaan pada LPD Kekeran memiliki kepengaruh positif dan pengaruh signifikan kepada kepuasan nasabah. Kemudian riset yang dilaksanakan oleh Arif (2020) yang menunjukkan bahwa kepercayaan

pada nasabah tabungan emas di Pegadaian memiliki kepengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian Syariah Purbalingga

Bersumber perhitungan yang sudah dilaksanakan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji T (Parsial) model 1, menunjukkan suatu hasil dari t hitung kualitas layanan (X1) kepada variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 2.017 artinya memberikan hasil yang lebih tinggi dari t tabel ($2.017 > 1.661$) serta menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,046 dan hasilnya lebih rendah dari 0,05 ($0.046 < 0.05$). Sesuai hal tersebut maka dapat ditingkatkan kualitas pelayanan memberi pengaruh yang positif juga signifikan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga. Dengan hal tersebut pada penelitian ini untuk hipotesis empat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Berdasarkan hasil yang mempengaruhi positif dan signifikan oleh kualitas layanan kepada loyalitas nasabah, maka apabila kualitas layanan yang baik pada Pegadaian Syariah Purbalingga mengalami peningkatan dan loyalitas akan mengalami peningkatan. Suatu pelayanan yang bagus atau baik, sopan, ramah serta menjelaskan informasi kepada nasabah yang mudah dipahami akan mempengaruhi nasabah yang loyal terhadap Pegadaian Syariah Purbalingga.

Hasil penelitian ini mendukung pada riset Kurniyawati dan Ratno (2020) yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus BPRS Suriyah cabang Salatiga)” menunjukkan suatu variabel kualitas layanan pada BPRS Suriyah Salatiga mempengaruhi positif dan mempengaruhi signifikan kepada loyalitas nasabah.

4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian Syariah Purbalingga

Berdasarkan perhitungan yang sudah dilaksanakan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji T (Parsial) model 1, menunjukkan suatu hasil dari t hitung variabel kepercayaan (X2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 4.282 yang berarti lebih tinggi dari t tabel ($4.282 > 1.661$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih rendah dibandingkan dengan 0,05 ($0.000 < 0.05$). bersumber pada uraian tersebut maka kepercayaan memberikan kepengaruh yang positif dan signifikan kepada loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga. Dengan hal tersebut pada penelitian ini untuk hipotesis kelima kepercayaan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Sesuai dengan hasil positif dan signifikan antara pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah, maka suatu kepercayaan pada nasabah meningkat akan mempengaruhi loyalitas nasabah dalam peningkatannya. Tumbuhnya kepercayaan pada nasabah salah satunya yaitu informasi yang diberikan oleh perusahaan Pegadaian Syariah Purbalingga kepada nasabah secara transparan, menjamin kepercayaan nasabah atas produk atau layanan yang digunakan, sehingga nasabah mempercayakan setiap transaksinya kepada Pegadaian Syariah Purbalingga.

Hasil ini memberikan dukungan pada penelitian yang telah dilaksanakan oleh Dewi dan Abiyoga (2022) yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening” bahwa suatu kepercayaan pada LPD Kekeran memberikan kepengaruh yang positif beserta signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya mendukung penelitian Arif (2020) yang berjudul “Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening produk tabungan emas pegadaian”. Riset tersebut menghasilkan atau menunjukkan kepercayaan pada loyalitas nasabah secara langsung yaitu mempengaruhi signifikan.

5. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Pegadaian Syariah Purbalingga

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan uji T (Parsial) model 1, menunjukkan suatu hasil dari t hitung variabel kepuasan (Z) kepada variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 2.098 artinya nilai tersebut lebih tinggi dari t tabel ($2.157 > 1.661$) serta menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,033 lebih rendah dari 0,05 ($0.033 < 0.05$). Bersumber pada uraian hasil tersebut maka kepuasan mempunyai dampak yang positif dan signifikan pada loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga. Dengan hal tersebut pada penelitian ini untuk hipotesis ketujuh pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Sesuai dengan hasil yang memiliki pengaruh positif serta signifikan antara kepuasan kepada loyalitas nasabah, hal tersebut berarti kepuasan yang meningkat akan mempengaruhi hasil yang maksimal terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Rasa puas yang muncul dari nasabah timbul karena Pegadaian Syariah Purbalingga memberikan pelayanannya terhadap nasabah sesuai dengan asumsi nasabah, misal pelayanan yang baik, sopan serta layanan yang cepat juga tepat, terpenuhinya kebutuhan nasabah atas jasa yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Purbalingga sehingga nasabah merasakan perasaan puas dan akan setia terhadap Pegadaian. .

Pada hasil ini memberikan dukungan untuk penelitian yang dilaksanakan oleh Dewi dan Abiyoga (2022) yang membuktikan kepuasan memberikan kepengaruhannya positif serta signifikan kepada loyalitas nasabah.

6. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Mediasi Kepuasan

Bersumber dari hasil uji *sobel test* diperoleh nilai t hitung sebanyak 2,428 yang mempunyai arti menghasilkan nilai lebih tinggi dari t tabel menggunakan signifikansi dengan tingkat 0.05 yakni 1.661,

sehingga memberikan kesimpulan bahwa koefisien memediasi secara signifikan, yang artinya pengaruh kualitas layanan pada loyalitas nasabah dapat diberikan mediasi oleh Kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga. Sesuai hasil tersebut maka hipotesis delapan diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Kualitas layanan yang baik pada Pegadaian Syariah Purbalingga dapat memberikan kepuasan nasabahnya karena suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi nasabah terhadap Pegadaian Syariah Purbalingga, dengan munculnya hal tersebut maka seorang nasabah akan setia dan dapat melakukan pembelian atau penggunaan produk/jasa secara berulang-ulang dan memberikan informasi serta menyarankan pada orang lain tentang kualitas pelayanan yang diberikan Pegadaian Syariah Purbalingga. Hasil ini memberikan dukungan riset yang dilakukan Kurniyawati dan Ratno (2020) menunjukkan suatu kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. Selanjutnya mendukung penelitian Dewi dan Abiyoga (2022) yang menunjukkan bahwa kepuasan memberikan mediasi pada kualitas layanan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah.

7. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Mediasi Kepuasan

Sesuai hasil uji *Sobel test* dihasilkan t hitung 4.412 artinya menghasilkan nilai yang lebih tinggi dari pada t tabel, menggunakan tingkat signifikan 0.05 dihasilkan $senilai$ 1.661 mempengaruhi secara signifikan, artinya terdapat pengaruh memediasi. Sehingga kepuasan mampu memberikan mediasi pada kepercayaan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis sembilan diterima dan hipotesis 0 ditolak.

Kepercayaan yang timbul dari nasabah terhadap Pegadaian Syariah Purbalingga dapat memunculkan rasa puas nasabah sehingga nasabah selalu mempercayakan setiap transaksinya pada Pegadaian

Syariah Purbalingga. Dengan adanya hal tersebut, seorang nasabah dapat bertahan dan tidak beralih ke lembaga keuangan lainnya, Pegadaian Syariah Purbalingga dapat menjadi pilihan utama bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Hasil pada penelitian ini memberikan dukungan penelitian Dewi dan Abiyoga (2022) yang menunjukkan kepuasan mampu memberikan mediasi pada pengaruh kepercayaan loyalitas nasabah. selanjutnya mendukung penelitian Arif (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan dapat memberikan mediasi pengaruh kepercayaan kepada loyalitas nasabah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, karena semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah terhadap Pegadaian Syariah Purbalingga
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, karena suatu kepercayaan yang tercipta dari nasabah kepada Pegadaian Syariah Purbalingga mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabahnya.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, hal ini karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, hal ini karena kepercayaan yang tercipta pada nasabah semakin besar maka akan mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, hal ini disebabkan semakin meningkat kepuasan nasabah maka akan mempengaruhi peningkatan pada loyalitas nasabah.
6. Kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, hal ini karena kualitas

pelayanan yang baik dapat mendorong dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan bantuan kepuasan nasabah.

7. Kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga, hal ini karena kepercayaan yang tinggi dapat mendorong dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan bantuan kepuasan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran :

1. Bagi Pegadaian Syariah Purbalingga

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, agar nasabah akan lebih merasakan aman, nyaman pada saat melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Purbalingga dan mencegah agar tidak beralihnya nasabah pada lembaga keuangan lain. Pegadaian Syariah Purbalingga hendaknya lebih meningkatkan kepercayaan agar kepercayaan yang ada pada nasabah dapat lebih melekat, seperti lebih menjaminkan kepada nasabah atas barang gadai seperti emas, BPKB atau barang berharga lain bahwa barang tersebut akan tetap aman dalam penyimpanannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang dengan menambahkan variabel-variabel baru untuk menemukan data lebih lengkap yang dapat memberikan penilaian aspek-aspek yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Adanya penelitian ini tidak menjadi acuan pada penelitian yang dilakukan pada Pegadaian Syariah Purbalingga saja tetapi dapat menjadi acuan penelitian pada lembaga keuangan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, Amalia dan Khuzaini. 2017. Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce, 6.
- Arif, Muhammad S.Z. 2020. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal ilmu manajemen*, Vol 8 (2)
- Batin, Mail Hitan. 2019. Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan dan Kepuasan Terhadap Loyaitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel kantor Capem syariah UIN Raden Fatah Palembang. *Journal of islamic banking dan finance*, 3(1), 46-58.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Press
- Budiarti, Anindhyta. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. *Jurnal Ekuitas*, 15(2), 210-231.
- Dewi, N.M.H. Adityarini Abiyoga VS. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal manajemen, kewirausahaan dan pariwisata*. Vol 2 (2).
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta: deepublish.
- Fikri, Sirhan. Wahyu, Wiyani, dkk. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 3(1), 120-134.
- Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau : Dotplush.
- Ganesan, S. 1994. Determinants of Long-Tern Orientation in Buyer Seller Relationship. *Journal of Marketing*. 58 (April). 1-19.
- Ghani, A.M., Rahi, S., Mansour, M., Abed, H. & Alnaser F,M 2017. Determinants of Customer Loyalty: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Image of Islamic Bank in Palestine. *International Journal of Organisational Studies and Innovation*, 8 (8).
- Ghozali, Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbitan UNDIP Semarang.

- Griffin, Jill. 1995. *Customer loyalty : How To Earn It, How To Keep It*, USA: A Division of Simon and Schukers Inc.
- Hanan, Mack and petter Karp. 1991. *Customer Satisfaction: How To Maximize, Measure and Market Your Company's Ultimate Product*. New York: American Management Association.
- Hoyt, B.R., McCullough, T., Callihan, E., & Bibber, A.V. 2015. The Impact Of Cause Related Marketing on Customer Loyalty; A Case Study on Cause Fit and Switching barriers For Retail Banks. *International Journal of Business, Marketing, and Decision Sciences*, 8(1).
- Indra P, I made. Cahyaningrum, Ika. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : deepublish.
- Jhonson, MD and C. Fornell. 1991. A Frame Work For Comparing Customer Satisfaction Across Individuals and Product Categories. *Journal of economic psychology*. 12 (2)
- Khoiri, A.H. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Semarang. *Jurnal Syarikah*, Vol 7(2)
- Jin, C. H., & Yeo, H.C. 2011. Satisfaction, Corporate Credibility, CEO Reputation and Leadership Effects an Public Relationship. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis For Marketing*, 19 (2).
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba empat.
- Kotler, Philip dan Kelvin Keller. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi ke 12. Alih bahasa: Bob sabran. Jakarta: Penerbit erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniyawati, Endah, Fernaldi, A.R. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi kasus BPRS Suriyah cabang Salatiga). *Jurnal baabul al-ilmi ekonomi dan perbankan syariah*, Vol 5 (2).
- Lebouf, Michael. 1992. *Memenangkan dan Memelihara Pelanggan*, diterjemahkan Rieka Harahap tahapary. Jakarta : Pustaka tangga.
- Lovelock, C.H dan L.K. Right (Alih Bahasa Ir. Agus Widyanoro dan Tim). 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa cetakan 1*. Jakarta: PT.Indeks.uy
- Mardani, 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.

- Moorman, C., R. Deshpande and G. Zaltman. 1993. Factors Affecting Trust in Market Research Relationship. *Journal of Marketing*. 51 (January).
- Mowen, Jho C. 1995. *Consumer behavior*. Prentice Hall. Inc. Englewood Clifts. New Jersey. International edition.
- Mulyanto. Ika Susilowati. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Complaint handling dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal HUMANSI*, 4(1).
- Nurhadi, hasibun, Sri Wahyuni, dkk. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung : edia sains Indonesia.
- Rahmayanti. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima, MencegH Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*. Yogyakarta Graha Ilmu.
- Sarwono, Jonathan. 2011. Mengenal Path Analysis Sejarah, Pengertian dan Aplikasi. *Jurnal ilmiah manajemen bisnis*, 11(2), 285-296.
- Setiawan, Mulyo Budi, Ukudi. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (studi pada PD.BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal bisnis dan ekonomi*, 14(2), 215-227.
- Setiawan Hari, Minarsih Maria, Fathoni Aziz. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal of Management*. 2(2).
- Shi, Y., Prentice, C., & He, W. 2014. Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty In Casinos, Does Membership Matter? *International Journal of Hospitality Management*, 40, 81-91
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* cet 24. Bandung: CV Alvabeta
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Ofset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Ke Dua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Anggota IKAPI. Jatim: Banyumedia.

- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing*. 63, 33-44.
- Olson, Petter. 1993. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Richard D. Irwin Inc. Boston. Thrid Edition.
- Ovan, Saputra, Andika. 2019. *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Riau : yayasan ahmar cendekia Indonesia.
- West, R. & Lynn, H.T. 2008. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan aplikasi Edisi 3. Jakarta: Salemba humanika.
- Yulianto, Gatot, Waluyo Purwanto. 2004. Pengaruh Kefektifan Komunikasi, Kualitas Teknikal, Kualitas Fungsional dan Kepercayaan pada Komitmen Berhubungan Bandara Ahmad Yani Semarang. Telaah Manajemen, Magister manajemen STIE Stikubank Semarang, Vol 1 edisi 3.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat

Saya Neni Suciani mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening”

Sehubungan hal tersebut, dengan kerendahan hati saya mohon kesediaan dan keikhlasan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjadi responden dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat pribadi masing-masing. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari merupakan bantuan yang sangat berharga pada proses penelitian saya dan saya jamin kerahasiaannya hanya untuk kepentingan akademik.

Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Neni Suciani

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PEGADAIAN SYARIAH PURBALINGGA
DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTEVENING
(Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga)

A. DATA RESPONDEN

- Jenis Kelamin : Pria
 Wanita
- Usia : 20-25 Tahun 31-35 Tahun
 26-30 Tahun >35 Tahun
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS
 Karyawan Swasta Lain-lain
 Wirausaha
- Lama menjadi nasabah : < 1 Tahun
 >1 Tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Pada setiap pertanyaan berilah tanda (√) pada kolom sesuai pendapat anda.

Alternatif pilihan jawaban adalah sebagai berikut :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
CS = Cukup Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

VARIABEL KUALITAS LAYANAN

No	Pertanyaan	Jawaban anda				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Pegadaian Syariah Purbalingga memiliki tempat yang aman, nyaman dan bersih					
2.	Staf pegadaian Syariah Purbalingga bersikap ramah dan sopan dalam bertutur kata pada saat melayani nasabah					
3.	Staf Pegadaian Syariah Purbalingga melayani transaksi dengan cepat tepat dan efisien					
4.	Pegadaian Syariah Purbalingga menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi					
5.	Pegadaian Syariah Purbalingga memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah					
6.	Staf Pegadaian Syariah Purbalingga penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi					
7.	Informasi yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Purbalingga mudah dimengerti dan mudah dipahami					

VARIABEL KEPERCAYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban anda				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Pegadaian Syariah Purbalingga merupakan lembaga keuangan yang baik					
2.	Pegadaian Syariah Purbalingga bertindak dengan jujur dalam bekerja					
3.	Staf Pegadaian merupakan orang-orang yang handal dalam bidangnya					
4.	Pegadaian Syariah Purbalingga merupakan lembaga keuangan yang dapat menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk/layanan					

5.	Pegadaian syariah Purbalingga transparan dalam memberikan informasi dari suatu layanan/produk					
6.	Saya yakin kepada Staf Pegadaian Syariah Purbalingga memiliki moral yang baik dan tulus dalam membantu nasabah					
7.	Saya mempercayakan setiap transaksi jasa keuangan kepada Pegadaian Syariah Purbalingga					

VARIABEL KEPUASAN

No	Pertanyaan	Jawaban anda				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan					
2.	Merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan					
3.	Saya puas dengan staf yang terampil dan berpengalaman					
4.	Saya puas dengan produk yang saya gunakan pada Pegadaian Syariah Purbalingga					
5.	Saya puas dengan fasilitas pada Pegadaian Syariah Purbalingga					
6.	Terpenuhinya kebutuhan saya atas jasa yang diberikan pegadaian syariah					

VARIABEL LOYALITAS

No	Pertanyaan	Jawaban anda				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya akan menggunakan produk selain produk yang saya gunakan saat ini					
2.	Saya akan menggunakan produk Pegadaian Syariah Purbalingga secara berulang-ulang					
3.	Saya tidak akan beralih ke bank lain karena saya sudah cocok dengan produk yang ditawarkan pada Pegadaian Syariah Purbalingga					

4.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk/layanan dari Pegadaian Syariah Purbalingga					
5.	Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain tentang kemudahan bertransaksi di Pegadaian Syariah Purbalingga					
6.	Saya tidak terpengaruh pada lembaga keuangan lainnya					
7.	Pegadaian menjadi pilihan utama bagi saya					



Lampiran 2. Jawaban kusioner

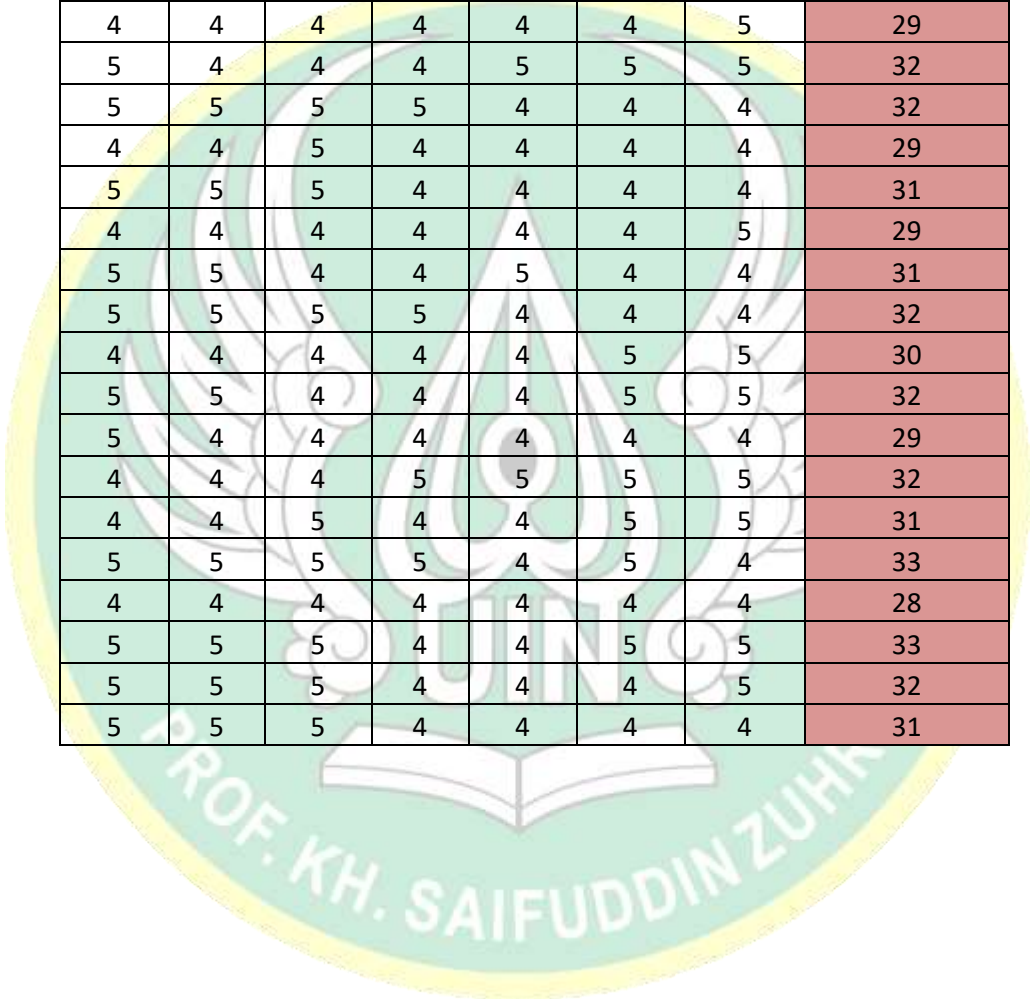
TABULASI DATA

1. Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan (X1)							total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
5	5	5	5	4	4	5	33
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	5	5	5	4	5	32
4	4	4	4	5	5	5	31
4	5	4	4	4	5	5	31
5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	2	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	5	5	5	33
4	4	5	5	4	4	4	30
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	3	2	2	4	4	23
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	4	4	4	5	4	30
4	5	5	5	5	5	4	33
4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	2	5	5	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	5	2	2	25
5	4	4	4	4	4	5	30
4	4	4	4	4	5	5	30
5	5	2	4	4	4	2	26
4	4	2	3	3	3	3	22
4	2	3	3	3	3	4	22
4	4	4	5	4	5	4	30
4	4	4	4	4	5	5	30
5	4	4	4	4	2	4	27
5	4	2	4	4	4	4	27

5	2	4	4	4	4	4	27
4	2	2	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	5	4	4	5	5	31
4	4	4	5	4	4	5	30
4	5	5	5	5	4	5	33
4	4	4	4	5	4	5	30
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	4	30
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	5	2	27
5	5	5	5	4	4	5	33
4	3	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	2	26
4	4	2	2	2	2	2	18
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	5	5	5	31
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	4	2	4	4	4	26
4	4	5	5	5	5	5	33
5	4	4	5	5	4	4	31
4	4	4	5	5	5	4	31
4	4	4	4	5	5	4	30
4	2	4	4	4	4	4	26
4	4	4	2	4	4	4	26
5	2	4	4	4	4	4	27
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	4	4	5	31
5	4	4	4	4	4	5	30
4	5	5	5	4	4	4	31
5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	5	4	4	4	5	32

5	4	4	4	4	4	4	29
5	4	4	4	4	4	5	30
5	5	5	5	5	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	29
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	5	4	4	5	5	31
4	4	5	5	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	4	5	5	31
4	4	4	4	4	4	5	29
5	4	4	4	5	5	5	32
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	5	4	4	4	4	29
5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	4	4	5	4	4	31
5	5	5	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	5	30
5	5	4	4	4	5	5	32
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	5	4	4	5	5	31
5	5	5	5	4	5	4	33
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	5	5	33
5	5	5	4	4	4	5	32
5	5	5	4	4	4	4	31

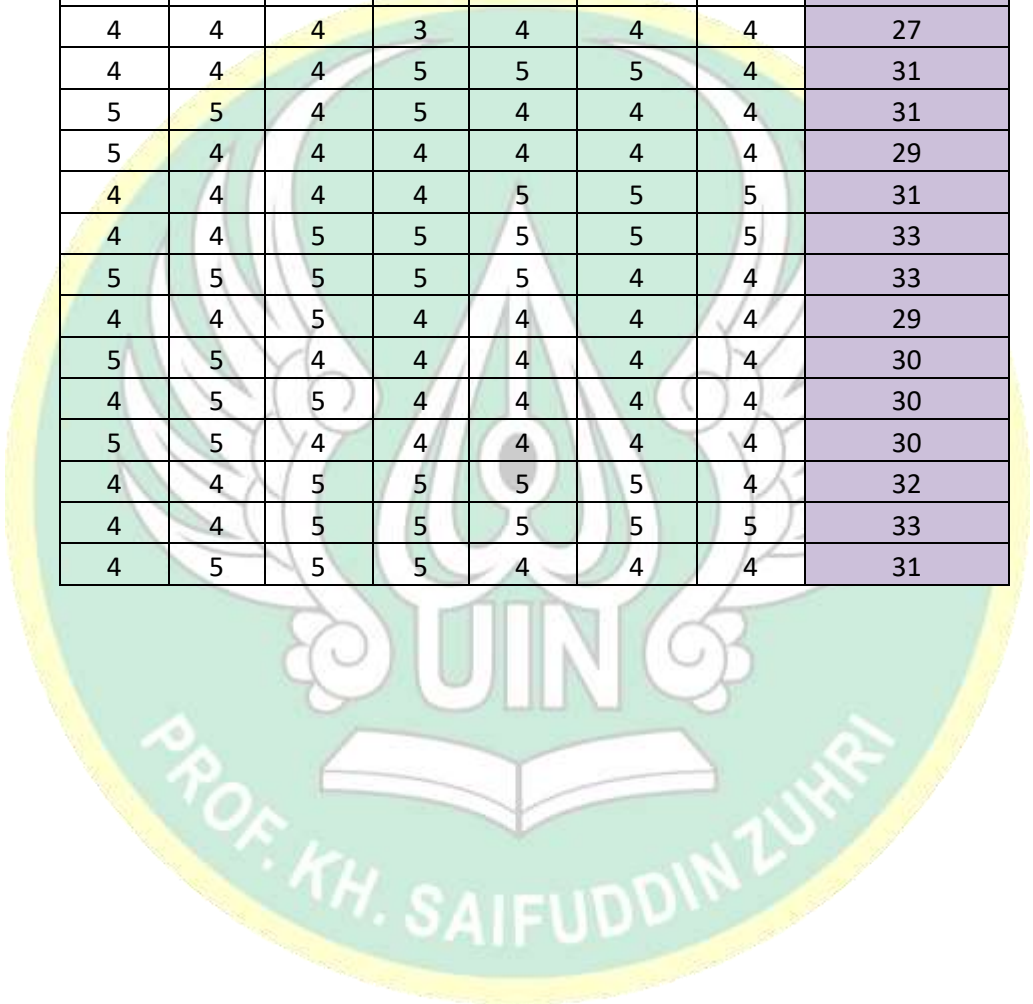


2. Variabel Kepercayaan

Kepercayaan (X2)							total X2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
5	4	5	5	5	4	5	33
5	5	5	5	4	4	4	32
4	5	5	5	4	4	4	31
4	4	5	5	4	4	4	30
4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	5	5	4	4	5	33
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	2	4	4	4	4	26
4	4	5	4	4	4	5	30
5	5	4	5	4	5	5	33
5	5	5	4	4	4	5	32
5	5	4	4	5	5	5	33
2	2	3	4	4	4	4	23
5	5	5	4	4	4	5	32
5	5	5	4	4	4	4	31
4	5	4	4	4	4	5	30
4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	4	4	4	5	5	32
5	5	4	4	4	4	5	31
4	5	5	4	5	4	4	31
4	5	4	4	4	4	5	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	3	4	27
4	4	4	5	4	5	5	31
5	4	4	4	4	5	5	31
4	5	5	4	4	4	4	30
4	5	5	4	4	4	5	31
5	3	3	3	3	3	3	23
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	4	5	4	5	4	30
4	4	4	4	4	2	4	26
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	4	5	4	4	5	32
4	4	3	2	2	3	4	22
4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	5	4	5	5	31

4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	5	5	4	4	32
4	5	5	5	5	5	4	33
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	5	5	5	5	5	33
5	4	4	4	5	5	5	32
4	5	5	5	5	5	4	33
4	4	4	3	3	4	4	26
4	4	5	5	4	4	4	30
4	4	4	5	5	5	5	32
5	5	5	5	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	27
2	2	2	2	2	4	4	18
4	4	5	5	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	5	33
4	4	4	5	4	4	5	30
5	4	5	4	5	4	5	32
4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	5	5	32
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	4	5	4	4	4	29
5	4	4	4	4	5	5	31
4	4	4	5	5	4	4	30
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	4	5	5	5	5	33
4	5	5	5	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	5	4	4	4	31
4	5	5	5	5	5	4	33
4	4	4	5	4	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	4	4	30
5	5	4	4	4	5	5	32
4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	5	4	5	5	5	32
5	4	4	5	5	5	5	33
4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	5	5	5	5	5	33

4	5	5	5	5	4	4	32
4	5	5	5	4	4	4	31
4	5	5	5	5	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	5	4	4	4	4	29
4	4	3	4	4	4	4	27
4	4	4	5	4	4	4	29
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	5	5	5	4	31
5	5	4	5	4	4	4	31
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	5	5	5	31
4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	29
5	5	4	4	4	4	4	30
4	5	5	4	4	4	4	30
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	5	5	5	5	5	33
4	5	5	5	4	4	4	31

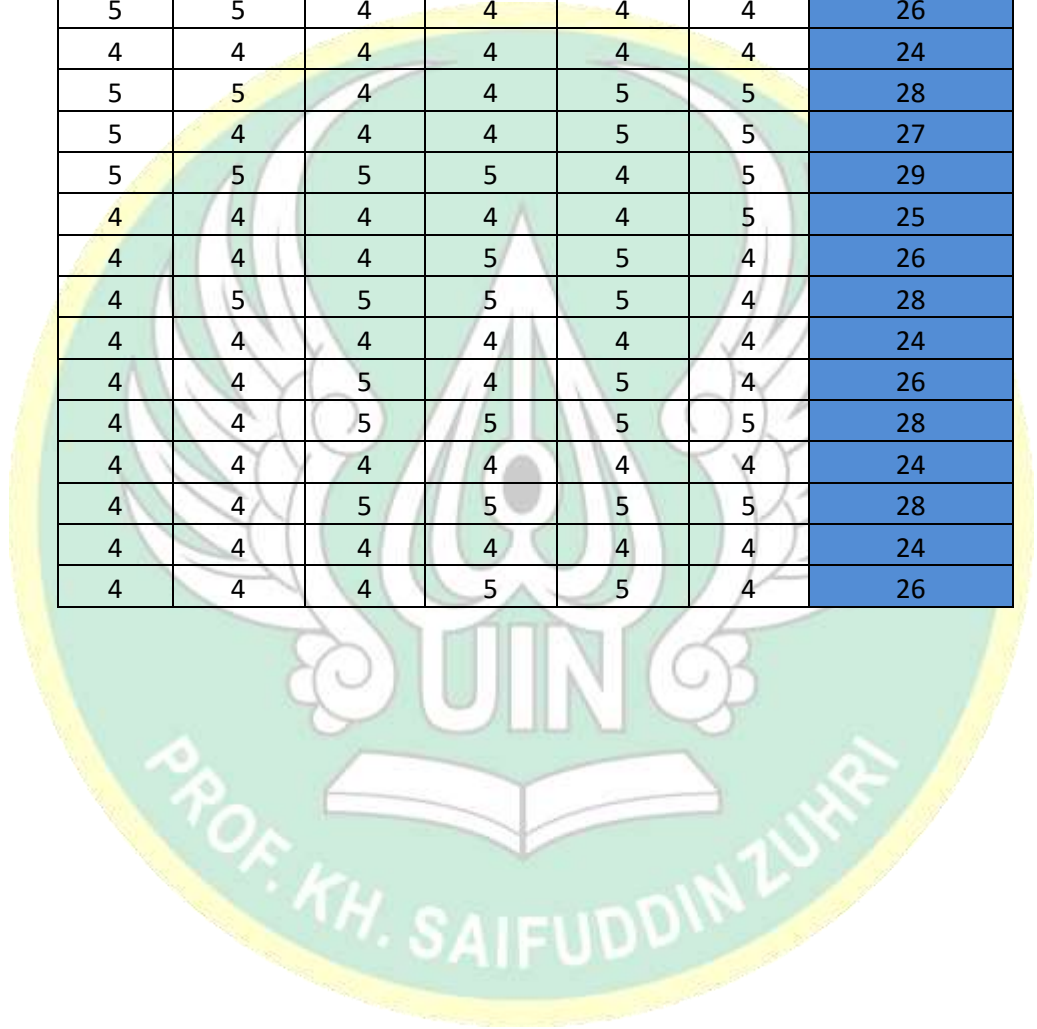


3. Variabel Kepuasan

Kepuasan (Z)						total Z
Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	2	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	3	3	3	21
4	4	5	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	2	2	2	18
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	5	5	5	27
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	2	2	20
4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	2	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
2	2	2	2	4	4	16
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	5	5	5	27

4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	22
3	2	2	2	2	4	15
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	5	2	23
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	4	27
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	29
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	4	5	5	26
5	4	4	4	4	4	25
4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	5	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	4	4	4	25

4	4	5	4	4	4	25
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
5	4	4	4	5	5	27
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	5	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	4	26



4. Variabel Loyalitas Nasabah

Loyalitas Nasabah (Y)							total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	5	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	4	4	4	5	5	30
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	5	4	4	5	5	33
4	4	4	4	4	5	5	30
2	4	4	3	3	3	4	23
4	4	4	4	4	5	5	30
5	5	5	5	5	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	4	5	5	32
4	4	2	2	3	4	4	23
4	4	4	4	5	5	5	31
4	5	4	5	5	5	4	32
4	4	5	5	5	5	5	33
4	5	5	5	4	5	5	33
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	5	4	4	4	5	30
4	4	4	3	4	4	4	27
4	5	4	4	4	4	5	30
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	3	26
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	5	30
4	5	4	4	4	5	4	30
4	4	3	4	4	4	4	27
5	4	4	4	4	4	5	30
4	4	4	5	4	5	4	30
3	3	4	4	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	4	5	5	5	32
2	2	2	3	4	5	5	23
4	5	4	4	4	5	5	31
5	4	4	4	4	5	5	31

4	4	4	4	5	5	5	31
5	5	5	4	4	5	4	32
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	4	5	5	5	31
5	5	5	4	4	5	4	32
4	3	4	4	4	4	4	27
4	4	4	5	5	4	4	30
4	4	4	4	4	5	4	29
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	3	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	4	4	4	27
4	3	3	2	2	2	2	18
4	5	5	5	5	4	4	32
4	5	4	4	4	5	4	30
2	5	4	4	4	4	4	27
4	5	4	4	4	5	4	30
4	4	4	4	5	4	4	29
4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	4	4	5	5	4	30
4	5	5	5	4	5	5	33
4	5	5	4	4	4	4	30
4	4	5	5	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	5	5	5	31
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	4	4	4	3	4	30
4	4	4	4	5	5	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	4	5	31
4	5	5	5	5	4	4	32
5	4	4	5	5	5	5	33
4	4	5	5	5	5	5	33
4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	4	5	4	4	29
5	5	5	4	5	5	4	33

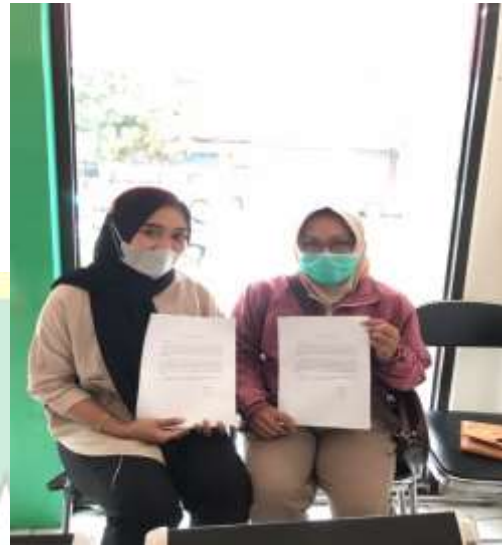
4	4	4	4	5	5	5	31
5	5	5	5	5	4	4	33
4	5	5	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	4	4	4	5	5	30
4	4	4	4	5	5	4	30
4	5	4	5	5	5	4	32
4	4	5	5	4	5	5	32
4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	4	4	4	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	4	4	5	4	29
4	5	4	4	4	5	5	31
5	4	5	5	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	5	5	5	5	5	33
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	4	5	5	5	4	31



 UIN

 PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 3. Dokumentasi pengisian kuesioner



N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

4. Loyalitas Nasabah

		Correlations							
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Total
Y01	Pearson Correlation	1	.315**	.314**	.207*	.065	.087	.039	.473**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.039	.521	.390	.704	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y02	Pearson Correlation	.315**	1	.519**	.314**	.096	.094	.051	.544**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.001	.343	.353	.614	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y03	Pearson Correlation	.314**	.519**	1	.620**	.349**	.148	.186	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.143	.064	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y04	Pearson Correlation	.207*	.314**	.620**	1	.630**	.340**	.250*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.039	.001	.000		.000	.001	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y05	Pearson Correlation	.065	.096	.349**	.630**	1	.462**	.280**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.521	.343	.000	.000		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y06	Pearson Correlation	.087	.094	.148	.340**	.462**	1	.521**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.390	.353	.143	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y07	Pearson Correlation	.039	.051	.186	.250*	.280**	.521**	1	.532**
	Sig. (2-tailed)	.704	.614	.064	.012	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.473**	.544**	.724**	.778**	.661**	.590**	.532**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

b. Hasil Uji reliabilitas

1. Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	7

2. Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.736	7

3. Variabel Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	6

4. Variabel Loyalitas Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.732	7

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60636023
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.042
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Heteroskedastistas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.515	1.177		2.136	.035
	Kualitas layanan	.026	.053	.075	.482	.631
	Kepercayaan	-.006	.052	-.016	-.110	.912
	Kepuasan	-.067	.056	-.200	-1.207	.230

a. Dependent Variable: RES2

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.298	2.031		3.593	.001		
	kualitas layanan	.184	.091	.206	2.017	.046	.420	2.380
	kepercayaan	.385	.090	.408	4.282	.000	.485	2.062
	kepuasan	.207	.096	.236	2.157	.033	.368	2.714

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

b. Uji Statistik

1. Uji t model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.298	2.031		3.593	.001
	X1	.184	.091	.206	2.017	.046
	X2	.385	.090	.408	4.282	.000
	Z	.207	.096	.236	2.157	.033

a. Dependent Variable: Y

2. Uji t model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.104	2.148		-.514	.608
	X1	.514	.082	.505	6.302	.000
	X2	.399	.086	.371	4.633	.000

a. Dependent Variable: Z

3. Uji f model 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.301	3	116.434	43.755	.000 ^b
	Residual	255.459	96	2.661		
	Total	604.760	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), Z, X2, X1						

4. Uji f model 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	496.018	2	248.009	83.120	.000 ^b
	Residual	289.422	97	2.984		
	Total	785.440	99			
a. Dependent Variable: Z						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

5. Uji Koefisien determinasi model 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.564	1.63127
a. Predictors: (Constant), Z, X2, X1				

6. Uji koefisien determinasi model 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.624	1.72735
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

7. Uji Path persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.624	1.72735
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2)				

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.104	2.148		-514	.608
	X1_Total	.514	.082	.505	6.302	.000
	X2_Total	.399	.086	.371	4.633	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)						

8. Uji Path persamaan 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.564	1.63127
a. Predictors: (Constant), Kepuasan (Z), Kepercayaan (X2), Kualitas Layanan (X1)				
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)				

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.298	2.031		3.593	.001
	X1_Total	.184	.091	.206	2.017	.046
	X2_Total	.385	.090	.408	4.282	.000
	Z_Total	.207	.096	.236	2.157	.033
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)						



Pegadaian

Nomor : 025/00748.09/2022
Lampiran : -
Urgensi : S

Purbalingga, 07 september 2022

Kepada Yth.
Koord. Prodi Perbankan Syariah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di
PURWOKERTO

Perihal : Persetujuan Ijin Riset Individual

Menindaklanjuti surat dari Koord. Prodi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Nomor : 541/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/6/2022 tanggal 02 Juni 2022 perihal Permohonan Ijin Riset Individual, pada prinsipnya kami setuju dilaksanakan Riset di UPS Jendral Soedirman Purbalingga sesuai surat permohonan dengan penjelasan sebagai berikut :

Waktu pelaksanaan : 07 Juni 2022 s.d 21 Juni 2022
Jumlah mahasiswa : 1 (satu) mahasiswa
Kompetensi : Perbankan Syariah

NO	NAMA	NIM	LOKASI PENELITIAN
1.	Neni Suciani	1817202073	UPS Jendral Soedirman Purbalingga

1. Mahasiswa wajib mendownload aplikasi PSDS (Pegadaian Syariah Digital Service) dan melakukan transaksi salah satu produk di Pegadaian Syariah (Tabungan Emas)
2. Selama Penelitian di UPS Jendral Soedirman Purbalingga tidak dipungut biaya apapun dan tidak disediakan biaya akomodasi;
3. Mahasiswa Peserta penelitian wajib menjaga kerahasiaan data perusahaan.

Demikian surat ini kami sampaikan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

UPS Jendral Soedirman
Pimpinan Unit

Nurani Ismoyowati

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Neni suciani
NIM : 1817202073
Tempat, Tanggal Lahir : Purbalingga, 17 Desember 2000
Nama Orang tua
Nama Ayah : Jamingan
Nama Ibu : Jumirah
Alamat Rumah : Karangaren RT 04 RW 02, Kutasari,
Purbalingga, Jawa Tengah

B. Riwayat Pendidikan

SD/MI, Tahun Lulus : SD N 1 Karangaren, 2012
SMP/MTS, Tahun Lulus : SMP N 1 Padamara, 2015
SMA/MA, Tahun Lulus : MA Takhosus Miftahul Huda Pesawahan
Rawalo Banyumas, 2018
S.1, Tahun Masuk : Universitas Islam Negeri Prof K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2018

Purwokerto, 30 Agustus 2022


Neni Suciani

NIM. 1817202073