

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN  
KREDIT GADAI KCA (KREDIT, CEPAT, AMAN) TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH**

**(Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap)**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**SRI INDAH LESTARI**

**NIM. 1917202053**

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

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sri Indah Lestari  
NIM : 1917202053  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Cp Cilacap)**

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

Purwokerto, 10 Januari 2024

Saya yang menyatakan,

PROF. KH. SAIFUDDIN Z



**Sri Indah Lestari**  
NIM. 1917202053



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 KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN  
KREDIT GADAI KCA (KREDIT, CEPAT, AMAN) TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH (STUDI KASUS PADA PT. PEGADAIAN CABANG PEMBANTU  
CILACAP)**

Yang disusun oleh Saudara **Sri Indah Lestari** NIM 1917202053 Program Studi S-1 Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 17 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.  
NIP. 19930309 202321 2 043

Pembimbing/Penguji

Dr. M. Sulasih, S.E., M.Si.  
NIP. 19800119 202321 2 017

Purwokerto, 19 Januari 2024

Mengesahkan  
Dekan,



Dr. H. Jamat Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19590521 200212 1 004

PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

## 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 Sri Indah Lestari NIM. 1917202053 yang berjudul

**Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap)**

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 10 Januari 2024

Pembimbing



**Dr. M. Sulasih S.E., M. Si**  
**NIP. 0619018002**

## MOTTO

مَا أَصَابَنِي سُوءٌ إِلَّا قُلْتُ خَيْرًا ، وَمَا مَرَّنِي يَوْمٍ كَثِيبٍ إِلَّا قُلْتُ عَدًّا أَجْمَلُ ، وَمَا فَقَدْتُ شَيْئًا إِلَّا وَقُلْتُ مِنَ اللَّهِ

الْعَوْصُ .. فَالْحَمْدُ لِلَّهِ دَائِمًا

"Tidaklah aku tertimpa keburukan kecuali aku berkata: dibalik itu ada kebaikan, tidaklah aku melewati hari yang menyedihkan kecuali aku berkata: esok hari akan lebih indah, dan tidaklah aku kehilangan sesuatu kecuali aku berkata: Allah pasti memberi ganti. Pada akhirnya "Alhamdulillah" adalah selama-lamanya"

\_Lora Ismael dalam Assya'rawi\_

Rencana Tuhan selalu berakhir dengan kebaikan. Kesulitan apapun yang kita hadapi hari ini, itu adalah sementara. Maka Bersabarlah.

Kesulitan dalam mencari ilmu itu biasa, karena sejatinya ilmu tidak akan didapat dengan tubuh yang bersantai.

\_Shahih Muslim No. 612\_

PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN LAYANAN  
KREDIT GADAI KCA (KREDIT, CEPAT, AMAN) TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH  
(STUDI KASUS PADA PT. PEGADAIAN CABANG PEMBANTU CILACAP)**

**SRUNDAHLESTARI**

**1917202053**

Email: [indahlestari7878@gmail.com](mailto:indahlestari7878@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

**ABSTRAK**

Di Indonesia peran pegadaian sangat berkontribusi, dengan demikian kita dapat menjumpai pegadaian di mana-mana, bagi masyarakat Indonesia pegadaian tidak asing lagi, hal ini disebabkan karena peranan pegadaian dalam menyelamatkan masyarakat dari rentenir yang sangat memberatkan masyarakat dalam memperoleh kredit dan modal. Pemenuhan kebutuhan nasabah tidak terbatas pada produk saja, melainkan juga kualitas pelayanannya serta kepercayaan yang ditanamkan kepada nasabah. Semakin tinggi tingkat persaingan usaha mengharuskan pihak manajemen selalu inovasi untuk mempertahankan nasabah sehingga nasabah merasa puas dan akan tercipta loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dengan responden sebanyak 320 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ . Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan  $0,01 < 0,05$ . Dan layanan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ , dengan koefisien determinasi sebesar 49,2%.

**Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Produk, Layanan Kredit**

**THE EFFECT OF TRUST, PRODUCT QUALITY AND KCA PAWN CREDIT SERVICE (CREDIT, FAST, SAFE) ON CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY AT PT. PEGADAIAN CILACAP SUB-BRANCH)**

**SRI INDAH LESTARI**

**1917202053**

E-mail: [indahlestari7878@gmail.com](mailto:indahlestari7878@gmail.com)

Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

In Indonesia, the role of pawnshops is very contributing, thus we can find pawnshops everywhere, for the Indonesian people pawnshops are no stranger, this is due to the role of pawnshops in saving people from loan sharks who are very burdensome for the community in obtaining credit and capital. Fulfilling customer needs is not limited to products, but also the quality of service and trust instilled in customers. The higher level of business competition requires management to always innovate to retain customers so that customers feel satisfied and loyalty will be created.

This study aims to examine the effect of trust, product quality and KCA (Credit, Fast, Safe) pawn credit services on customer satisfaction of PT. Pegadaian Cilacap Sub-Branch. The type of research used is quantitative research. With 320 respondents. Data collection in this study was carried out using a questionnaire. The data analysis technique used in this study uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 16.0.

The results showed that partially trust has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significant value of  $0.00 < 0.05$ . Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significant value of  $0.01 < 0.05$ . And credit services have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significant value of  $0.00 < 0.05$ , with a coefficient of determination of 49.2%

**Keywords: Trust, Product Quality, Credit Services**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. 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	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.... ‘....	koma terbalik ke atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## 3. Ta'marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

- b. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-ḥiṭri</i>
------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal Pendek

ـَ	Fathah	Ditulis	A
ـِ	Kasrah	Ditulis	I
ـُ	Dammah	Ditulis	U

#### 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furūd

#### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaulun

#### 7. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'an
القياس	Ditulis	Al-Qiyas

b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawī alfurūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i>

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Abah Mukti selaku Pengasuh PPQ Al-Amin Pabuwaran yang selalu menjaga kewarasan para santrinya, yang selalu mengalirkan doa-doa disetiap malam, yang selalu menjadi motivator bagi para santrinya.
2. Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Saliman Raden Saputro dan Ibu Kiki Sukiyem, yang selalu memberikan perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus.
3. Adik saya yang saya sayangi, Gita Ermawati yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta doa-doa yang terbaik untuk penulis.
4. Embah saya yang sangat saya cintai, Mbah Madyudi dan Sutinah, yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta doa-doa yang tidak pernah ada hentinya.
5. Dosen pembimbing Ibu Dr.M. Sulasih S.E., M Si yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan perhatian selama skripsi dari awal hingga akhir.
6. Semua keluarga saya yang telah memberikan semangat, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan *tabi'i*. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajaran-nya dan kelak semoga kita mendapat syafaatnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M. Pd. Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si. Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si. Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si, Ak. Selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr.M. Sulasih S.E., M. Si. Selaku Dosen pembimbing, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, waktu serta kesabaran beliau demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga

senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan.

9. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Orang tua tercinta Bapak Saliman Raden Saputro dan Ibu Kiki Sukiyem yang telah mendoakan, membesarkan dan mendidik baik lahir maupun batin dengan melalui banyak perjuangan, Adik saya Gita Ermawati serta Mbah Madyudi dan Mbah Sutinah yang selalu menyemangati dan mendoakan saya, semoga segala pengorbanan yang kalian berikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT.
12. Segenap keluarga yang selalu mendoakan serta memberikan semangat.
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2019, yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah ini.
14. Bapak Ilham Apriyanto, Ibu Titih Dewi Lestari, Ibu widi Utami, Mba Jessica, dan segenap jajaran pegawai Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap atas keramahan dan kerjasamanya dalam membantu proses penyusunan skripsi ini.
15. Imam Hanif Qurtubi yang selama ini selalu menemani hingga memberikan setengah waktunya untuk penulis, memberikan doa dan dorongan, semangat motivasi dan nasihat dalam pengerjaan skripsi ini.
16. Teman-teman kamar baru lantai 4 kamar 4 PPQ Al-Amin Pabuwaran yang selalu memberikan semangat dan fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini
17. Dian Rismawati, Titi Maryam, Fadilah Dwi Agustina, Putri Sang Fajar Riani, Eri Febriana, Ana Rakhmawati, dan Ela Anggit Triana, yang selama ini selalu memberikan semangat dalam menempuh pendidikan di UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto.

18. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Terimakasih sudah sabar, tetap bertahan, dan selalu sehat dalam setiap proses skripsi ini atau proses pendewasaan diri ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Purwokerto, 10 Januari 2024



**Sri Indah Lestari**  
**NIM. 1917202053**

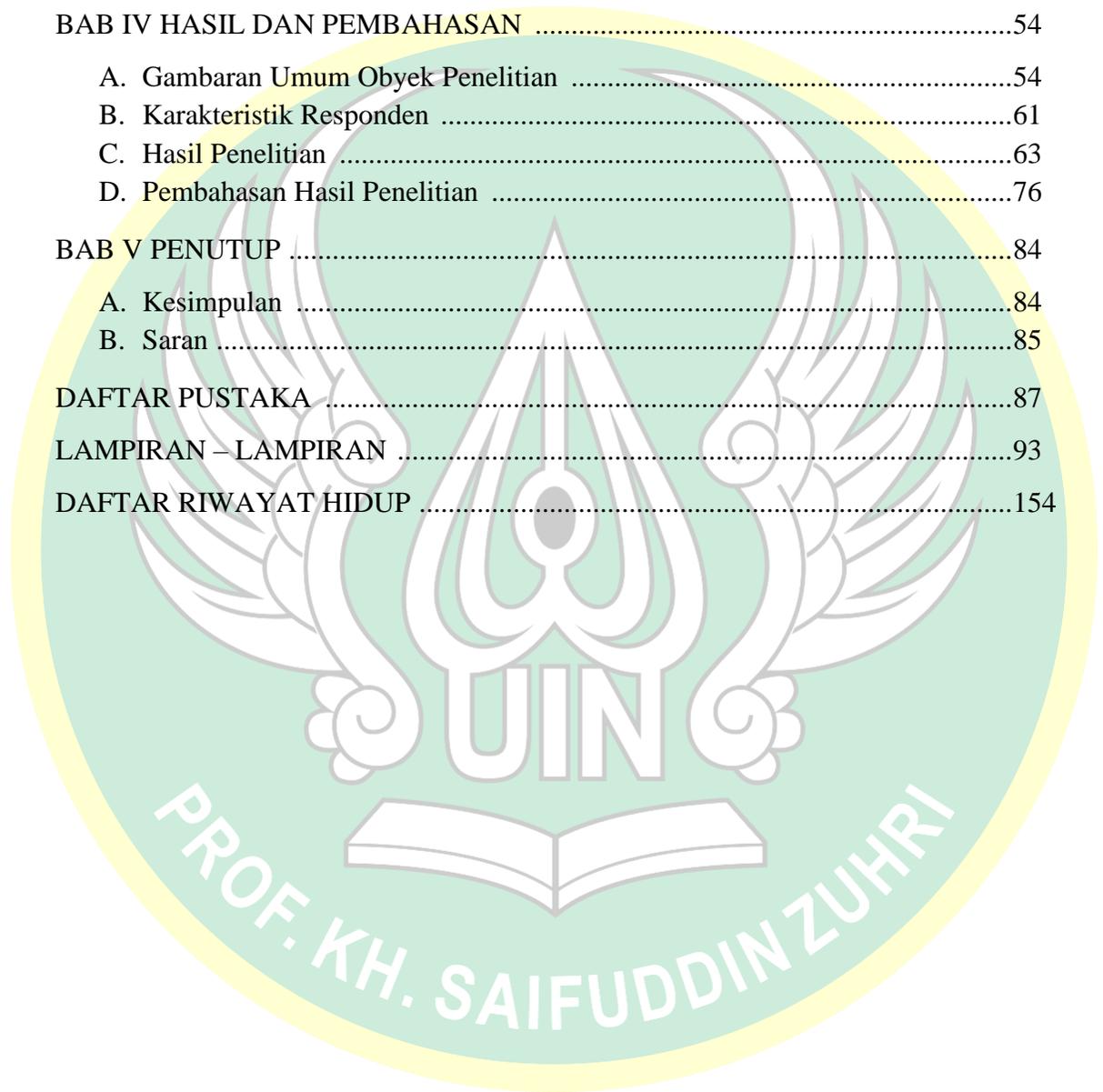


PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....	vii
PERSEMBAHAN .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
D. Sistematika Pembahasan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	13
A. Kajian Teori .....	13
B. Landasan Teologis .....	23
C. Kajian Pustaka .....	29
D. Kerangka Pemikiran .....	35
E. Hipotesis .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
A. Jenis Penelitian .....	41
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	41

D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	43
E. Sumber Data .....	47
F. Teknik Pengumpulan Data .....	47
G. Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	54
B. Karakteristik Responden .....	61
C. Hasil Penelitian .....	63
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>154</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap .....	2
Tabel 1.2 Data Jumlah Nasabah pada Produk PT. Pegadaian Cilacap .....	3
Tabel 1.3 Golongan Pinjaman Berdasarkan Persentase Taksiran Agunan, Biaya Administrasi, dan Suku Bunga .....	5
Tabel 2.1 Kajian Pustaka .....	29
Tabel 3.1 Jumlah Nasabah KCA PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap .....	42
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian .....	44
Tabel 3.3 Bobot Penilaian .....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov .....	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji t (Parsial) .....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Simultan) .....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	76
Tabel 4.11 Tabel Jumlah Nasabah KCA .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Cilacap .....	57



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kesenjangan sosial ekonomi menyebabkan Indonesia kawasan pasar yang sangat potensial dalam usaha perkreditan karena ditunjang dengan keadaan masyarakat berpenghasilan sangat rendah. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lembaga keuangan menyalurkan dana dalam bentuk kredit. Lembaga keuangan terdiri dari Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Non-Bank (LKNB). Lembaga Keuangan menurut SK Menkeu RI No. 792 tahun 1990, adalah semua badan yang kegiatannya melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Sedangkan Lembaga Keuangan Non-Bank (LKNB) adalah semua badan yang melakukan kegiatan di bidang keuangan, yang secara langsung maupun tidak langsung menghimpun dana terutama dengan jalan mengeluarkan kertas berharga dan menyalurkan dalam masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan untuk mendapatkan kemakmuran dan keadilan masyarakat (Irwanto, 2019). Diantara salah satu lembaga keuangan non-bank yang diperbolehkan menyalurkan pembiayaan adalah Perum Pegadaian (Lely, 2019).

Pegadaian adalah suatu badan atau organisasi yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksudkan dalam kitab Undang-Undang hukum perdata pasal 1150. Peraturan pemerintah No. 103 Tahun 2000, menjadi salah satu peraturan yang menguatkan status pegadaian sebagai perusahaan umum dan masuk pada wilayah BUMN tepatnya di lingkungan Departemen Keuangan RI (Lely, 2019). Tugas pokok Pegadaian adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak dirugikan kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat. Sesuai namanya, pegadaian adalah sebuah nama dimana seseorang bisa datang meminjam uang dengan barang-barang pribadi sebagai

jaminannya. Adapun slogan Pegadaian adalah “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” (Sarnita, 2019).

Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap merupakan salah satu lembaga keuangan di jalan Swadaya No. 12, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki berbagai jenis produk yang dapat digunakan masyarakat sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan dengan menyediakan berbagai jenis produk berupa jasa layanan gadai (emas dan elektronik), jasa titipan, pembayaran listrik, telepon, BPJS, tabungan emas dan produk pembiayaan kepada UMKM. Sebagai lembaga keuangan yang fokus pada masyarakat ekonomi menengah ke bawah Pegadaian mempunyai peran yang sangat penting untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dana untuk kepentingan konsumtif seperti pembelian kendaraan bermotor maupun pembiayaan produktif, seperti modal untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Sarnita, 2019). Salah satu produk gadai yang banyak diminati oleh masyarakat Cilacap adalah Kredit Cepat Aman (KCA). Kredit yang sangat mudah dan cepat prosesnya, dengan biaya sewa modal atau bunga rendah, serta jangka waktu penebusan barang yang cukup lama yaitu 120 hari atau 4 bulan sehingga sudah tidak awam lagi ditelinga masyarakat (Widya & Puspita, 2023).

Berikut ini adalah tabel jumlah nasabah dari tahun 2020-2022 di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah PT Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap**  
**Tahun 2020 – 2022**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2020	13.225
2	2021	13.083
3	2022	13.833

*Sumber: PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap 2023*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah di PT Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap mengalami peningkatan. Hal tersebut terindikasi adanya faktor-faktor yang menjadi penyebab mengapa PT Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap diminati banyak orang. Prosedur dalam pemberian kredit tidak sulit yang menjadikan alasan produk Pegadaian banyak diminati masyarakat kecil menengah sampai keatas (Novayanti dkk, 2021). Menurut Kasmir (2012:91) PT. Pegadaian berdasarkan penggunaannya kredit dibagi menjadi dua yaitu konsumtif dan produktif. Kredit konsumtif ini kredit yang digunakan untuk membiayai pembelian barang-barang atau jasa-jasa yang dapat memberikan kepuasan langsung terhadap kebutuhan manusia (Yulia, 2019). Sedangkan kredit produktif yaitu kredit yang digunakan sebagai investasi atau perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang diberikan guna menghasilkan barang ataupun jasa (Lely, 2019).

Adapun jumlah nasabah pada produk yang ada di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Nasabah pada Produk PT Pegadaian**  
**Cabang Pembantu Cilacap**  
**Tahun 2020-2022**

No.	Jenis Produk	Tahun		
		2020	2021	2022
1	KCA	11.506	11.505	12.090
2	Kreasi	163	89	61
3	Krasida	275	268	262
4	Gadai Prima	149	-	136
5	Kreasi Ultra Mikro	14	90	91
6	Gadai Flexi	645	771	601
7	Amanah	82	41	37
8	Arum Haji	104	77	60

9	Rahn Tajily Tanah	2	3	5
10	Gadai Tabungan Emas	84	142	151
11	Krasida Tabungan Emas	-	1	5
12	Mulia Ultimate Konven	78	58	127
13	Emasku Ultimate Konven	-	9	16
14	Mulia Baru	1	-	-
15	Kresna Khusus	15	14	14
16	Gadai Titipan Emas	-	1	-
17	Kreasi Multi Guna	17	14	7

Sumber: PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jumlah nasabah produk KCA yang ada di PT Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap menduduki produk yang paling banyak diminati oleh banyak orang. Gadai KCA (Kredit Cepat Aman) adalah kredit yang diberikan kepada masyarakat dengan sistem gadai untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan barang jaminan emas, baik emas batangan maupun perhiasan (termasuk berlian), dan barang bergerak lainnya (kendaraan bermotor, mobil, handphone, televisi dan alat elektronik lainnya) (Novayanti, 2021). KCA merupakan salah satu produk yang banyak diminati masyarakat, dimana persyaratan yang harus dilengkapi saat pengajuan kredit gadai di Pegadaian hanya dengan melampirkan fotocopy KTP, mengisi formulir permohonan kredit, dan kemudian menyerahkan barang baik berupa emas, perhiasan, dll untuk ditaksir di bagian penaksir, dan tunggu beberapa menit untuk mendapatkan uang pinjaman. Kredit KCA diberi jangka waktu pinjaman 120 hari atau 4 bulan dan sewa modal 1-1,2% per 15 hari. Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA) mulai dari RP. 50.000 hingga RP. 500.000.000 (Widya & Puspita, 2023).

Dalam pegadaian ada beberapa golongan dalam pemberian kredit gadai, yaitu Golongan A, B, C dan D. Masing-masing golongan ini nilai pemberian kreditnya berbeda dan ada batas-batas nominal kredit tertentu sesuai dengan karat emas, spesifikasi barang, dan kelengkapan barang yang akan digadaikan. Perhitungan ini sudah ditentukan dari PT Pegadaian itu sendiri (Putri, 2023).

**Tabel 1.3**  
**Golongan Pinjaman Berdasarkan Persentase Taksiran Agunan, Biaya Administrasi, dan Suku Bunga**

<b>Golongan</b>	<b>Besar Pinjaman</b>	<b>Tarif Modal/ Bunga Sewa</b>	<b>Persentase Taksiran</b>	<b>Biaya Administrasi</b>
Golongan A	Rp. 50.000 - Rp. 500.000	1%	95%	Rp. 2.000
Golongan B	> Rp. 500.000 – Rp. 5.000.000	1,2%	92%	Rp. 10.000 – Rp. 35.000
Golongan C	> Rp. 5.000.000 – Rp. 20.000.000	1,2%	92%	Rp. 50.000 – Rp. 100.000
Golongan D	> Rp. 20.000.000	1,1%	93%	Rp. 125.000

\* Sewa Modal Per 15 hari dihitung dari nilai uang Pinjaman

\* Jangka waktu maksimal 120 hari

Dengan adanya fenomena produk PT. Pegadaian menjadi produk di lembaga keuangan bukan non-bank yang dapat dipercaya dan memberikan rasa aman oleh perusahaan, maka nasabah merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya oleh PT. Pegadaian (Riska, 2018).

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuai atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005). Kepuasan pelanggan ditingkatkan sebagai penilaian tentang kualitas inti dan relasional dan fitur kinerja menjadi lebih menguntungkan dan dengan kepuasan pelanggan dengan masalah upaya pemulihan. Studi ini mengkaji kembali alur pemikiran teoritik Zeithaml dan Bitner (1996:123) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, kepercayaan, harga, faktor situasi dan faktor manusia. Dari definisi konseptual ini diperoleh dimensi (Tjiptono, 2014:369) : *overall satisfaction* (kepuasan keseluruhan), *confirmation of expectation* (konfirmasi harapan), *experience satisfaction* (kepuasan selama mengkonsumsi produk), *re-purchase intent* (minat pembelian ulang), dan *willingness to recommend* (kesediaan merekomendasi).

Kepercayaan (*trust*) menjadi bagian penting bagi perusahaan dengan konsumen, karena konsumen memiliki kepercayaan pada produk atau suatu perusahaan akan membuat suatu perusahaan tersebut berkembang (Akri, Edyson, Suyono, 2021). Wiedyani dan Prabowo (2019) menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual dalam pemakaiannya. Setiawan (2020), kepercayaan merupakan keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut. Morman (dalam Antarwiyati, 2010: 5) mewujudkan bahwa kepercayaan merupakan keinginan untuk bergantung kepada seseorang penjual yang dipercaya. Dari definisi konseptual ini diperoleh dimensi (Fahrur Raji Salam, 2019) : *honesty* (kejujuran), *benevolence* (kebaikan), dan *competence* (kompetensi).

Kepercayaan mampu menarik dan mempertahankan kepuasan nasabah. Dalam hal ini PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki kemampuan untuk membantu nasabah dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah, kesediaan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap dalam melayani kepentingan nasabah dan integritas dari PT Pegadaian membuat nasabah yakin terhadap produk PT Pegadaian untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat oleh nasabah. PT Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memberikan fasilitas penitipan barang yang aman dan dapat dipercaya. Pegadaian juga menjamin kualitas pelayanan kepada setiap nasabah dengan sigap, responsif dan terpercaya.

Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Saidani *and* Arifin (2014) : *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yaitu kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, yang termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi dan atribut bernilai yang lainnya. Menurut Payne (2014) dalam (Yoiz, 2015), definisi dari kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Kotler dan Armstrong (2008) dalam (Wulandari dan Iskandar, 2018) mendefinisikan kualitas produk sebagai positioning utama pemasar yang mana kualitas memiliki dampak langsung terhadap produk sehingga memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut *American Society for Quality Control* yang dikutip dalam (Rohimah, 2013), kualitas produk adalah kemampuan keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau layanan yang dapat memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat. Dari definisi konseptual ini diperoleh dimensi (Nasution, 2016:55) : *performance* (kinerja), *serviceability* (pelayanan), *durability* (daya tahan), *reliability* (keandalan), *conformance with specification* (kesesuaian spesifikasi), dan *perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan).

Penelitian pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap untuk melihat apa yang membuat nasabah ingin kembali menggunakan produk KCA. Setelah dilakukan penelitian ternyata kualitas produk mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan produk KCA. Yang sangat berpengaruh yaitu dikarenakan Kredit Cepat Aman menarif biaya administrasi yang terbilang murah. Tidak hanya administrasi murah yang membuat nasabah tertarik dengan produk KCA tersebut, melainkan juga dengan kecanggihan teknologi produk pegadaian yaitu Pegadaian *Digital Service*. Dengan menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service* mempermudah nasabah dalam bertransaksi, melakukan pembayaran pinjaman serta dapat melakukan pinjaman secara online. Dengan adanya kualitas produk yang sudah banyak diakui oleh kalangan besar masyarakat maka sudah bisa dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pelayanan adalah salah satu kunci keberhasilan dalam berbagai usaha khususnya dalam bidang jasa. Menurut Lovelock, dkk, (2010:154) pelayanan ialah hasil dari proses evaluasi yang dapat dibandingkan antara persepsi terhadap hasil pelayanan, dengan harapan pelanggan. Rinaldi (2012) mengatakan bahwa pelayanan yang baik sangat penting untuk pengguna produk maupun jasa dalam upaya mewujudkan kepuasan. Pelayanan menurut Kotler dan Amstrong (dalam Noor, 2020) adalah keseluruhan dari keunggulan dan sifat dari produk atau jasa yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Tjiptono (2012) dalam (Sulasih dan Rima, 2019) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Selain kualitas produk, standarisasi pelayanan juga menjadi faktor yang perlu dibenahi oleh industri keuangan (Chandra, dkk, 2022). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas

pelayanan adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh pelanggan yang mana hal tersebut dapat diukur dengan suatu layanan yang diterima oleh pelanggan terhadap harapan layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan pada penelitian ini menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono & Chandra (2011) yaitu ; *Assurance* (jaminan kepastian), *Reliability* (keandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Responsiveness* (daya tanggap), dan *Empathy* (empati).

Walaupun secara kinerja PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki performa yang baik, akan tetapi dari sisi pelayanan harus terus ditingkatkan. Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada Senin, 18 September 2023 menyatakan ada beberapa nasabah yang mengeluhkan bahwa ketika mereka datang ke kantor kerap kali dinilai lambat dalam melayani dan terkadang lama pelayanan lebih dari waktu yang ditentukan, serta kursi mengantri yang masih terbatas, dan bagian pelayanan kredit hanya ada satu loket saja. Fenomena tersebut biasanya pada hari-hari sibuk seperti hari Senin sampai Kamis. Disebabkan juga karena kebutuhan konsumtif yang semakin meningkat dan mendesak. Hal tersebut bisa menjadi perhatian bagi PT. Pegadaian khususnya PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap untuk meningkatkan dan mempertahankan layanan kredit agar eksistensi tetap terjaga di kalangan nasabah. Sehingga atas pemikiran tersebut itulah mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak yang meneliti hubungan antara kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit terhadap kepuasan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2019) menyatakan dalam temuannya bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun pendapat yang berbeda atas hasil penelitian Tri Surya Ningsih (2017) menyatakan dalam temuannya bahwa kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Riska & Isharijadi (2018), hasil penelitian tersebut

menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah, artinya badan usaha atau organisasi yang memiliki Kualitas Produk yang baik maka berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah. Namun, ada penelitian lain dari Zannualita dkk (2020) yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Dan penelitian dari Riska & Isharijadi (2018) yang menyatakan bahwa Layanan Kredit berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah, tetapi ada penelitian dari Nurazizah dkk (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial Layanan Kredit tidak berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah. Ini berarti bahwa Layanan Kredit akan semakin lebih berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah apabila melalui variabel antara.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah serta *research gap* tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap?
2. Apakah Kualitas Produk Gadai Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap?
3. Apakah Layanan Kredit Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap?
4. Apakah Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Layanan Kredit Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.
- c. Untuk mengetahui pengaruh layanan kredit terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.

#### 2. Manfaat Penelitian

##### a. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang Kepercayaan, Kualitas Produk dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit Cepat Aman) di Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.

##### b. Manfaat Praktis

Bagi akademisi diharapkan penelitian ini memperkaya referensi yang berkaitan dengan perbankan khususnya dengan dunia Pegadaian tentang Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah.

### **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing akan menguraikan masalahnya masing-masing, namun setiap bab memiliki keterkaitan satu dengan yang lain. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pertama berisi pendahuluan yaitu menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab kedua berisi landasan teori yaitu memuat uraian tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, yaitu pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap kepercayaan, kualitas produk, dan layanan kredit di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, landasan teologis, kajian Pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ketiga berisi metode penelitian yaitu menjelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknis analisis data.

**BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab keempat berisi hasil dan pembahasan penelitian yaitu menjelaskan tentang analisis data serta hasil dari pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab kelima berisi penutup yaitu membahas mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, saran-saran dan penutup.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Kepuasan Nasabah**

###### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih baik murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan serta kepercayaan yang lebih baik dari pada persaingan.

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2012:78). Irawan mengatakan “Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih kurang atau lebih”. Tjiptono (2010:88) mengatakan “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan”.

Seperti dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Bila kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang dan gembira.

###### **b. Faktor dalam Menentukan Kepuasan Nasabah**

Menentukan tingkat kepuasan nasabah terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan nasabah menurut Zeithaml dan Bitner (1996: 123) dalam (Rachmad, 2009) yaitu:

- 1) Kualitas Produk

Nasabah akan merasa puas apabila produk yang dibeli dan digunakan menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas

- 2) Kualitas Pelayanan

Nasabah akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

- 3) Harga

Penetapan harga yang relatif murah terhadap produk yang memiliki kualitas yang sama akan terlihat memiliki nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.

- 4) Faktor Situasi

Keadaan yang dialami pelanggan.

- 5) Faktor Manusia

Karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.

Selain faktor di atas yang mempengaruhi kepuasan nasabah, ada juga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan pelanggan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan (Kevin, 2018).

### c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2014: 369) disebutkan beberapa indikator guna mengukur kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) *Overall satisfaction* (Kepuasan keseluruhan)

Langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka terhadap produk atau jasa spesifik tertentu adalah cara pengukuran

kepuasan nasabah paling sederhana. Ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

2) *Confirmation of expectation* (Konfirmasi harapan)

Kepuasan dalam konsep ini tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan konfirmasi antara ekspektasi nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan yaitu lebih baik atau kurang dari yang diharapkan.

3) *Experience satisfaction* (Kepuasan selama mengkonsumsi produk)

Selama dan setelah mengkonsumsi serta pemakaian produk/ jasa, nasabah mengembangkan rasa puas atau tidak puas. Kepuasan nasabah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan nasabah atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

4) *Re-purchase intent* (Minat pembelian ulang)

Kepuasan pelanggan diukur secara *behavior* dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan membeli produk yang sama lagi atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi.

5) *Willingness to recommend* (Kesediaan merekomendasi)

Kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

## 2. Kepercayaan

### a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan nasabah dapat dibangun melalui peningkatan kualitas pelayanan, produk dan pencapaian kepuasan nasabah. Memahami terus sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan

dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan pada pihak lain tersebut (Salamatun, 2010). Menurut Deutsch (2008: 68) “*trust is defined as the expectation of the parties in a transaction and the risk associated*”. Kepercayaan adalah harapan yang ingin dicapai dari sekumpulan orang yang melakukan transaksi dengan mempertimbangkan resiko. Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun *relationship*, walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Keyakinan atau kepercayaan konsumen merupakan faktor penting untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah dan strategi untuk mencegah beralihnya nasabah ke pihak pesaing (Fasochah, 2013).

Ketidakpercayaan bisa terjadi sejalan dengan minimnya informasi dalam perencanaan dan pengukuran kinerja. Rasa percaya atau tidak percaya seseorang yang muncul dalam perilakunya ditentukan oleh faktor-faktor seperti informasi, pengaruh, dan pengendalian. Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan langkap. Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang. Menurut Soetomo (2002) ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan:

- 1) Menjalinkan hubungan,
- 2) Menerima pengaruh,
- 3) Terbuka dalam komunikasi,
- 4) Mengurangi pengawasan, dan
- 5) Kesabaran akan faham.

Berdasarkan beberapa definisi trust di atas, maka kepercayaan nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rasa percaya nasabah pada perusahaan karena nasabah tersebut yakin bahwa perusahaan mampu memberi nilai melebihi harapannya. Inti yang membuat nasabah percaya pada produk suatu perusahaan tertentu adalah keterandalan janji yang disampaikan kepada nasabah, janji tersebut mampu dilaksanakan dan semua personil perusahaan komitmen untuk memenuhi janji tersebut.

#### **b. Indikator Kepercayaan**

Menurut Fahrur (2019) ada tiga indikator yang membangun kepercayaan:

##### 1) *Honesty* (Kejujuran)

Kejujuran dalam konteks perusahaan adalah kejujuran yang melekat pada manusianya dalam memberikan informasi dan layanan yang dibutuhkan para nasabah. Kejujuran personil (manusia) perusahaan dari sudut pandang nasabah sangat penting karena nasabah mempercayai perusahaan karena manusia yang bekerja di dalamnya jujur dan transparan dalam melayani dan memberikan informasi yang dibutuhkan. "Kejujuran personil perusahaan dalam mengelola dan memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan merupakan salah satu indikator penting yang membuat pelanggan mempercayai perusahaan.

##### 2) *Benevolence* (Kebajikan)

Kebaikan hati merupakan kemauan personil dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Keuntungan yang diperoleh personil dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan nasabah juga tinggi. Personil bukan semata-mata

mengejar keuntungan maksimal saja, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan nasabah.

### 3) *Competence* (Kompetensi)

Kompetensi berhubungan dengan pengetahuan dan kemampuan interpersonal dan teknis yang dimiliki oleh masing-masing individu. Kompetensi merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah dan memenuhi segala kebutuhannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu Perusahaan mempunyai pengaruh yang dominan.

## 3. Kualitas Produk

### a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk (*product quality*) menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Sedangkan menurut *American Society for Quality Control* yang dikutip dalam (Rohimah, 2013) kualitas produk adalah kemampuan keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau layanan yang dapat memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat.

Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Semakin tinggi kualitas produk dalam memuaskan nasabah, maka akan menyebabkan kepuasan nasabah yang

tinggi pula (Kotler dan Armstrong, 2008). Mowen, dkk (2002) berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan nasabah. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga nasabah menjadi semakin puas.

#### **b. Indikator Kualitas Produk**

Terdapat 6 indikator untuk mengukur kualitas produk menurut Nasution (2016: 55):

1) *Performance* (Kinerja)

Hal ini dapat terwujud melewati karakteristik pengoprasian dasar suatu produk atau sejauh mana fungsi suatu produk berjalan sesuai dengan fungsi suatu produk.

2) *Serviceability* (Pelayanan)

Karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan.

3) *Durability* (Daya tahan)

Hal ini berkaitan dengan seberapa lama umur produk yang bersangkutan dapat bertahan untuk terus digunakan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi penggunaan produk oleh konsumen maka semakin besar pula daya tahan suatu produk.

4) *Reliability* (Keandalan)

Kemungkinan bahwa suatu produk akan berkinerja memuaskan dalam periode waktu tertentu atau tidak. Semakin rendah kemungkinan kerusakan suatu produk maka produk tersebut semakin dapat diandalkan.

5) *Conformance with specification* (Kesesuaian spesifikasi)

Hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan nasabah.

6) *Perceived quality* (Kualitas yang dipersepsikan)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.

#### 4. Layanan Kredit

##### a. Pengertian Layanan Kredit

Pada umumnya setiap konsumen atau nasabah mempunyai suatu harapan pada saat mereka melakukan pembelian dan penggunaan atas produk yang diinginkan. Harapan konsumen tersebut adalah suatu bentuk pelayanan baik yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kata lain, nasabah menginginkan suatu kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi nasabah itu sendiri (Bela, 2023).

Pelayanan adalah alat-alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud atau prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan dan kebutuhan nasabah. Menurut (Kotler, 2003) mendefinisikan pelayanan atau *service* adalah suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan terhadap nasabah dikelompokkan menjadi empat level atau tingkatan, yaitu:

- 1) *Customer Service (Basic)*, merupakan tingkatan pertama yang bertujuan sebagai penggugur kewajiban. Sebagai contoh dalam setiap Pegadaian, nasabah harus diberikan brosur jika memerlukan. Cara memberikan brosur tersebut bebas terserah pegawai Pegadaian. Apakah akan diberikan langsung ke nasabah, atau nasabah diminta mengambil sendiri, yang terpenting kewajiban “nasabah diberikan brosur” sudah digugurkan.
- 2) *Customer Satisfaction (Minimum)*, merupakan tingkatan kedua yang diberikan hanya memenuhi standar minimal yang

bersangkutan. Contoh pada kasus yang sama, nasabah harus diberikan brosur dengan ramah dan senyuman. Karena di Pegadaian, keramahan dan kelembutan adalah pelayanan yang umumnya ada di seluruh Pegadaian.

- 3) *Service Excellence (Expected)*, tingkatan ketiga dimana pelayanan yang diberikan memenuhi standar yang ditetapkan baik itu oleh perusahaan sendiri maupun instansi yang berwenang. Contohnya proses pemberian brosur dilakukan selain dengan senyum dan keramahan, pegawai membuka dan menjelaskan brosur nya kepada nasabah.
- 4) *Service with Heart (Amaze)*, tingkatan terakhir dimana menekankan sisi manusia dalam pelayanan. Bahwa nasabah merupakan manusia yang memiliki berbagai macam karakter, latar belakang dan masalah. Hal ini diawali dengan kita menempatkan diri sebagai nasabah dengan empati dan kepedulian. Sebagai contoh di pegadaian, ketika datang nasabah dalam kondisi tergesa-gesa dan tidak mengambil nomor antrian. Dalam kondisi tersebut, pegawai memiliki pilihan untuk mematuhi aturan pegadaian, yaitu menunggu nasabah mengambil dan mengantri sesuai nomor antrian selesai baru dilakukan pelayanan atau langsung saja diberi pelayanan tanpa menunggu nasabah mengambil antrian dahulu, meskipun konsekuensinya adalah dia diberi teguran atau bahkan sanksi.

Kualitas pelayanan berhubungan dengan pelayanan apa yang diharapkan oleh pengguna pelayanan (nasabah) dan kemampuan perusahaan penyedia layanan memenuhi harapan pengguna layanan tersebut. Kualitas pelayanan dapat diukur dari sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan nasabah, dengan demikian terdapat dua

faktor utama yang mempengaruhi (menentukan) kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pengguna layanan dan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh pengguna layanan. Baik tidaknya kualitas pelayanan sangat tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna secara konsisten (Rusby & Arif, 2022: 128).

Pelayanan yang diberikan harus mempunyai fungsi dan tujuan yang jelas. Tujuan dari pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan yang maksimal, sehingga dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi dari pelayanan itu sendiri. Sedangkan tujuan dari kualitas pelayanan diberikan perusahaan adalah agar nasabah merasakan kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba yang maksimal (Gea, 2020).

#### **b. Indikator Layanan Kredit**

Indikator dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan kredit pada penelitian ini menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono & Candra (2011) yaitu:

##### 1) *Assurance* (Jaminan kepastian)

Berkaitan dengan kepastian pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai serta memberikan pelayanan sehingga memupuk kepercayaan nasabah. Hal ini menggambarkan kemampuan perusahaan, keramahan terhadap pelanggan, dan keamanan operasinya.

##### 2) *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3) *Tangible* (Bukti fisik)

Meliputi penampilan dan performa dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan.

4) *Responsiveness* (Daya tanggap)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tepat yang mencakup membantu pelanggan dan merespon permintaan, pertanyaan, dan keluhan nasabah.

5) *Empathy* (Empati)

Kemampuan pemahaman pegawai terhadap kebutuhan nasabah serta memberikan perhatian yang diberikan oleh karyawan. Hal ini meliputi memahami keinginan nasabah, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

## B. Landasan Teologis

Pengertian teologis menurut pandangan Islam dapat didefinisikan sebagai ilmu yang membahas tentang aspek ketuhanan dan segala sesuatu yang berkaitan dengan Tuhan secara rasional dan normatif. Sedangkan dalam pandangan Islam, teologi memiliki peran penting dalam memberikan landasan bagi keimanan dan keyakinan umat Islam. Teologi Islam juga memberikan penjelasan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan Tuhan, seperti wujud-Nya, sifat-sifat-Nya, dan hubungan-Nya dengan alam semesta dan manusia.

### 1. Gadai dalam Perspektif Islam

Allah SWT dalam firman-Nya yakni QS. Al-Baqarah ayat 283 mengatur terkait masalah gadai sebagai berikut:

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ

وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أَمٌّ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya : *“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikannya, sungguh hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”* (QS. Al-Baqarah ayat 283).;

Ayat tersebut menjelaskan terkait transaksi dalam islam (muamalah) yang dilakukan secara non tunai, pada saat perjalanan, serta tidak adanya juru tulis untuk mencatat muamalah tersebut. Dalam kaitannya dengan transaksi secara tidak tunai, dalam perjalanan, serta tidak adanya juru tulis maka hendaknya terdapat barang tanggungan (agunan/jaminan) yang diberikan kepada pihak yang melakukan piutang. Terkecuali saat kedua belah pihak saling percaya serta menyerahkan diri kepada Allah SWT, maka dalam keadaan tersebut muamalah diperbolehkan dilakukan dengan tanpa adanya barang jaminan. Ayat ini juga menetapkan bahwa dalam kondisi perjalanan serta tidak adanya juru tulis juga diperbolehkan melakukan muamalah tersebut dengan adanya jaminan. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang menggadaikan baju besinya kepada orang Yahudi di Madinah.

## 2. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Allah SWT mendeskripsikan kepercayaan secara metafora dalam Al-Qur'an surat Al- Ahzab:72.

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ

إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi, dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya. Lalu, dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya ia (manusia) sangat zalim lagi sangat bodoh*” (QS. Al- Ahzab ayat 72).

Kepercayaan adalah sebuah beban yang sangat berat, ciptaan Allah yang besar seperti langit, bumi dan gunung bahkan tidak mampu menanggung beratnya karena tahu ketika mereka mengkhianati kepercayaan tersebut mereka akan dihukum dengan berat. Namun, manusia sebagai ciptaan Allah yang lebih kecil bersedia menanggung beratnya kepercayaan. Tetapi, tetap ada yang dihukum berat oleh Allah karena mengkhianati kepercayaan tersebut. Mereka yang lalai dalam mengemban kepercayaan adalah orang kejam dan bodoh (Wathan & Zuhirsyan, 2022).

### 3. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam

Kualitas produk adalah kumpulan fitur atau karakteristik yang menjadi ciri produk (barang atau jasa ) dan digunakan untuk memuaskan harapan konsumen. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An- Naml ayat 88:

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: “*Dan engkau akan melihat gunung-gunung, yang engkau kira tetap di tempatnya, padahal ia berjalan (seperti) awan berjalan. (Itulah) ciptaan Allah yang mencipta dengan sempurna segala sesuatu. Sungguh, Dia Maha Teliti atas apa yang kamu kerjakan*” (QS. An- Naml ayat 88).

Ayat ini menjelaskan bahwa ketika menghasilkan sesuatu, itu harus sempurna dan berkualitas tinggi, karena Allah sendiri menciptakan segala sesuatu di langit dan bumi dalam kondisi sempurna.

Produk tersebut dapat dikatakan baik dengan kualitas yang sempurna dan sebagaimana hadits dalam sabda Rasulullah SAW:

عَبْدُ اللَّهِ الثُّعْمَانِيُّ بْنُ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ :  
 إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ

Artinya: “*Dari Abu ‘Abdillah Nu‘man bin Basyir Radhiyallahu anhum berkata: Aku mendengar Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Sesungguhnya yang halal itu telah jelas dan yang haram pun telah jelas pula. Sedangkan di antaranya ada perkara syubhat (samar-samar) yang kebanyakan manusia tidak mengetahui (hukum)-Nya”* (Diriwayatkan oleh al Bukhari dan Muslim, dan ini adalah lafazh Muslim).

#### 4. Layanan Kredit dalam Perspektif Islam

Menurut Didin dan Herna (2023) dalam (Putri Diah Kartika dan Rizal Agus, 2021) harus terdapat nilai-nilai Islam dalam memberikan pelayanan yang maksimal, sebagai berikut:

a. Profesional (*Fathanah*), profesional berarti bekerja pada efisiensi puncak dan dengan dedikasi dan kejujuran. Ayat 84 dari Surat Al-Isra:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “*Katakanlah (Nabi Muhammad), setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing. Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”* (QS. Al-Isra ayat 84).

- b. Kesopanan dan keramahan (*Tabligh*), *tabligh* menyiratkan argumentatif dan banyak bicara. Orang yang berwatak *tabligh* akan berkomunikasi secara akurat dan menggunakan bahasa yang tepat. Sebagaimana dinyatakan dalam ayat 44 surat Taha,

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴿٤٤﴾

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (*Fir'aun*) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut” (QS. Taha ayat 44).

Sopan santun dan keramahan dalam berbicara seseorang adalah sarana untuk memberikan pelayanan terbaik kepada orang lain. Maksudnya apabila melayani seseorang harus dengan rendah hati, tutur kata yang sopan dan berkesan pada orang lain dan merasa puas dengan yang diterima.

- c. Jujur (*Siddiq*), jujur yaitu tidak berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi dengan menjalankan bisnis dengan tidak menipu. Seperti praktik bisnis yang dijalankan Rasulullah SAW dalam menjalankan perdagangan.
- d. *Amanah*, *amanah* berarti mengambil tanggung jawab untuk memenuhi semua tugas dan kewajiban. Seperti dalam surat An- Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ۚ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ

نِعْمًا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (QS. An- Nisa ayat 58).

Menegaskan bahwa adalah tanggung jawab individu untuk menyampaikan amanat kepada mereka yang berhak menerimanya. Seorang muslim selalu harus memiliki sifat amanah. Penerapan amanah berbentuk pelayanan yang unggul dan *ihsan* (melakukan yang terbaik).

## 5. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam

Allah SWT telah berfirman dalam Al- Qur'an surat Al- Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ  
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*” (QS. Al-Baqarah ayat 267).

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan berkepuasan, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa pelayanan yang ber-kepuasan bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi di dalam *mindshare* nasabah. Adanya kedua unsur tersebut, tentu kepuasan nasabah akan semakin meningkat dan pastinya akan menciptakan loyalitas (M. Adi Trisna Wahyudi & Nadia Armadani, 2023).

### C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan pedoman bagi peneliti saat melakukan penelitian berdasarkan penelitian berdasarkan penelitian terdahulu guna memahami perbedaan dari penelitian sebelumnya. Adapun penelitian yang dibahas terkait pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan layanan kredit KCA (Kredit,Cepat,Aman) terhadap kepuasan nasabah baik secara teori, subjek dan objek penelitian serta analisisnya sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kajian Pustaka**

No.	Judul dan Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan Di Desa Pinamorongan oleh Hanna, dkk (2022)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan sebagai variabel (X)</li> <li>2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel (Y)</li> <li>3. Objek penelitian (PT. Pegadaian)</li> </ol>	Penggunaan variabel citra perusahaan untuk mengukur kepuasan nasabah.
2	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar oleh Kreshna Bayuaji, Budhi Poniman 2017.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel (X).</li> <li>2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah</li> </ol>	Kepuasan sebagai variabel intervening, dan loyalitas sebagai variabel Y.
3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian oleh Mohammad Sony (2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kepercayaan sebagai variabel (X)</li> <li>2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah</li> <li>3. Objek penelitian (PT. Pegadaian)</li> </ol>	Menggunakan variabel intervening yaitu kepuasan, dan menggunakan loyalitas nasabah sebagai variabel Y.

4	Pengaruh Brand Image, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Pegadaian Cabang Sragen oleh Rifky Indratriyana, dkk (2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel (X)</li> <li>2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel (Y)</li> <li>3. Objek penelitian (PT. Pegadaian)</li> </ol>	Penggunaan variabel brand image.
5	Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Kota Madiun oleh Riska Dewi Kartikasari dan Isharijadi 2018.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kualitas Produk dan Layanan Kredit sebagai variabel (X)</li> <li>2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel (Y)</li> <li>3. Gadai KCA dan PT. Pegadaian sebagai objek penelitian</li> </ol>	Perbedaannya terdapat pada tempat penelitiannya.
6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian UPC Kalipancur oleh Aruna Ardy Maharestu 2023.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebagai variabel (X).</li> <li>2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah sebagai variabel (Y).</li> <li>3. Gadai KCA dan PT. Pegadaian sebagai objek penelitian</li> </ol>	Perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya dimana penelitian terdahulu dilaksanakan pada PT. Pegadaian UPC Kalipancur dan penelitian sekarang dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.
7	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat oleh Enderwita (2013).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel (X)</li> </ol>	Penggunaan variabel intervening kepuasan dan loyalitas sebagai variabel Y.

		2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah	
8	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) oleh Heri Setiawan dkk (2016)	1. Menggunakan variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan sebagai variabel (X) 2. Menggunakan variabel Kepuasan Nasabah	Penggunaan variabel intervening kepuasan dan loyalitas sebagai variabel Y.

Sumber: Penelitian terdahulu

Berdasarkan tabel di atas bisa dijelaskan bahwa hasil dari kajian beberapa penelitian sebelumnya yaitu:

Hanna, dkk (2022), jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Dengan responden 79 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Begitu pula secara simultan variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kreshna & Budhi (2017), teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan uji instrument yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, dan *path analysis*. Hasil uji hipotesis: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji F dapat

disimpulkan secara bersama-sama bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar. Hasil nilai R<sup>2</sup> total sebesar 0.681 dapat diartikan variasi loyalitas nasabah di PD. BPR Bank Daerah Karanganyar dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening sebesar 68,1% dan sisanya 31,9% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh iklim organisasi, pengawasan dan sebagainya. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa: pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas lebih efektif melalui jalur langsung. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas lebih besar daripada pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas lebih efektif melalui jalur langsung.

Mohammad Sony (2020), penelitian pada jumlah sampel yang digunakan dalam studi minimal berjumlah 100 responden. Penelitian pada data primer digunakan meliputi jawaban 110 responden sudah diukur melalui instrumen penelitian berupa pertanyaan tertutup (berupa angket). Hasil dari angket tersebut kemudian diolah menggunakan AMOS (*Analysis of Moment Structure*) versi 22 dan IBM SPSS Statistics versi 22 dengan *Path Analysis* sebagai teknik analisisnya. Pada hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh kepada kepuasan yang signifikan, kepercayaan memiliki pengaruh pada loyalitas yang signifikan, kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas yang signifikan dan kepercayaan mempunyai pengaruh pada loyalitas melalui kepuasan yang signifikan.

Rifky Indratriyana, dkk (2021), penelitian ini menggunakan metode kuesioner terhadap 96 responden nasabah di Pegadaian Cabang Sragen yang diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil olah data menunjukkan bahwa uji validitas dan uji reliabilitas terhadap seluruh

pertanyaan yang ada terbukti valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini terdistribusi secara normal dan terbebas dari multikolinieritas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Brand Image berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Uji t menunjukkan variabel Brand Image, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel brand image, kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai Adjusted R Square ( $Adjusted R^2$ ) adalah sebesar 1,121 atau 12,1% yang artinya sisanya 87,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini misalnya Motivasi, Kualitas Produk dan lain-lain.

Riska Dewi Kartikasari & Isharijadi (2018), hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas produk kredit gadai KCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun 2) Layanan kredit gadai KCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun 3) Kualitas produk dan layanan kredit gadai KCA berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun. Teknik analisis menggunakan statistik deskriptif, uji instrument, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 24.

Aruna Ardy Maharestu (2023), terdapat pengaruh kualitas produk kredit cepat aman (KCA) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan menggunakan Uji t (Parsial) didapatkan nilai t hitung  $2,795 >$  dari nilai t table sebesar 1,985. Dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima,

sehingga terdapat pengaruh antara variabel X1 (kualitas produk kredit cepat aman (KCA)) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Maka dari itu, Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hasil ini dibuktikan dengan menggunakan Uji t (Parsial) didapatkan nilai t hitung  $5,252 >$  dari nilai t tabel yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga terdapat pengaruh antara variabel X2 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Maka dari itu, kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Enderwita (2013), bentuk penelitian adalah asosiatif dengan populasinya seluruh nasabah Bank BRI Cabang Simpang Empat yang berjumlah 20.114 nasabah. Penarikan sampel dengan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel 392 nasabah. Pengukuran variabel dengan kuesioner yang dikuantifikasi dengan skala likert interval 1 s/d 5. Hal ini dimaksudkan untuk melihat hubungan variabel lain secara langsung maupun tidak langsung atau melalui variabel intervening. Hasil perhitungan bahwa hubungan secara langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,419 dengan kontribusinya ( $R^2$ ) hanya 22,1% saja. Bila dilakukan pengujian secara tidak langsung hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dimana variabel kepuasan nasabah dijadikan intervening, menunjukkan kepuasan nasabah tidak berfungsi sebagai intervening. Hal ini karena selain pengaruh interaksi variabel independen baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan dengan kepuasan terhadap loyalitas tidak signifikan, juga koefisien interaksi ini lebih kecil dari koefisien hubungan langsung. Hal penelitian ini sejalan dengan pendapat dan hasil penelitian yang mengatakan bahwa hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tidak bersifat linier.

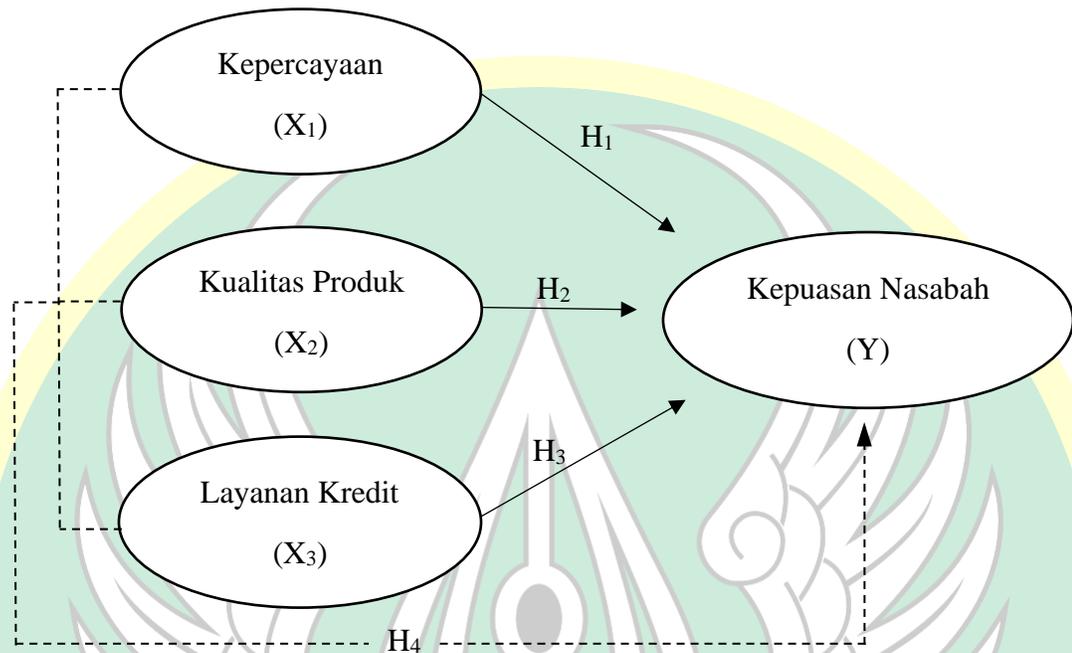
Heri Setiawan, dkk (2016), hasil pengujian SPSS secara parsial antara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang. Dimana  $t$  hitung variabel kualitas produk 4,516, kualitas pelayanan 4,409, variabel kepercayaan 2,109  $>$   $t$  table 1,679, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna jasa Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang, dimana  $t$  hitung 5,048  $>$   $t$  table 1,679. Berdasarkan pengujian *koefisien determinasi* ( $R^2$ ) yang dibantu dengan program SPSS terdapat nilai *adjusted R square* besar 0,398 persen dan sisanya 60,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji *koefisien determinasi* yang kedua dari variabel intervening memiliki nilai *adjusted R square* sebesar 0,198 yang memiliki arti bahwa tingkat pengaruh variabel intervening terhadap variabel dependen sebesar 19,8 persen dan sisanya 80,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

#### **D. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono: 2012).

Dalam kerangka pemikiran ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan layanan kredit terhadap kepuasan nasabah, karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik keempat variabel yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Dari hasil gambar diatas, dapat menjelaskan bahwasannya kepuasan, kualitas produk dan layanan kredit menjadi pengaruh kepuasan nasabah. Untuk variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi yaitu pada kepuasan nasabah (Y), sedangkan untuk variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas yaitu kepercayaan (X<sub>1</sub>) kualitas produk (X<sub>2</sub>) dan layanan kredit (X<sub>3</sub>).

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori empiris saja, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2016). Bersumber pada kerangka pikir serta landasan, sehingga hipotesis bisa diformulasikan, berikut ini:

## 1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung (Leninkumar, 2017). Kepercayaan nasabah berhubungan erat dengan kepuasan nasabah terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan nasabah muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh nasabah dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan.

Kepercayaan nasabah merupakan rasa aman dan percaya yang dirasakan nasabah dalam menggunakan produk serta pelayanan yang diberikan Pegadaian. Teori ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rifky Indratriyana, dkk (2021), menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan penelitian oleh Hanna, dkk (2022), menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah disebutkan, maka bisa disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

*H1* : Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

## 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Tujuan perusahaan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui produk yang berkualitas. Oleh karena itu kualitas produk merupakan hal yang harus dipertahankan perusahaan, karena kualitas produk yang baik dapat membentuk kepuasan nasabah. Menurut Daryanto dan Satyobudi (2014) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk yang diberikan pada nasabah dalam proses penyerahan jasa, kualitas produk atau jasa, persepsi atau harga, serta faktor situasional, dan personal.

Hubungan antara kualitas produk dan kepuasan nasabah diperkuat dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2012) yang menyatakan bahwa jika kualitas produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka konsumen tersebut tidak puas atau kecewa. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kualitas yang dimiliki suatu mempengaruhi kepuasan nasabah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aruna Ardy Maharestu (2023), mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Nurazizah & Dewi Shinta (2021) mengatakan bahwa, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

*H2* : Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

### **3. Pengaruh Layanan Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah**

Pada umumnya layanan kredit yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi tercapainya kepuasan pada nasabah itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Bisa diambil kesimpulan bahwa layanan kredit adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *services* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan nasabah. Layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pada nasabah atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka

harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Nurul Mubarak, 2016).

Dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zanualita, dkk (2020), menyebutkan bahwa layanan kredit berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian Nur Wulandari (2013), menyebutkan bahwa layanan kredit memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

*H3* : Variabel layanan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

#### **4. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Layanan Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah**

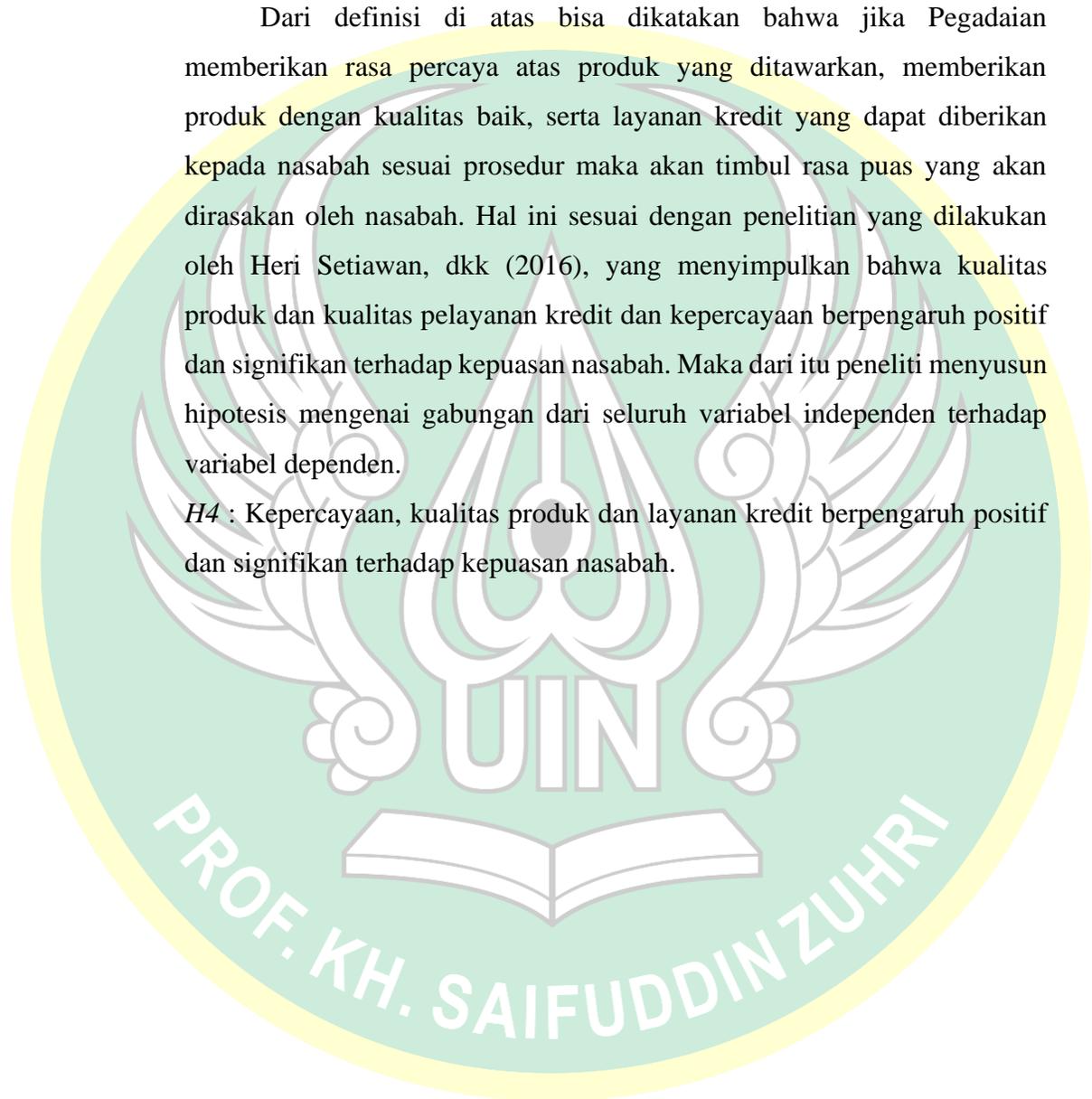
Secara umum, kepercayaan akan suatu produk dan layanan yang diberikan suatu perusahaan akan meningkatkan kepuasan nasabah. Kepercayaan nasabah merupakan sebuah proses yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang relevan, memerlukan waktu agar terbentuk, berlangsung secara bertahap dan terakumulasi. Dalam dunia keuangan, kepercayaan nasabah merupakan hal yang sangat penting karena hal ini dapat meningkatkan hubungan antara nasabah dan perusahaan. Kepercayaan nasabah merupakan pondasi dari bisnis. Membentuk kepercayaan nasabah sehingga nasabah merasa aman untuk bertransaksi dengan perusahaan, merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan nasabah (Robbins, 2003).

Kualitas produk yang semakin baik akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah, karena kualitas produk dapat memberikan ciri serta sifat produk yang khas kepada nasabah sehingga nasabah berpersepsi bahwa produk Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki keunggulan tertentu yang tidak dimiliki oleh produk lain. Kemudian layanan kredit yang

dikemukakan oleh Tjiptono (2017) mengemukakan tentang pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.

Dari definisi di atas bisa dikatakan bahwa jika Pegadaian memberikan rasa percaya atas produk yang ditawarkan, memberikan produk dengan kualitas baik, serta layanan kredit yang dapat diberikan kepada nasabah sesuai prosedur maka akan timbul rasa puas yang akan dirasakan oleh nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Heri Setiawan, dkk (2016), yang menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan kredit dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu peneliti menyusun hipotesis mengenai gabungan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

*H4* : Kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian adalah sebuah ilmu untuk mempelajari langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan secara sistematis, terencana, terstruktur dan terperinci sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Dalam melakukan penelitian ini fokus pada penggunaan angka, table, grafik dan diagram untuk menampilkan hasil data (Sugiyono, 2017).

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **1. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dimulai dari bulan Desember 2022 sampai dengan Desember 2023.

##### **2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap yang berada di Jl. Swadaya No. 12, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Jawa Tengah 5321.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah frase yang luas untuk sekelompok hal atau orang yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan karena mereka memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Seluruh nasabah KCA PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, menjadi populasi penelitian ini.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Nasabah KCA PT. Pegadaian**  
**Cabang Pembantu Cilacap**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2020	11.506
2	2021	11.505
3	2022	12.090
<b>Jumlah</b>		<b>35.101</b>

Sumber: PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap

## 2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain pengambilan sampel *Non- Probability Sampling*, yang berarti elemen pada populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat untuk terpilih sebagai subjek (Sekaran & Roger, 2017: 67). Sedangkan menurut Sugiyono (2019: 133) *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling purposive*. Pada *sampling purposive* ini, peneliti akan menentukan kriteria yang memenuhi persyaratan pada penelitiannya, pengambilan sampel yang terbatas pada jenis audiens ataupun komunitas tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan (Sekaran & Roger, 2017: 67).

Diantaranya responden adalah pengguna/ nasabah produk KCA, yang bertransaksi di Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, nasabah yang sudah melakukan beberapa kali transaksi gadai KCA, dan yang sudah menjadi nasabah lama ataupun nasabah tetap Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.

Menurut Hair et. al (2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai yaitu 10 kali dari jumlah seluruh indikator. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 lebih baik, akan tetapi ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 dapat diterima, tergantung dari latar belakang penelitian (Hair et. al: 2018). Menurut Sugiyono (2017) pada analisis *multivariate*, paling sedikit jumlah anggota sampel yaitu 10 kali dari jumlah item pertanyaan yang diteliti. Pada penelitian ini memiliki 32 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah  $32 \times 10 = 320$  sampel yang telah melakukan pembelian atau pemakaian produk KCA di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Pengumpulan sampel diambil dari tanggal 19 Desember 2023 sampai 2 Januari 2024.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independent biasa disebut dengan variabel bebas. Sedangkan variabel dependen biasanya disebut variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau tergantung oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kepercayaan ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Layanan Kredit ( $X_3$ ), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan ( $Y$ ). Sedangkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Kepercayaan (X1) Kepercayaan ( <i>trust</i> ) menjadi bagian penting bagi perusahaan dengan konsumen, karena konsumen memiliki kepercayaan pada produk atau suatu perusahaan akan membuat suatu perusahaan tersebut berkembang (Akri, Edyson, Suyono, 2021).	1. <i>Honesty</i> (Kejujuran) Item soal (1, 2, 5) 2. <i>Benevolence</i> (kebajikan) Item soal (4, 9) 3. <i>Competence</i> (kompetensi) Item soal (3, 6, 7, 8)	1. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap mengedepankan kejujuran 2. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap menjawab pertanyaan atau keluhan nasabah 3. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap mampu mengatasi masalah yang dialami nasabah dan bersikap terbuka kepada nasabah 4. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap berperilaku baik terhadap nasabah 5. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap bersikap membuka segala jenis masukan baik dan buruk terhadap nasabah 6. Kesiediaan untuk melayani kepentingan nasabah 7. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki karyawan yang handal 8. Pelayanan serta keamanan Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap sudah terpercaya

			9. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas
2	<p>Kualitas Produk (X2)</p> <p>Menurut Kotler &amp; Armstrong (2012), “<i>the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes</i>” yaitu kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, yang termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi dan atribut bernilai lainnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Performance</i> (kinerja) Item soal (6)</li> <li>2. <i>Serviceability</i> (pelayanan) Item soal (1)</li> <li>3. <i>Durability</i> (daya tahan) Item soal (2)</li> <li>4. <i>Reliability</i> (keandalan) Item soal (3)</li> <li>5. <i>Conformance with specification</i> (kesesuaian spesifikasi) Item soal (4)</li> <li>6. <i>Perceived quality</i> (kualitas yang dipersepsikan) Item soal (5)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Waktu kredit fleksibel dan lebih lama</li> <li>2. Pegadaian memberikan jaminan keamanan</li> <li>3. Kualitas produk lebih baik</li> <li>4. Sesuai kebutuhan</li> <li>5. Kecanggihan teknologi produk pegadaian, fasilitas pegadaian <i>digital service</i></li> <li>6. Biaya administrasi murah dan dikenal masyarakat</li> </ol>

3	<p>Layanan Kredit (X3) Menurut Lovelock, dkk (2010:154), pelayanan ialah hasil dari proses evaluasi yang dapat dibandingkan antara persepsi terhadap hasil pelayanan dengan harapan pelanggan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Assurance</i> (jaminan kepastian) Item soal (5, 6, 7)</li> <li>2. <i>Reliability</i> (keandalan) Item soal (4)</li> <li>3. <i>Tangible</i> (bukti fisik) Item soal (1, 2, 3)</li> <li>4. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) Item soal (8, 9)</li> <li>5. <i>Empathy</i> (empati) Item soal (10)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan pegawai, pegawai adil dalam memberikan pelayanan, menumbuhkan rasa percaya dan nyaman</li> <li>2. Ketanggapan karyawan dan kecepatan menangani masalah</li> <li>3. Gedung menarik, nyaman, bersih, karyawan berseragam rapi, dan pengajuan administrasi mudah</li> <li>4. Menyampaikan informasi dengan jelas dan ketelitian karyawan</li> <li>5. Perhatian, peduli, dan ramah terhadap nasabah</li> </ol>
4	<p>Kepuasan Nasabah (Y) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler &amp; Keller, 2009).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Overall satisfaction</i> (kepuasan keseluruhan) Item soal (70)</li> <li>2. <i>Confirmation of expectation</i> (konfirmasi harapan) Item soal (5, 6)</li> <li>3. <i>Experience satisfaction</i> (kepuasan selama mengkonsumsi produk) Item soal (1, 2)</li> <li>4. <i>Re-purchase intent</i> (minat pembelian ulang)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merasa puas dengan produk KCA dan pelayanan yang diberikan Pegadaian</li> <li>2. Dapat mengerti keinginan nasabah sehingga hasil jadi produk yang diinginkan sesuai harapan, KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah cepat aman</li> <li>3. Merasa puas selama menjadi nasabah, jaminan yang dikeluarkan sudah sesuai</li> <li>4. Nasabah akan kembali lagi lain waktu</li> <li>5. Nasabah merekomendasikan</li> </ol>

		Item soal (3) 5. <i>Willingness to recommend</i> (kesediaan merekomendasi) Item soal (4)	Pegadaian kepada orang lain untuk menggunakan produk KCA
--	--	---	--

Sumber: Penelitian terdahulu

## E. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan oleh penulis, yaitu:

### 1. Data Primer

Sugiyono (2015) mengartikan data primer sebagai sumber data yang diperoleh secara langsung ('Aliyah, 2023). Data primer dalam penelitian ini adalah angket yang diberikan secara langsung ataupun tidak langsung melalui google form dan lampiran kuesioner kepada nasabah PT. Pegadaian Cilacap yang menggunakan produk KCA. Peneliti juga mewawancarai salah satu pihak pegawai Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap bernama Ilham Apriyanto, Jesica dan Widi guna kelengkapan dan mempertegas data yang diperlukan dalam penelitian.

### 2. Data Sekunder

Sugiyono (2015) mengartikan data sekunder sebagai data yang diperoleh secara tidak langsung ('Aliyah, 2023). Data sekunder dalam penelitian ini adalah didapat dari penelitian-penelitian terdahulu, ataupun buku, jurnal, serta data lain bersumber dari internet.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Merupakan percakapan dengan tujuan antara dua pihak, yaitu pewawancara sebagai pemberi pertanyaan-pertanyaan dan yang diwawancarai memberi jawaban-jawaban atas pertanyaan tersebut (Cahaya&Jannah, 2022). Dalam penelitian ini menggunakan wawancara

tidak terstruktur dimana pertanyaan-pertanyaan dapat berubah-ubah sesuai apa yang dibutuhkan atau diinginkan peneliti. Wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Ilham Apriyanto Mustaqim sebagai Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Cilacap (2023) serta beberapa nasabah guna memperoleh data observasi awal penelitian.

## 2. Kuesioner/ Angket

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dimana responden diberikan atau dibagikan sekumpulan pertanyaan dengan harapan akan ditanggapi (Suliyanto, 2006).

Pada setiap pertanyaan atau pernyataan yang ada dalam kuesioner diberi bobot dengan menggunakan *skala likert*. Adapun tabel penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Bobot Penilaian**

1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Keterangan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

### 3. Observasi

Merupakan sebuah teknik yang menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrumen yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk pengamatan atau lainnya (Muhammad, 2008). Observasi dalam penelitian ini menggunakan observasi campuran yaitu observasi partisipatif dan observasi terus terang. Observasi partisipatif yaitu peneliti datang ke PT. Pegadaian Cabang Pembantu dan menempatkan diri sebagai bagian dari objek yang sedang diteliti tersebut, contohnya membuat kedekatan terhadap karyawan di PT. Pegadaian tersebut untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Sedangkan observasi terus terang yaitu peneliti mengungkapkan terus terang kepada narasumber bahwa peneliti sedang melakukan observasi sehingga seluruh proses penelitian diketahui. Dalam penelitian ini, penulis datang secara langsung ke PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap untuk memperoleh data yang menjadi objek penelitian.

#### G. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode:

##### 1. Uji Instrumen

Langkah awal sebelum melakukan analisis data adalah melakukan analisis penelitian yaitu menggunakan uji instrumen atau alat ukur. Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam uji instrumen yaitu:

##### a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5% dari *degree of*

*freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel (Ghozali, 2013). Berikut kriteria dari uji validitas:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pernyataan dinyatakan valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

#### **b) Uji Reliabilitas**

Dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS Versi 16.0, dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 maka item dalam pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel.
- Jika nilai *Cronbach's alpha* < 0,60 maka item dalam pertanyaan kuesioner dikatakan tidak reliabel.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a) Uji Normalitas**

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Distribusi utama data berdistribusi normal berada ditengah, dengan nilai rendah di sebelah kiri, nilai tinggi di sebelah kanan, atau simetris di sebelah kanan (Hardisman, 2020: 85). Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah metode uji statistik yang digunakan dalam penyelidikan ini. Data tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- $H_0$  = Distribusi populasi normal, jika probabilitas > 0,05 maka  $H_0$  dapat diterima karena penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5%

- $H_a$  = Distribusi populasi tidak normal,  $H_0$  ditolak jika probabilitas 0,05 (Kadir, 2015).

#### b) Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka, dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi (Riyanto & Hatmawan, 2020: 138).

#### c) Uji Heterokedastisitas

Merupakan salah satu uji hipotesis klasik yang harus dilakukan pada regresi linier. Jika asumsi heterokedastisitas variabel tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai predictor (Mariana, 2022: 112). Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun cara yang dapat digunakan untuk menguji heterokedastisitas, yaitu:

- Apabila pada uji t untuk variabel bebas memiliki nilai sig  $< 0,05$  (5%) maka, dapat dipastikan terdapat heterokedastisitas.
- Apabila pada uji t untuk variabel bebas memiliki nilai sig  $> 0,05$  (5%) maka, dapat dipastikan tidak dapat heterokedastisitas (Riyanto & Hatmawan, 2020: 139).

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen sebagai *factor predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan

nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program komputer SPSS versi 16.0. Uji regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dimana rumusnya yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Nasabah
X <sub>1</sub>	: Kepercayaan
X <sub>2</sub>	: Kualitas Produk
X <sub>3</sub>	: Layanan Kredit
$\alpha$	: Konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> dan b <sub>3</sub>	: Koefisien Regresi
e	: <i>error</i>

#### b) Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan.

Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. H<sub>a</sub> diterima, apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$

### c) Uji F (Simultan)

Menurut Santoso (2006) Uji f yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama-sama untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara simultan (bersama-sama) yang mampu menjelaskan variabel dependen. Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat kontribusi simultan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada kontribusi simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### d) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengetahui berapa besar prosentase pengaruh antara variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Jika ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Pegadaian

Sejarah pegadaian dimulai pada saat Pemerintah Penjajahan Belanda (VOC) mendirikan *BANK VAN LEENING*, yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811-1816) *Bank Van Leening* milik pemerintah dibubarkan, dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapat lisensi dari Pemerintah Daerah Setempat (*liecentie stelsel*). Namun ketika masyarakat diberi kekuasaan, pemegang lisensi menjalankan praktek rentenir atau lintah darat yang dirasakan kurang menguntungkan pemerintah berkuasa (Inggris). Oleh karena itu, metode *liecentie stelsel* diganti dengan *pacht stelsel* yaitu pendirian pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.

Pada saat Belanda berkuasa kembali, metode *pacht stelsel* tetap dipertahankan dan menimbulkan dampak yang sama dimana pemegang hak ternyata banyak melakukan penyalahgunaan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia Belanda menerapkan '*cuulturstelsel*' dimana dalam kajian tentang pegadaian, saran yang dikemukakan adalah sebaiknya kegiatan pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintah agar dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan *Staatsblad* (Stbl) No. 131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur bahwa usaha Pegadaian merupakan monopoli Pemerintah dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi

(Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian.

## 2. Sejarah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap

Pada awal pemerintahan Republik Indonesia Kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen) karena situasi perang yang kian terus memanas. Agresi Militer Belanda yang kedua memaksa Kantor Jawatan Pegadaian dipindah lagi ke Magelang. Selanjutnya pasca perang kemerdekaan Kantor Jawatan Pegadaian kembali lagi ke Jakarta dan Pegadaian kembali dikelola oleh Pemerintah Republik Indonesia. Dalam masa ini Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No. 103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (PERUM).

Kemudian, pada tanggal 01 April 2012 diubah menjadi PT Pegadaian (Persero) berdasarkan Akta Pendirian PT Pegadaian (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2011 yang dibuat dihadapan Nanda Fauziwan, SH. M.Kn Notaris di Jakarta Selatan dan disahkan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-1725, AH.H.01.01 tahun 2012 tanggal 4 April 2012 tentang pengesahan badan hukum perseroan telah disahkan Badan Hukum Perusahaan (Persero) Pegadaian (Persero) yang kemudian diubah terakhir dengan akta nomor 10 tanggal 12 Agustus 2015 ([www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)).

Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap terletak di Jl. Swadaya No. 12, Potongan, Tambakreja, Kec. Cilacap Selatan, Kab. Cilacap, Jawa Tengah 5321, merupakan kantor cabang pegadaian yang berada di bawah kanwil Semarang. Seiring dengan berjalannya waktu terus berkembang menjadi kantor cabang yang besar dimana Pegadaian kantor Cabang Cilacap

mengawasi beberapa unit-unit pembantu cabang antara lain: UPC Kroya, UPC Adipala, UPC Limbangan, UPC Gatsu, UPC Tidar, UPC Pasar Gede.

Berkembangnya Pegadaian kantor Cabang Cilacap ini disebabkan karena lokasi Pegadaian yang strategis, mudah diakses oleh masyarakat yang membutuhkan dana cepat dan tempat yang nyaman, berada ditengah kota dan dekat dengan pasar. Halaman parkir kendaraan yang luas dan gudang penyimpanan barang yang cukup luas serta keamanan terjaga.

### 3. Visi dan Misi PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap

#### a. Visi

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat

#### b. Misi

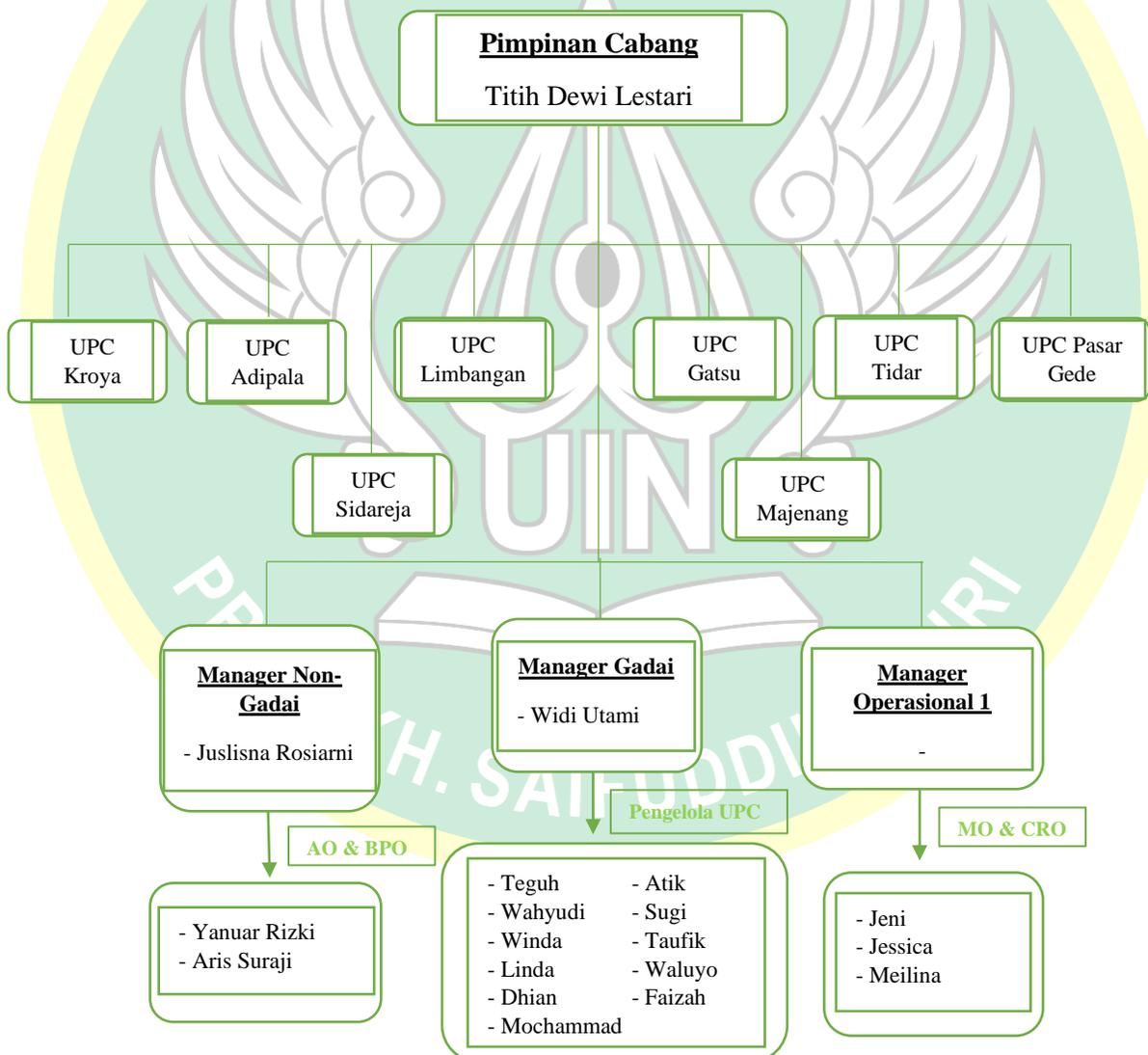
- 1) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
- 2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.
- 3) Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
  - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
  - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
  - Praktek manajemen risiko yang kokoh
  - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

### 4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap

Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam suatu organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan fungsi atau kegiatan yang berbeda-beda yang diintegrasikan dan dikoordinasikan.

Struktur organisasi merupakan aspek yang sangat penting dalam sebuah organisasi, baik itu organisasi yang bergerak dibidang sosial dan pada bidang yang bergerak pada dunia usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Maka PT Pegadaian memerlukan struktur organisasi yang menjadi acuan untuk menentukan setiap tugas dan tanggung jawab atas tiap jabatan yang ada di dalamnya.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Cilacap**



Berikut tugas masing-masing bidang:

**a. Pimpinan Cabang**

Fungsi dari Pimpinan Cabang adalah mengelola operasional cabang dengan menyalurkan uang pinjaman secara hukum gadai dan melaksanakan usaha-usaha lainnya secara mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan masyarakat serta mengawasi Unit Pelayanan Cabang (UPC) yang dibantu oleh pengelola UPC.

Tugas pimpinan cabang yaitu sebagai berikut:

- 1) Menyusun program kerja operasional cabang agar berjalan lancar dan sesuai dengan misi perusahaan.
- 2) Menetapkan taksiran dan mengkoordinasikan kegiatan penaksiran barang jaminan berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 3) Mengkoordinasikan penyaluran uang pinjaman berdasarkan taksiran barang jaminan agar besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengkoordinasikan pengembalian uang pinjaman, pendapatan sewa modal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Mengkoordinasikan pengelolaan barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka menjaga kualitas dan kuantitas barang jaminan.
- 6) Mengkoordinasikan mengenai kegiatan-kegiatan dalam Unit Pelayanan Cabang (UPC).

**b. Pengelola UPC (Unit Pelayanan Cabang)**

Fungsi dari Pengelola UPC (Unit Pelayanan Cabang) adalah mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional, mengawasi administrasi, keuangan, keamanan, ketertiban, dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan UPC (Unit Pelayanan Cabang).

Tugas Pengelola UPC adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional UPC.
- 2) Menangani barang jaminan bermasalah dan barang jaminan lewat jatuh tempo.
- 3) Melakukan pengawasan secara uji petik dan terprogram terhadap barang jaminan yang masuk.
- 4) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi administrasi, keuangan, sarana dan prasarana, keamanan, ketertiban, dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan operasional UPC.

**c. Manajer Operasional**

Fungsi dari Manajer Operasional adalah melakukan pengawasan terhadap penetapan uang taksiran barang jaminan, uang pinjaman gadai, pengelolaan Gudang barang jaminan dan usaha lain dan mewakili pimpinan cabang dalam mengelola cabang apabila pimpinan cabang berhalangan agar pelaksanaan operasional cabang berjalan lancar, efektif dan efisien.

Tugas Manajer Operasional adalah:

- 1) Menyusun program kerja operasional cabang agar berjalan lancar dan sesuai dengan misi perusahaan.
- 2) Menetapkan taksiran dan mengkoordinasikan kegiatan penaksiran barang jaminan berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 3) Mengkoordinasikan penyaluran uang pinjaman berdasarkan taksiran barang jaminan agar besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengkoordinasikan pengembalian uang pinjaman, pendapatan sewa modal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- 5) Mengkoordinasikan pengelolaan barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka menjaga kualitas dan kuantitas barang jaminan.

#### **d. Manager Gadai**

Tugas manager gadai adalah sebagai berikut:

- 1) Mengendalikan dan memonitor kegiatan operasional unit kerja di bawah koordinasinya secara efisien berdasarkan prinsip kehati-hatian dan ketentuan yang berlaku.
- 2) Melaksanakan, mengkoordinasikan dan memonitor kegiatan pelayanan prima kepada nasabah untuk mencapai target kepuasan nasabah.
- 3) Melaksanakan kegiatan pengendalian intern terhadap seluruh aktivitas operasional bisnis gadai dan keuangan unit kerja di bawah koordinasinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengarahkan pengelolaan portofolio bisnis gadai unit kerja di bawah koordinasinya sesuai dengan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP).
- 5) Mengarahkan pelaksanaan *Performance Management System* (PMS) mulai dari penetapan target (*target setting*), *cascading target*, *performance review*, *coaching*, *mentoring* dan *performance appraisal* pada Unit Kerja di bawahnya.

#### **e. Manager Non- Gadai**

Tugas manager non-gadai sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan dan memonitor kegiatan pemasaran dan pengelolaan produk non-gadai (mikro) untuk meningkatkan transaksi, kinerja, profitabilitas, dan portofolio kantor cabang sesuai target.

- 2) Mengkoordinasikan pemberian layanan prima kepada nasabah non gadai (mikro) untuk mencapai kualitas layanan yang handal.
- 3) Mengkoordinasikan pengelolaan kualitas pinjaman mikro (*kolektibilitas* Dalam perhatian khusus / DPK, Non Performing Loan/ NPL dan *ekstrakomptabel*), untuk memitigasi risiko kegiatan dengan tetap menjaga hubungan baik dengan nasabah dan menjaga citra perusahaan
- 4) Melaksanakan kegiatan pengendalian intern terhadap seluruh aktivitas operasional bisnis non gadai dan keuangan di bawah koordinasinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Mensupervisi proses asuransi penjaminan kredit terkait kelengkapan dan penatakerjaan dokumen sesuai yang dipersyaratkan.

#### B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk KCA (Kredit, Cepat, Aman) di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, dengan jumlah nasabah sebanyak 320 nasabah melalui perhitungan jumlah indikator dikali 5 sampai 10 (Hair *et al.*, 2018). Dari hasil penelitian melalui kuesioner diperoleh karakteristik dari responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Jumlah	Presentase
1	<b>Jenis Kelamin :</b>		
	a. Laki-laki	71	22,19%
	b. Perempuan	249	77,81%
<b>Total</b>		320	100%
2	<b>Usia</b>		
	a. ≤ 20 tahun	82	25,63%

	b. 21-30 tahun	89	27,81%
	c. 31-40 tahun	84	26,25%
	d. 41-50 tahun	53	16,56%
	e. $\geq$ 51 tahun	12	3,75%
<b>Total</b>		320	100%
<b>3</b>	<b>Pekerjaan</b>		
	a. Pelajar/ Mahasiswa	133	41,56%
	b. PNS	15	4,68%
	c. IRT	78	24,38%
	d. Pegawai Swasta	22	6,88%
	e. Lain-lain	72	22,5%
<b>Total</b>		320	100%
<b>4</b>	<b>Status Nasabah Pengguna KCA</b>		
	a. Iya	319	99,69%
	b. Bukan	1	0,31%
<b>Total</b>		320	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2024)

Dari hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 249 nasabah atau 77,81%. Dan untuk responden laki-laki berjumlah 71 nasabah atau 22,19%. Sebagian besar responden adalah nasabah yang menggunakan produk KCA di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.

Pada responden berdasarkan usia, diketahui bahwa responden usia  $\leq$  20 tahun sebanyak 82 nasabah atau 25,63%. Responden usia 21-30 tahun sebanyak 89 nasabah atau 27,81%. Responden usia 31-40 tahun sebanyak 84 nasabah atau 26,25%. Responden usia 41-50 tahun sebanyak 53 nasabah atau 16,56%. Responden usia  $\geq$  51 tahun sebanyak 12 nasabah atau 3,75%. Dengan ini,

nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap berdominasi usia 21-30 tahun.

Pada responden berdasarkan pekerjaan, menunjukkan bahwa untuk responden kategori pelajar/ mahasiswa berjumlah 133 nasabah atau 41,56%. Kategori PNS berjumlah 15 nasabah atau 4,68%. Kategori IRT berjumlah 78 nasabah atau 24,38%. Kategori pegawai swasta berjumlah 22 nasabah atau 6,88%. Kategori lain-lain berjumlah 72 nasabah atau 22,5%.

Pada karakteristik status nasabah pengguna KCA dalam penelitian ini adalah 319 nasabah atau 99,69%. Dan yang bukan pengguna KCA berjumlah 1 nasabah atau 0,31%. Dari hasil tersebut, maka sebagian besar nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap yang menjadi responden dalam penelitian ini telah menggunakan produk KCA sebanyak 319 responden atau 99,69%.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel (Ghozali, 2013).

$$\begin{aligned} R_{tabel} &= n - 2 \\ &= 320 - 2 \\ &= 318 \\ &= 0,0921 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,678	0,0921	Valid
	X1.2	0,650	0,0921	Valid
	X1.3	0,577	0,0921	Valid
	X1.4	0,633	0,0921	Valid
	X1.5	0,635	0,0921	Valid
	X1.6	0,645	0,0921	Valid
	X1.7	0,633	0,0921	Valid
	X1.8	0,674	0,0921	Valid
	X1.9	0,693	0,0921	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,671	0,0921	Valid
	X2.2	0,714	0,0921	Valid
	X2.3	0,708	0,0921	Valid
	X2.4	0,718	0,0921	Valid
	X2.5	0,767	0,0921	Valid
	X2.6	0,747	0,0921	Valid
Layanan Kredit (X3)	X3.1	0,633	0,0921	Valid
	X3.2	0,680	0,0921	Valid
	X3.3	0,671	0,0921	Valid
	X3.4	0,616	0,0921	Valid
	X3.5	0,602	0,0921	Valid
	X3.6	0,675	0,0921	Valid
	X3.7	0,664	0,0921	Valid
	X3.8	0,679	0,0921	Valid
	X3.9	0,600	0,0921	Valid

	X3.10	0,649	0,0921	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,688	0,0921	Valid
	Y.2	0,723	0,0921	Valid
	Y.3	0,710	0,0921	Valid
	Y.4	0,699	0,0921	Valid
	Y.5	0,719	0,0921	Valid
	Y.6	0,650	0,0921	Valid
	Y.7	0,689	0,0921	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)

Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa perhitungan uji validitas berjumlah 32 pertanyaan yang terdiri dari 9 pertanyaan variabel kepercayaan, 6 pertanyaan variabel kualitas produk, 10 pertanyaan variabel layanan kredit, dan 7 pertanyaan variabel kepuasan. Bahwa  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $>$  0,0921). Maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel kepercayaan (X1), kualitas produk (X2), layanan kredit (X3), dan kepuasan nasabah (Y) di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap dinyatakan Valid. Maka kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2013) uji reliabilitas yaitu instrumen guna menakar suatu kuesioner yang merupakan parameter dari variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan alat bantu SPSS Uji Statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Menurut Nunnally dalam Ghazali (2013) Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,825	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,815	Reliabel
Layanan Kredit (X3)	0,846	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,823	Reliabel

*Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)*

Berdasarkan tabel hasil analisis uji reliabilitas diketahui bahwa semua instrumen dalam variabel kepercayaan (X1), kualitas produk (X2), layanan kredit (X3), dan kepuasan nasabah (Y) bersifat reliabel, karena masing-masing variabel *Cronbach Alpha* bernilai lebih tinggi daripada 0,60. Maka dari itu semua instrumen pertanyaan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Distribusi utama data berdistribusi normal berada ditengah, dengan nilai rendah di sebelah kiri, nilai tinggi di sebelah kanan, atau simetris di sebelah kanan (Hardisman, 2020: 85). Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah metode uji statistik yang digunakan dalam penyelidikan ini.

Data tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:  $H_0$  = Distribusi populasi normal, jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  dapat diterima karena penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5% dan  $H_a$

= Distribusi populasi tidak normal,  $H_0$  ditolak jika probabilitas 0,05 (Kadir, 2015).

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		320
<i>Normal Parameters<sup>a</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.44588834
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.075
	<i>Positive</i>	.060
	<i>Negative</i>	-.075
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1.309
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.065

*a. Test distribution is Normal.*

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)

Berdasarkan tabel output tersebut, bersumber pada hasil persamaan uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dihasilkan nilai  $0,065 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *VIF*  $< 10$  maka, dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi (Riyanto & Hatmawan, 2020: 138).

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.449	1.346		3.306	.001		
	Kepercayaan	.306	.062	.347	4.935	.000	.325	3.082
	Kualitas Produk	.182	.071	.161	2.580	.010	.410	2.437
	Layanan Kredit	.200	.053	.256	3.775	.000	.350	2.859

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui hasil uji multikolinearitas terhadap variabel independen yaitu variabel kepercayaan (X1), kualitas produk (X2), dan layanan kredit (Y) adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai *tolerance* kepercayaan (X1) sebesar  $0,325 > 0,10$ , sedangkan nilai VIF sebesar  $3,082 < 10$ .
- 2) Nilai *tolerance* kualitas produk (X2) sebesar  $0,410 > 0,10$ , sedangkan nilai VIF sebesar  $2,437 < 10$ .
- 3) Nilai *tolerance* layanan kredit (X3) sebesar  $0,350 > 0,10$ , sedangkan nilai VIF sebesar  $2,859 < 10$ .

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen atau variabel bebas, sehingga dapat digunakan sebagai model analisis data.

### c. Uji Heterokedastisitas

Merupakan salah satu uji hipotesis klasik yang harus dilakukan pada regresi linier. Jika asumsi heterokedastisitas variabel tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai predictor (Mariana, 2022: 112). Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji

apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Pada penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas menggunakan metode uji *Glejser Test*.

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.342	26.041		.128	.898
	Kepercayaan	.516	2.666	.167	.193	.847
	Kualitas Produk	-5.349	3.782	-1.356	-1.414	.158
	Layanan Kredit	2.768	2.334	1.013	1.186	.236
	X1_Kuadrat	.250	.079	5.653	3.148	.002
	X2_Kuadrat	.337	.092	3.972	3.663	.000
	X3_Kuadrat	.141	.051	4.086	2.744	.006
	X1X2	-.232	.119	-3.554	-1.952	.052
	X1X3	-.338	.101	-8.148	-3.336	.001
	X2X3	-.060	.109	-1.031	-.553	.581

a. Dependent Variable: U2t

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)

Berdasarkan tabel uji heterokedastisitas di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh variabel kepercayaan (X1) terhadap kepuasan (Y) tidak terjadi gejala heterokedastisitas, karena memiliki nilai signifikan sebesar  $0,847 > 0,05$ .

- 2) Pengaruh variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan ( $Y$ ) tidak terjadi gejala heterokedastisitas, karena memiliki nilai signifikan sebesar  $0,158 > 0,05$ .
- 3) Pengaruh variabel layanan kredit ( $X_3$ ) terhadap kepuasan ( $Y$ ) tidak terjadi gejala heterokedastisitas, karena memiliki nilai signifikan sebesar  $0,236 > 0,05$ .

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen sebagai factor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program komputer SPSS versi 16.0. Uji regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dimana rumusnya yaitu:

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

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Nasabah

$X_1$  = Kepercayaan

$X_2$  = Kualitas Produk

$X_3$  = Layanan Kredit

$b_1, b_2$  dan  $b_3$  = Koefisien Regresi

$e$  = error

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.449	1.346		3.306	.001
	Kepercayaan (X1)	.306	.062	.347	4.935	.000
	Kualitas Produk (X2)	.182	.071	.161	2.580	.010
	Layanan Kredit (X3)	.200	.053	.256	3.775	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda antara variabel kepercayaan (X1), kualitas produk (X2), dan layanan kredit (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap yaitu:

$$Y = 4,449 + 0,306X_1 + 0,182X_2 + 0,2X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,449 menyatakan jika variabel kepercayaan (X1), kualitas produk (X2), dan layanan kredit (X3) sama dengan nol (0) atau konstan maka Kepuasan Nasabah (Y) akan sebesar 4,449.
- 2) Koefisien regresi ( $b_1$ ) untuk variabel Kepercayaan (X1) bertanda positif sebesar 0,306, menyatakan bahwa Kepercayaan sebesar 1% maka akan meningkat sebesar 0,306 atau 31% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (tetap).
- 3) Koefisien regresi ( $b_2$ ) untuk variabel Kualitas Produk (X2) bertanda positif sebesar 0,182, menyatakan bahwa Kualitas Produk sebesar 1% maka akan meningkat 0,182 atau 18% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (tetap).

- 4) Koefisien regresi ( $b_3$ ) untuk variabel Layanan Kredit ( $X_3$ ) bertanda positif sebesar 0,2, menyatakan bahwa Layanan Kredit sebesar 1% maka akan meningkat 0,2 atau 20% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (tetap).

#### b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan.

Kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.  $H_a$  diterima, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (0,05 ; n - k - 1) \\
 &= (0,05 ; 320 - 3 - 1) \\
 &= (0,05 ; 316) \\
 &= 1,649
 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$k$  = Jumlah variabel bebas (variabel X)

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.449	1.346		3.306	.001
	Total_X1	.306	.062	.347	4.935	.000
	Total_X2	.182	.071	.161	2.580	.010
	Total_X3	.200	.053	.256	3.775	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0 (2024)

Dari tabel tersebut hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa:

- 1) Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).  
Variabel Kepercayaan (X1) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $4,935 > 1,649$  ( $t_{tabel}$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima** dan **menolak H0**. Sehingga secara parsial variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- 2) Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).  
Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $2,580 > 1,649$  ( $t_{tabel}$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,01 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima** dan **menolak H0**. Sehingga secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- 3) Pengaruh Layanan Kredit (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).  
Variabel Layanan Kredit (X3) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $3,775 > 1,649$  ( $t_{tabel}$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima** dan **menolak H0**. Sehingga

secara parsial variabel Layanan Kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

**c. Uji F (Simultan)**

Menurut Santoso (2006) Uji f yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama-sama untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara simultan (bersama-sama) yang mampu menjelaskan variabel dependen.

Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat kontribusi simultan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. 49
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada kontribusi simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= (k ; n - k) \\
 &= (3 ; 320 - 3) \\
 &= (3 ; 317) \\
 &= 2,633
 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$k$  = Jumlah variabel bebas (X)

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2052.784	3	684.261	102.085	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2118.104	316	6.703		
	Total	4170.887	319			

a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 102,085 dan nilai signifikansi 0,000. Data yang diperoleh yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $102,085 > 2,633$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat ditunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Layanan Kredit (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

**d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengetahui berapa besar prosentase pengaruh antara variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y). Jika ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika ( $R^2$ ) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 <sup>a</sup>	.492	.487	2.589

a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1

Sumber: Hasil olahan data SPSS versi 16.0

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa besarnya nilai determinasi *R Square* yaitu 0,492. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Layanan Kredit sebesar 49,2%. Adapun sisanya sebesar (100% - 49,2% = 50,8%) yang berarti dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti harga, persepsi, jaminan, empati, bukti fisik, kemudahan akses mendapatkan produk,, faktor situasi maupun faktor manusia (daya tanggap, keandalan).

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan guna melihat pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan layanan kredit gadai KCA terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap.

##### **1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari  $t_{hitung}$  variabel Kepercayaan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 4,935 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,935 > 1,649$ ) dan menghasilkan tingkat signifikan t yaitu 0,00 lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan

Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1), **diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan mampu menarik dan mempertahankan kepuasan nasabah. Dalam hal ini PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki kemampuan untuk membantu nasabah dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah, kesediaan dalam PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap melayani kepentingan nasabah dan integritas dari PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap membuat nasabah yakin terhadap PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat oleh nasabah. PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memberikan fasilitas penitipan barang yang amandan dapat dipercaya. Pegadaian juga menjamin kualitas produk dan pelayanan kepada setiap nasabah dengan sigap, responsive, dan terpercaya. Melalui berbagai layanan ini, Pegadaian membantu nasabah menjamin kualitas dan keamanan produknya serta mengurangi risiko dan memenuhi harapan nasabah (Senin, 18 September 2023).

Hal ini sesuai dengan teori Kepercayaan bahwa Kepercayaan nasabah dapat dibangun melalui peningkatan kualitas pelayanan, produk dan pencapaian kepuasan nasabah. Menurut Deutsch (2008: 68) "*trust is defined as the expectation of the parties in a transaction and the risk associated*". Kepercayaan adalah harapan yang ingin dicapai dari sekumpulan orang yang melakukan transaksi dengan mempertimbangkan resiko. Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun relationship, walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Keyakinan atau kepercayaan konsumen merupakan faktor penting untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah dan strategi untuk mencegah beralihnya nasabah ke pihak pesaing (Fasochah, 2013).

Hal tersebut juga sesuai dengan landasan teologis yang tercantum dalam salah satu surat dalam Al- Qur'an yaitu surat Al- Ahzab ayat 72. Dimana dalam firman Allah tersebut dijelaskan bahwa Kepercayaan adalah sebuah beban yang sangat berat, ciptaan Allah yang besar seperti langit, bumi dan gunung bahkan tidak mampu menanggung beratnya karena tahu ketika mereka mengkhianati kepercayaan tersebut mereka akan dihukum dengan berat. Namun, manusia sebagai ciptaan Allah yang lebih kecil bersedia menanggung beratnya kepercayaan. Tetapi, tetap ada yang dihukum berat oleh Allah karena menkhianati kepercayaan tersebut. Mereka yang lalai dalam mengemban kepercayaan adalah orang kejam dan bodoh (Alimin et al., 2018).

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Rifky Indratriyana, dkk (2021) yang menyebutkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil olah data uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan hasil yang sama yaitu terbukti sama-sama valid dan reliabel, serta uji asumsi klasik yang menunjukkan persamaan yaitu terdistribusi secara normal dan terbebas dari multikolinearitas dan tidak terjadi heterokedastisitas. Kepercayaan tidaklah mudah untuk dibangun, jika nasabah sudah merasa percaya maka tidak akan ada lagi keraguan dalam memilih produk tersebut.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) sebesar 2,580 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,580 > 1,649$ ) dan menghasilkan tingkat signifikan t yaitu 0,01

lebih kecil dari 0,05 ( $0,01 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2), **diterima**.

Dalam penelitian menunjukkan bahwa proses pengajuan pinjaman produk KCA dilakukan dengan cepat memiliki pengaruh tertinggi atas kualitas produk terhadap kepuasan. Seperti halnya setelah melakukan pengamatan kepada nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan dalam proses pengajuan kredit KCA dapat dilakukan secara cepat dan mudah tanpa memerlukan berbagai tahapan yang harus dilakukan di dalam proses pengajuan pinjaman kredit KCA berdasarkan hukum gadai (Senin, 18 September 2023).

Hal ini sesuai dengan teori Kualitas Produk menurut Kotler dan Amstrong (2008) adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Sedangkan menurut *American Society for Quality Control* yang dikutip dalam (Rohimah, 2013) kualitas produk adalah kemampuan keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau layanan yang dapat memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat.

Hal tersebut juga sesuai dengan landasan teologis yang tercantum dalam salah satu surat dalam Al- Qur'an yaitu surat An- Naml ayat 88 dan juga terdapat pada salah satu hadits Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari Muslim. Dimana konsep yang dimaksud yaitu bahwa ketika menghasilkan sesuatu, itu harus sempurna dan berkualitas tinggi, karena Allah sendiri menciptakan segala sesuatu di langit dan bumi dalam kondisi

sempurna. Sempurna yaitu dalam artian memiliki kebaikan atau manfaat di dalamnya.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Aruna Ardy Maharestu (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Uji parsial menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sama halnya dengan penelitian yang sedang saya lakukan. Semakin tinggi kualitas produk dalam memuaskan nasabah, maka akan menyebabkan kepuasan nasabah yang tinggi pula (Kotler dan Amstrong, 2008).

### 3. Pengaruh Layanan Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pada hasil perhitungan regresi linier yang sudah dilakukan pada variabel independen dan pada tabel uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari  $t_{hitung}$  variabel Layanan Kredit (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 3,773 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,773 > 1,649$ ) dan menghasilkan tingkat signifikan t yaitu 0,00 lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa Layanan Kredit berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3), **diterima**.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan berpenampilan rapi saat bekerja memiliki pengaruh tertinggi dalam layanan terhadap kepuasan nasabah. Setelah melakukan pengamatan pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap tidak hanya melayani yang sesuai dengan napa yang diharapkan oleh nasabah, namun pihak PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap juga menunjukkan penampilan yang rapi sebagai bukti

fisik pelayanan bahwa PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap telah siap dalam pribadi masing-masing yang ditunjukkan dengan penampilan karyawan yang rapi menjadi nilai tambah di mata nasabah dalam memberikan layanan. Apabila karyawan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap menunjukkan pribadi yang berpenampilan rapi, maka nasabah akan merasa lebih nyaman (Senin, 18 September 2023).

Hal ini sesuai dengan teori Layanan Kredit bahwa Kualitas layanan berhubungan dengan layanan apa yang diharapkan oleh pengguna pelayanan (nasabah) dan kemampuan perusahaan penyedia pelayanan memenuhi harapan pengguna pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dapat diukur dari sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan nasabah, dengan demikian terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi (menentukan) kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pengguna layanan dan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh pengguna layanan. Baik tidaknya kualitas pelayanan sangat tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna secara konsisten (Rusby & Arif, 2022: 128).

Hal tersebut juga sesuai dengan landasan teologis yang tercantum dalam salah satu surat dalam Al- Qur'an yaitu surat Al- Isra ayat 84, Taha ayat 44 dan An- Nisa ayat 58. Dimana ketiga firman tersebut konsep layanan kredit yang dimaksud adalah Menurut Didin dan Herna (2023) dalam (Putri Diah Kartika dan Rizal Agus, 2021) harus terdapat nilai-nilai Islam dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu *fathanah*, *tabligh*, *siddiq* dan *amanah*.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel Layanan Kredit berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Riska Dewi Kartikasari & Isharijadi (2018) yang menyatakan bahwa layanan kredit

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Uji parsial pada penelitian sebelumnya dan sekarang yaitu sama-sama berpengaruh signifikan. Adanya layanan yang sesuai dengan yang diharapkan nasabah maka akan semakin puas dan meningkat pembelian produk.

#### **4. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Layanan Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah**

Dari hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan bahwa ketiga variabel secara simultan atau secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Dengan perhitungan  $F_{hitung}$  sebesar 102,085 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,633. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $102,085 > 2,633$  atau signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ )). Hal ini berarti secara keseluruhan Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Layanan Kredit secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dapat diterima.

Dalam penelitian ini diketahui indikator kepuasan keseluruhan menyatakan secara keseluruhan nasabah merasa puas dengan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, menunjukkan pengaruh yang tinggi pada kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap merasa puas baik dari kepercayaan, segi pelayanan ataupun kualitas produk yang ditawarkan. Dari segi kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit yang ditawarkan mencakup kejujuran, kebajikan, kompetensi, kinerja, pelayanan, daya tahan, keandalan, kesesuaian spesifikasi, kualitas yang dipersepsikan, jaminan kepastian, keandalan, bukti fisik, daya tanggap dan empati. Kepuasan nasabah semakin meningkat dapat dilihat dari jumlah nasabah yang datang untuk melakukan kredit gadai yang semakin hari semakin meningkat (Senin, 18 September 2023).

Dengan memiliki kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit yang baik menunjukkan keunggulan di luar perusahaan. Kondisi ini disebabkan karena kepercayaan, kualitas produk, dan layanan kredit merupakan tolak ukur suatu perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan nasabah, bilamana kepercayaan, kualitas produk dan layanan kredit ditingkatkan maka, kepuasan nasabah juga akan ikut meningkat (Senin, 18 September 2023).

Pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Layanan Kredit memiliki pengaruh 49,2% terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Hal tersebut berarti ketiga variabel berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Dimana pengaruh positif tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan pada jumlah nasabah pengguna produk KCA (Kredit, Cepat, Aman), sesuai pada data berikut:

**Tabel 4.11**  
**Tabel Jumlah Nasabah KCA**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah KCA</b>
2020	11.506
2021	11.505
2022	12.090

*Sumber: PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap 2023*

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa peningkatan terhadap Kepuasan Nasabah memang benar nyata adanya. Yaitu dapat melihat dapat melihat pada tabel, adanya kenaikan dari jumlah nasabah KCA yang pada tahun 2021 sebanyak 11.505 nasabah, bertambah 585 nasabah sehingga menjadi 12.090 nasabah pada tahun 2022.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Layanan Kredit terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,935 > 1,649$ ). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kepercayaan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat Kepercayaan, maka semakin tinggi tingkat Kepuasan nasabah dalam menggunakan produk KCA.
2. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,01 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,580 > 1,649$ ). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat Kualitas Produk, maka semakin tinggi tingkat Kepuasan nasabah dalam menggunakan produk KCA.
3. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel Layanan Kredit (X3) memiliki nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  artinya signifikan, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,775 > 1,649$ ). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Layanan Kredit (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat Layanan Kredit, maka semakin tinggi tingkat Kepuasan nasabah dalam menggunakan produk KCA.

4. Variabel Kepercayaan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Layanan Kredit (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini berdasarkan output dari uji F yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $102,085 > 2,633$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Dari hasil output tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil output tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran peneliti yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian seperti harga, persepsi, jaminan, empati, bukti fisik, kemudahan akses mendapatkan produk, faktor situasi maupun faktor manusia (daya tanggap, keandalan).

2. Bagi PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap

Sesuai dengan kesimpulan yang menunjukkan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan kepercayaan, kualitas produk, serta layanan kredit PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap. Akan tetapi ada atribut yang memiliki penilaian rendah yaitu terdapat pada indikator “Pegadaian menjawab pertanyaan atau keluhan nasabah”. Hal tersebut masih memerlukan adanya evaluasi serta perbaikan tentang sejauh mana kepercayaan, kualitas produk, serta layanan kredit yang telah diberikan agar

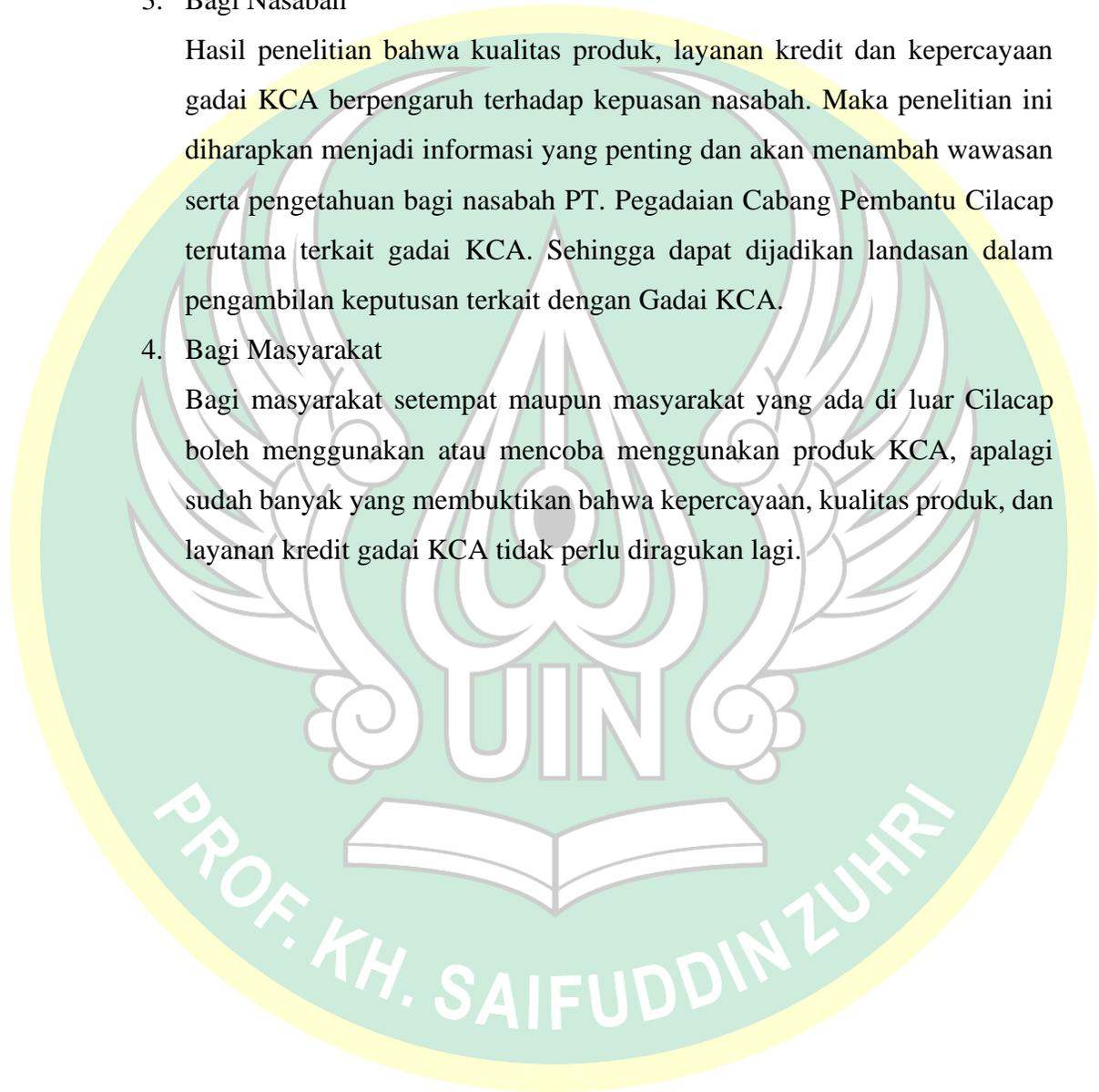
dapat sesuai maupun lebih tinggi dari harapan nasabah. Dilakukannya peningkatan terhadap dimensi-dimensi kepercayaan, kualitas produk serta layanan kredit sesuai dengan harapan nasabah.

### 3. Bagi Nasabah

Hasil penelitian bahwa kualitas produk, layanan kredit dan kepercayaan gadai KCA berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka penelitian ini diharapkan menjadi informasi yang penting dan akan menambah wawasan serta pengetahuan bagi nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap terutama terkait gadai KCA. Sehingga dapat dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan terkait dengan Gadai KCA.

### 4. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat setempat maupun masyarakat yang ada di luar Cilacap boleh menggunakan atau mencoba menggunakan produk KCA, apalagi sudah banyak yang membuktikan bahwa kepercayaan, kualitas produk, dan layanan kredit gadai KCA tidak perlu diragukan lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akri, Peri, Adyson & Suyono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di CV Mitra Mantra Mandiri Pekanbaru, *dalam Lucrum: Jurnal Bisnis Terapan*, 1 (1), 74-86.  
<https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/download/1836/827/>
- Aliya, I., & Suryaningsih, S. A. (2023). Optimalisasi Pemberdayaan Yatim Dhuafa Melalui Pendayagunaan ZIS Program Sanggar Lestari Laz Saku Yatim Indonesia. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8 (1), 97-115.  
<https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v8i1/1833>
- Arif, M. S. Z. (2020). “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian”, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8 (2), 472-481.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/32397>
- Bayuaji, K., & Budhi, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PD. BPR Bank Daerah Karanganyar, <http://repository.stei.ac.id/6499/3/BAB%202.PDF>
- Cahaya, L. A., & Jannah, N. (2022). Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Sukaramai. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 4 (01), 53-70.  
<http://www.ejurnal.steikassi.ac.id/index.php/111/article/view/57>
- Chandra dkk. (2022). “*The Influence Of Sharia Banks’ Corporate Image And Sharia Service Standardization On The Intention To Recommend To Others: The Mediating Role Of Customer Satisfaction*”, dalam *International Journal of Management and Sustainability*, Vol. 11, No. 3.
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.
- Endarwita, E. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat. *E-journal Apresiasi Ekonomi*, 1 (3), 40224.  
<https://www.neliti.com/publications/40224/pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas>
- Ermelinda dkk. (2021). “*Pengaruh Pemberian Kredit Gadai KCA Terhadap Pendapatan Sewa Modal di PT Pegadaian Cabang Wolowona Kabupaten Ende*”, dalam *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi (JRIA)*, Vol. 1, No. 2.

- Fandi, A. (2020). “*Analisis Pengaruh Pendapatan, Jumlah Nasabah, dan Pandemi Covid-19 Terhadap Penyaluran Kredit KCA Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Secang*”, dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 21, No. 1.
- Fandi dkk. (2015). “*Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur*”, dalam *Jurnal LPPM Bidang Ekonomi Sosial Budaya Hukum*, Vol. 2, No. 1.
- Fasochah, & Harnoto. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, No. 13, 1-22.
- Gea, M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan Dengan *Importance Performance Analysis*. (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).  
<http://repository.uinsu.ac.id/9612/>
- Indratriyana, R., Agus Utomo., & Anggoro, P. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Pegadaian Cabang Sragen, *dalam Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6 (1), 47-59.  
<https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/aktual/article/view/919>
- Irwanto, & Novindari, I. (2019). Kebijakan Pemerintahan dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Non Bank Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Perempuan di Kabupaten Bojonegoro. *Cakrawala: Jurnal Litbang Kebijakan*, 13 (1), 110-118.  
<http://cakrawalaajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/283>
- Jane Eiva Siwu dkk. (2013). “*Analisis Pengaruh Kredit Cepat Aman (KCA), Kredit Angsuran Sistem Fidusia (Kreasi), Kredit Angsuran Sistem Gadai (Krasida), dan Kredit Serba Guna (Kresna) Terhadap Pendapatan Sewa Modal Pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil VI Manado*”, dalam *Jurnal Accountability*, Vol. 2, No. 1.
- Karwur, Hanna S.L, Maryam Mangantar, dan Mirah H. Rogi. (2022). “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongan*”, *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 4.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, (16th Edition)*. Bandung: New Linda Karya.

- Kurniasari, C., & Ghozali, I. (2013). Analisis Pengaruh Rasio CAMEL Dalam Memprediksi Financial Distress Perbankan Indonesia. (*Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).  
<http://eprints.undip.ac.id/40160/>
- Lely, A. (2019). “Analisis Pembiayaan Kreasi Dalam Meningkatkan Pendapatan Sewa Modal Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Utama”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan).
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7 (4).
- Maharestu, A.A. (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian UPC Kalipancur”. (Skripsi, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro: Semarang).
- Mahendra, K.P. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa. *AGORA*, 7 (1).  
<https://media.niteliti.com/media/publications/287232-pengaruh-kepercayaan-pelanggan-terhadap-93f35403.pdf>
- M. Adi Trisna Wahyudi, & Nadia Armadani. (2023). Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto). *Journal of Islamic Management*, 3(1), 89–97.  
<https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1181>
- Mubarok, Nurul. (2016). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Kredit Terhadap Kepuasan Debitur Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional. *I-Finance*, 2 (1).
- Musrifah, F., & Mariana, M (2022). Pengaruh Bagi Hasil, Zise, Frd, dan Bi 7-Day Repo Rate Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2014-2019. *Jurnal Bina Akuntansi*, 37-55.  
<https://wiyatamandala.e-journal.id/JBA/article/view/195>
- Noor, M., Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). Investigasi Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, dan Teknologi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 8 (3), 257-268.  
<https://scholar.google.co.id/citations?user=F0DXwGAAAAAJ&hl=en>
- Novayanti dkk. (2021). “Analisis Perkembangan Penyaluran Kredit Cepat Aman (KCA) Terhadap Perkembangan Pendapatan Usaha Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Pa’baeng-Baeng Kota Makassar”, MACAKKA dalam *Journal STIE YPUP Makassar*, Vol. 02, No. 03.

- Nurazizah, & Dewi Shinta, W. L., (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, 3 (3), 153-155.  
<https://journals.stimukmamedan.ac.id/index.php/civitas/index>
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Eqien – Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6 (2), 1-5.  
<https://do.org/10.34308/eqien.v6i2.93>
- Putri, D. K., dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KRP LB Subsidi Pada Bank Sumut Syariah Karya. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 2 (2), 131-139.  
<http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/458>
- Putri, N. (2023). Analisis Pemberian Kredit Cepat Aman (KCA) Pada Gadai Emas Berdasarkan Penggolongan Barang Jaminan Dalam Mencegah Terjadinya Kredit Macet Pada PT. Pegadaian Cabang Pekanbaru (*Doctoral Dissertation*, Universitas Andalas).  
<http://scholar.unand.ac.id/203444/6/TA%20PUTRI%20NABILLA.pdf>
- Putu Arya dkk. (2014). “*Pengendalian Kredit Cepat Aman (KCA) Pada Perum Pegadaian Cabang Marga Tabanan*”, Vol. 4, No. 1.
- Rendy Gulla dkk. (2015). “*Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn*”, dalam Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 1.
- Riska, D. Isharijadi. (2018). “*Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Kota Madiun*”, dalam FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi, Vol. 6, No. 2.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Robbins, P. (2003). *Organizational Behavior*. Edisi ke-10, Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohimah, I., & Etti Sudaryati dan Ernawati Nasution. (2013). Analisis Energi dan Protein serta Uji Daya Terima Biskuit Tepung Labu Kuning dan Ikan Lele. *Jurnal Gizi Kesehatan Reproduksi Dan Epidemiologi*, 2 (6), 1-9.  
<https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Rosita, W. Rosida, D. (2019). “*Pengaruh Pembiayaan Ar-Rahn, Pembiayaan Ar-Rum, Harga Emas dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Profitabilitas Pegadaian Syariah di Indonesia Tahun 2008-2017*”, dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 2, No. 2.

- Rusby, Z., & Arif, M. (2022). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru Riau: UIR PRES.  
[https://repository.uir.ac.id/18071/1/Manajemen%20Perbankan%20Syariah\\_2022.pdf](https://repository.uir.ac.id/18071/1/Manajemen%20Perbankan%20Syariah_2022.pdf)
- Sagita, B. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA). (Skripsi Fkultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SAIZU Purwokerto).  
<https://repository.uinsaizu.ac.id/view/creators/BELA=3ASAGITA=3A=3A.html>
- Salam, F. R. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada PDAM di Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat*. Skripsi Tesis. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.  
<http://repository.uinsu.ac.id/7831/>
- Sarnita. (2019). “*Pengaruh Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Palopo*”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo).
- Setiawan, F. R. (2020). Analysis of Factors Affecting the Interest of People to Use DANA Application Using Principal Component Analysis Method (PCA). *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 5 (1), 226-232.
- Setiawan, Heri, Maria Magdalena Minarsih, dan Aziz Fathoni. (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)*”, dalam *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2.
- Shofwa, Yoiz. (2015). “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*”. (Penelitian Individual, IAIN Purwokerto).
- Siswadi. (2021). “*Penerapan Nilai - Nilai Islam Di Lembaga Keuangan Non Bank (Koperasi) Studi Pada Koperasi Sunan Drajat Banjaranyar Paciran Lamongan Jawa Timur Indonesia*”, dalam *Journal of Economics and Islamic Business*, Vol. 1, No. 2.
- Sulasih, Rima Dwi. (2019). “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk Halal Online Pada Pondok Pesantren Di Purwokerto*”, dalam *Journal of Islamic Business and Economics*, Vol. 01, PP. 1-74.
- Suryaningsih, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo.  
<http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/id/eprint/2762>

- Suwarti. (2022), “*Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh – Banyumas)*”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri: Purwokerto).
- Syafputri, Yulia, & Mariani. (2019). *Aktivitas Pemberian Kredit Konsumtif Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Siteba.*  
<https://osf.io/f2cns/download>
- Trianto, Fendo. (2023). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Bagi Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari*”, dalam *Prosiding Nasional 2023*, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
- Wathan, H., & Zuhirsyan, H. M. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah.* *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3 (1), 378-391.  
<http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/804>
- Widya, S. Puspita, R. (2023). “*Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Di PT. Pegadaian Co-Location Cibirusah, Kabupaten Bekasi*”, dalam *Jurnal Ilmiah Global Education*, Vol. 4, No. 2.
- Wiedyani, R. E., & Prabowo, A. H. (2019). *The Effect of Service Quality, Price Reception, and Trust on Passenger Satisfaction of Argo Muria Train.* Semarang Tawang – Jakarta Gambir Train: *Journal of Management*, Vol. 1.  
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/7376>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.* *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Fakultas Ekonomi UNIAT, 3 (1), 11-18.  
<https://www.neliti.com/id/publications/259363/pengaruh-citra-merek-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-pada-produk>
- Wulandari Zanualita Putri, Mulyati Awini, T. E. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee).* *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6 (1).  
<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/4062>



## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN KREDIT GADAI KCA (KREDIT, CEPAT, AMAN) TERHADAP KEPUASAN NASABAH

#### (STUDI KASUS PADA PT. PEGADAIAN CABANG PEMBANTU CILACAP)

Kepada Yth. Bapak/Ibu

Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap

Dengan Hormat,

Dengan ini saya Sri Indah Lestari NIM. 1917202053 mohon kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/i untuk membantu dalam pengisian kuesioner ini guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian. Oleh karenanya jawaban yang tepat sangat diharapkan untuk selanjutnya menjadi masukan yang bermanfaat bagi penelitian yang dilakukan.

Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

#### IDENTITAS RESPONDEN

Nama	
Jenis Kelamin	a. Laki-laki      b. Perempuan
Usia	a. $\leq$ 20 tahun      d. 41 – 50 tahun b. 21 – 30 tahun      e. $\geq$ 51 tahun

	c. 31 – 40 tahun
Pekerjaan	a. Pelajar/ Mahasiswa      d. Pegawai Swasta b. PNS                              e. Lain-lain c. IRT
Status Nasabah Pengguna KCA	a. Iya b. Bukan

### PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban dengan cara memberi tanda centang ( ✓ ) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/ Ibu/ Saudara/i :

Keterangan :

Simbol	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

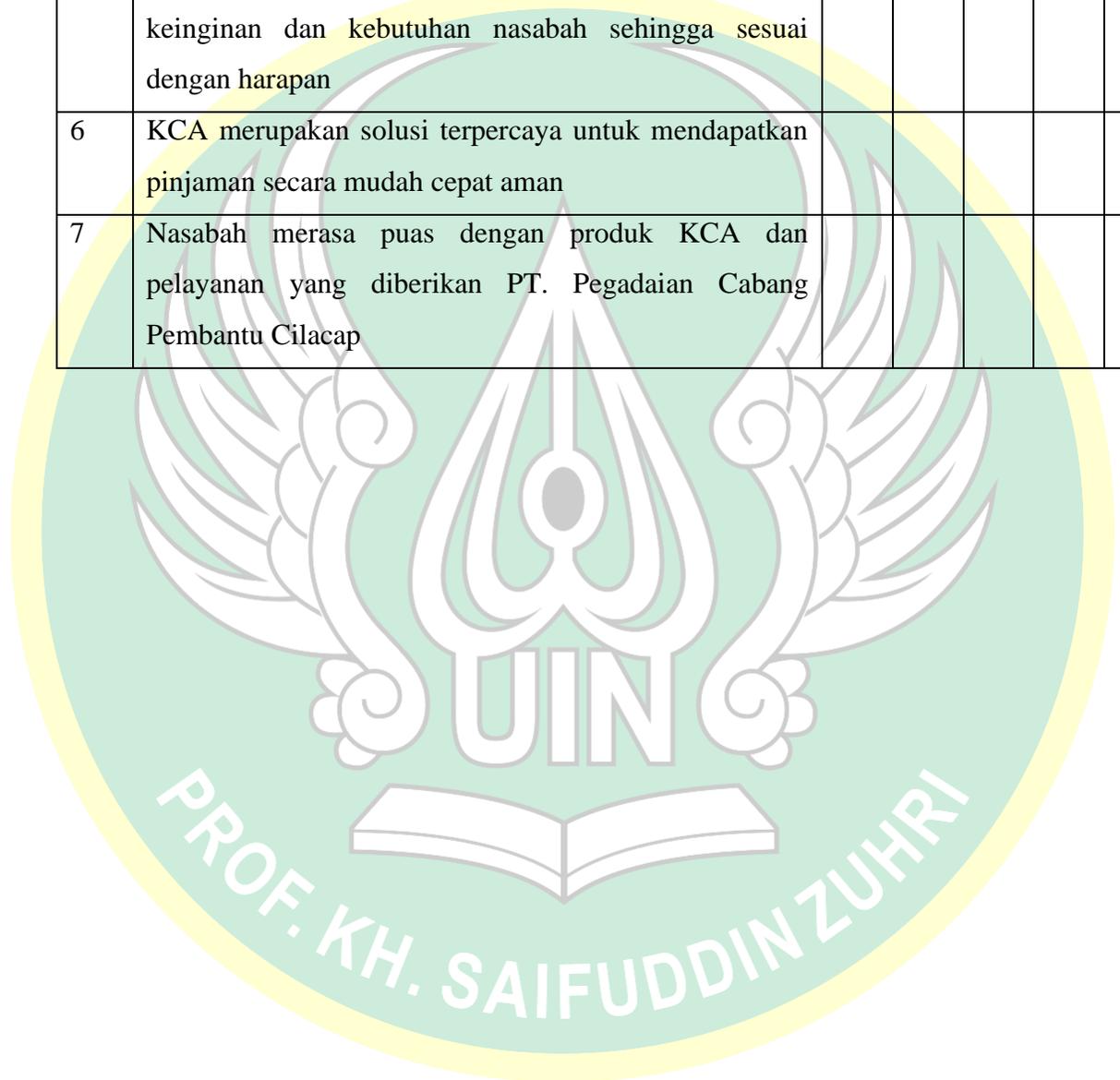
### PERTANYAAN

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<b>Variabel Kepercayaan (X<sub>1</sub>)</b>						
1	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap mengedepankan kejujuran					

2	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap menjawab pertanyaan atau keluhan nasabah					
3	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap mampu mengatasi masalah yang dialami nasabah dan bersikap terbuka kepada nasabah					
4	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap berperilaku baik terhadap nasabah					
5	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap bersikap membuka segala jenis masukan baik dan buruk terhadap nasabah					
6	Kesediaan untuk melayani kepentingan nasabah					
7	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memiliki karyawan yang handal					
8	Pelayanan serta keamanan Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap sudah terpercaya					
9	Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas					
<b>Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)</b>						
1	Pegadaian memberikan jaminan keamanan					
2	Kesan lebih baik dari produk pembiayaan perusahaan lainnya					
3	Produk sesuai dengan kebutuhan					
4	Adanya fasilitas <i>pegadaian digital service</i>					
5	Biaya administrasi yang murah					

6	Jangka waktu kredit produk fleksibel dan lebih lama dari kredit yang lain					
<b>Variabel Layanan Kredit (X<sub>3</sub>)</b>						
1	Prosedur administrasi pengajuan dan pembayaran kredit yang mudah					
2	Kondisi gedung yang menarik, nyaman, dan bersih					
3	Karyawan berseragam rapi					
4	Ketanggapan karyawan dan kecepatan menangani masalah					
5	Karyawan bersikap adil dalam memberikan pelayanan					
6	Pengetahuan karyawan atas produk yang ditawarkan					
7	Menumbuhkan rasa percaya dan nyaman					
8	Karyawan jelas dalam menyampaikan informasi					
9	Ketelitian karyawan dalam bertugas					
10	Karyawan perhatian, peduli, dan ramah terhadap nasabah					
<b>Variabel Kepuasan Nasabah (Y)</b>						
1	Perasaan puas selama menjadi nasabah produk KCA					
2	Jaminan yang dikeluarkan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap sudah sesuai					
3	Nasabah akan kembali lagi lain waktu					

4	Nasabah akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk KCA di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap					
5	PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap dapat mengerti keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga sesuai dengan harapan					
6	KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah cepat aman					
7	Nasabah merasa puas dengan produk KCA dan pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Cilacap					



**Lampiran 2: Karakteristik Responden**

No. Resp	KARAKTERISTIK RESPONDEN			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Status Nasabah
1	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
2	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
3	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
4	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
5	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
6	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
7	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
8	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
9	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
10	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
11	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
12	Perempuan	≤ 20 Tahun	Lain-lain	Iya
13	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
14	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
15	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
16	Perempuan	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
17	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
18	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Bukan
19	Perempuan	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
20	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
21	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
22	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
23	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
24	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
25	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
26	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
27	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
28	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
29	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
30	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
31	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
32	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya

33	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
34	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
35	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
36	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
37	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
38	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
39	Perempuan	≥ 51 Tahun	IRT	Iya
40	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
41	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
42	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
43	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
44	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
45	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
46	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
47	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
48	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
49	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
50	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
51	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
52	Perempuan	21-30 Tahun	PNS	Iya
53	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	Iya
54	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
55	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
56	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
57	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
58	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
59	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
60	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
61	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
62	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
63	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
64	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
65	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
66	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
67	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
68	Laki-laki	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya

69	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	Iya
70	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
71	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
72	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
73	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
74	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
75	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
76	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
77	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
78	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
79	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
80	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
81	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
82	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
83	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
84	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
85	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
86	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
87	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
88	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
89	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
90	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
91	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
92	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
93	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
94	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
95	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
96	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	Iya
97	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
98	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
99	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
100	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
101	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
102	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
103	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
104	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya

105	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
106	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
107	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
108	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
109	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
110	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
111	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
112	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
113	Laki-laki	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
114	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
115	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
116	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
117	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
118	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
119	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
120	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
121	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
122	Laki-laki	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
123	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
124	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	Iya
125	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
126	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
127	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
128	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
129	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
130	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
131	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
132	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
133	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
134	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
135	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
136	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
137	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
138	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
139	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
140	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya

141	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
142	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
143	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
144	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
145	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
146	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
147	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
148	Perempuan	≥ 51 Tahun	IRT	Iya
149	Perempuan	≥ 51 Tahun	Lain-lain	Iya
150	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
151	Perempuan	≥ 51 Tahun	Lain-lain	Iya
152	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
153	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
154	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
155	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
156	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
157	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
158	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
159	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
160	Laki-laki	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
161	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
162	Perempuan	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
163	Perempuan	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
164	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
165	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
166	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
167	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
168	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
169	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
170	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
171	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
172	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	Iya
173	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
174	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
175	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
176	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya

177	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
178	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
179	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
180	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
181	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
182	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
183	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
184	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
185	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
186	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
187	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
188	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
189	Perempuan	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
190	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
191	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
192	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
193	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
194	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
195	Laki-laki	21-30 Tahun	PNS	Iya
196	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
197	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
198	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
199	Laki-laki	41-50 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
200	Laki-laki	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
201	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
202	Perempuan	< 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
203	Perempuan	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
204	Perempuan	41-50 Tahun	IRT	Iya
205	Perempuan	41-50 Tahun	PNS	Iya
206	Laki-laki	≥ 51 Tahun	Lain-lain	Iya
207	Perempuan	31-40 Tahun	PNS	Iya
208	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
209	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
210	Laki-laki	31-40 Tahun	PNS	Iya
211	Perempuan	≥ 51 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
212	Laki-laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	Iya

213	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
214	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
215	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
216	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
217	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
218	Perempuan	≥ 51 Tahun	IRT	Iya
219	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
220	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
221	Laki-laki	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
222	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
223	Laki-laki	41-50 Tahun	Lain-lain	Iya
224	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
225	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
226	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
227	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
228	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
229	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
230	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
231	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
232	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
233	Laki-laki	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
234	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
235	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
236	Laki-laki	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
237	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
238	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
239	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
240	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
241	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
242	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
243	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
244	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
245	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
246	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
247	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
248	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya

249	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
250	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
251	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
252	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
253	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
254	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
255	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
256	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
257	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
258	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
259	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
260	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
261	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
262	Laki-laki	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
263	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
264	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
265	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
266	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
267	Laki-laki	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
268	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
269	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
270	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
271	Laki-laki	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
272	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
273	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
274	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
275	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
276	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
277	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
278	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
279	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
280	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
281	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
282	Laki-laki	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
283	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
284	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya

285	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
286	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
287	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
288	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
289	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
290	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
291	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
292	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
293	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
294	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
295	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
296	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
297	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
298	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
299	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
300	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
301	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
302	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
303	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
304	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
305	Laki-laki	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
306	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
307	Perempuan	21-30 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
308	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
309	Perempuan	31-40 Tahun	IRT	Iya
310	Perempuan	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
311	Laki-laki	21-30 Tahun	Pegawai Swasta	Iya
312	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
313	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
314	Laki-laki	41-50 tahun	Lain-lain	Iya
315	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-lain	Iya
316	Perempuan	21-30 Tahun	Lain-lain	Iya
317	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
318	Perempuan	21-30 Tahun	IRT	Iya
319	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya
320	Perempuan	≤ 20 Tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Iya



38	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	3	4	3	4	2	4	3	4	4	31
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
42	4	3	4	5	4	5	4	4	4	37
43	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
44	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
45	3	4	3	4	3	3	4	4	4	32
46	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
47	3	5	5	3	5	5	3	5	3	37
48	3	3	4	4	4	4	3	4	3	32
49	3	4	4	3	3	2	2	3	4	28
50	3	3	4	4	3	3	4	4	3	31
51	3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
52	2	4	4	3	3	3	4	4	4	31
53	4	4	3	5	3	4	5	3	3	34
54	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
55	3	3	4	3	4	4	5	4	4	34
56	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32
57	4	5	3	4	5	3	4	3	4	35
58	4	3	3	3	3	4	4	3	4	31
59	4	4	3	4	5	3	4	4	3	34
60	5	2	4	3	4	3	5	3	3	32
61	4	5	3	4	3	4	5	5	4	37
62	3	4	5	4	4	4	3	4	4	35
63	4	5	4	4	5	4	3	3	4	36
64	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
65	4	4	5	3	4	3	4	5	4	36
66	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
67	4	4	3	4	3	4	5	4	4	35
68	5	4	3	4	3	4	5	3	4	35
69	3	3	4	3	4	4	4	5	4	34
70	4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
71	4	5	4	4	3	3	4	4	4	35
72	4	4	3	4	3	4	3	3	4	32
73	4	4	5	4	3	4	4	5	4	37
74	4	4	3	3	4	4	3	4	4	33
75	4	4	3	3	5	5	4	3	4	35
76	4	4	5	4	3	4	3	4	4	35
77	3	4	5	4	3	4	4	3	4	34
78	3	4	5	4	4	4	3	4	3	34

79	4	5	4	3	4	5	3	4	3	35
80	3	4	4	4	5	4	3	4	4	35
81	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
82	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
83	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
84	4	5	3	4	3	4	4	4	4	35
85	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
86	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
87	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39
88	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36
89	4	4	3	4	5	4	3	4	3	34
90	4	5	4	3	4	3	4	5	4	36
91	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
92	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
93	4	5	4	4	3	4	3	4	4	35
94	4	5	4	3	4	5	5	4	4	38
95	4	4	3	4	3	4	5	4	4	35
96	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36
97	4	4	5	4	3	4	5	3	4	36
98	4	5	4	3	4	3	4	3	5	35
99	4	5	4	5	4	3	4	5	4	38
100	4	5	4	3	4	3	4	5	4	36
101	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
102	4	5	4	4	3	4	5	4	5	38
103	4	4	4	3	3	4	5	4	3	34
104	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
105	3	4	3	4	5	4	5	4	4	36
106	4	5	3	4	3	4	5	4	4	36
107	4	5	4	4	4	5	4	5	4	39
108	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39
109	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
110	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39
111	4	4	3	4	3	4	5	4	4	35
112	4	3	4	3	4	3	5	4	4	34
113	4	4	5	4	3	4	5	4	4	37
114	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
115	4	4	5	4	3	4	3	4	4	35
116	4	4	5	4	4	5	4	5	3	38
117	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36
118	4	5	4	3	4	3	3	4	4	34
119	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33

120	3	4	3	4	5	4	4	5	3	35
121	4	5	4	5	4	3	4	4	3	36
122	4	5	3	4	3	4	5	3	3	34
123	5	4	4	3	2	3	4	3	4	32
124	4	5	4	3	3	4	4	5	3	35
125	4	4	5	4	4	3	4	3	4	35
126	4	5	4	3	4	3	4	5	4	36
127	3	4	5	4	3	4	4	3	4	34
128	3	4	4	5	4	5	4	3	4	36
129	4	5	4	4	5	4	4	3	4	37
130	4	5	4	3	4	3	4	4	4	35
131	4	5	4	4	5	4	4	3	4	37
132	4	5	4	3	4	3	4	4	4	35
133	4	5	4	3	4	5	4	3	4	36
134	5	4	3	4	5	5	4	5	5	40
135	3	3	4	4	4	4	5	4	4	35
136	4	3	4	3	4	5	3	4	4	34
137	5	3	2	4	5	3	4	5	4	35
138	4	5	5	3	4	3	5	4	2	35
139	4	3	4	5	4	3	4	4	4	35
140	3	4	3	2	4	5	3	4	5	33
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
154	4	4	4	4	5	5	3	4	4	37
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
157	4	4	4	4	4	5	4	5	4	38
158	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
160	3	4	5	4	3	5	4	5	5	38



202	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
203	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
204	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
206	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
207	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33
208	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
209	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
210	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
211	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
213	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
214	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
215	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
217	3	4	4	3	3	4	5	5	4	35
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
219	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
220	4	4	4	5	5	3	3	4	3	35
221	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
222	3	4	4	5	4	4	4	5	4	37
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
225	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
226	5	4	4	4	5	3	4	4	4	37
227	4	5	3	4	4	5	5	5	5	40
228	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
229	3	3	3	3	3	4	4	4	4	31
230	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
231	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
232	3	4	3	5	3	3	3	5	4	33
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
235	4	3	2	2	5	4	3	4	5	32
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
237	4	4	4	4	4	3	4	3	5	35
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
239	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
240	3	4	4	3	3	3	4	4	4	32
241	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
242	4	3	5	3	3	4	4	3	3	32

243	5	3	3	3	3	3	3	3	3	29
244	4	3	4	4	4	3	3	4	3	32
245	4	4	5	4	3	5	4	5	4	38
246	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
247	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
248	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
249	3	4	5	3	4	4	4	4	4	35
250	3	3	4	3	4	4	4	3	3	31
251	4	4	3	4	3	4	4	3	3	32
252	5	5	5	3	5	3	3	4	4	37
253	1	2	2	2	2	2	2	2	2	17
254	1	2	3	4	2	3	3	2	3	23
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
256	4	5	4	5	4	4	4	4	5	39
257	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
258	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
260	4	5	4	5	4	4	3	4	3	36
261	4	5	4	5	5	4	4	5	5	41
262	4	5	5	4	4	4	5	5	5	41
263	3	4	4	4	2	4	4	4	3	32
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
265	3	4	4	3	5	3	4	5	3	34
266	3	4	5	3	4	4	5	4	4	36
267	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
268	4	4	4	5	5	4	5	5	5	41
269	3	4	5	3	4	5	3	4	5	36
270	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
271	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
272	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
273	5	4	5	5	5	4	4	4	4	40
274	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38
275	5	3	4	3	3	2	3	2	3	28
276	4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
277	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
278	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
279	3	4	3	5	3	5	3	3	3	32
280	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
281	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
282	4	3	4	4	4	4	3	4	3	33
283	4	5	4	4	5	4	4	5	5	40



No. Resp	KUALITAS PRODUK (X2)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	5	4	4	5	27
3	5	4	4	5	4	4	26
4	4	5	4	5	4	5	27
5	2	2	2	2	2	2	12
6	5	4	5	4	4	5	27
7	5	4	4	4	5	5	27
8	4	5	4	5	4	5	27
9	4	5	3	3	4	4	23
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	4	5	5	5	5	27
12	5	5	5	4	5	5	29
13	5	4	4	4	4	4	25
14	3	3	3	3	3	3	18
15	5	5	4	5	4	4	27
16	4	5	4	5	5	4	27
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	4	5	5	5	29
20	4	3	4	4	4	4	23
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	3	3	3	3	20
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	4	4	4	4	4	25
25	4	5	5	5	4	4	27
26	4	4	3	3	1	3	18
27	4	5	5	3	3	4	24
28	4	4	4	5	5	4	26
29	3	4	4	4	3	3	21
30	4	4	4	5	5	5	27
31	4	3	4	5	5	5	26
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	5	4	3	4	24
34	5	5	5	4	4	3	26
35	3	4	4	4	4	4	23
36	5	4	5	4	5	4	27
37	4	3	4	4	3	4	22
38	5	4	4	5	4	5	27
39	4	4	4	4	4	4	24

40	3	2	3	4	3	2	17
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	4	4	5	4	25
43	4	5	5	5	5	4	28
44	5	4	5	4	5	4	27
45	4	3	4	4	3	4	22
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	3	5	5	3	2	23
48	4	3	4	4	4	4	23
49	4	3	2	2	3	4	18
50	4	4	5	5	5	4	27
51	4	4	3	5	5	3	24
52	4	5	3	3	4	4	23
53	4	4	5	3	4	3	23
54	5	3	4	5	4	3	24
55	4	3	4	5	4	4	24
56	4	3	4	3	4	3	21
57	3	4	3	4	5	3	22
58	3	3	4	5	4	3	22
59	4	5	3	4	4	4	24
60	4	3	4	2	3	4	20
61	5	5	4	3	4	5	26
62	4	5	4	4	4	5	26
63	4	5	3	4	5	4	25
64	4	5	4	4	5	5	27
65	5	4	3	4	4	5	25
66	4	5	4	4	5	4	26
67	4	5	4	3	4	4	24
68	4	5	4	4	5	4	26
69	4	4	3	3	4	4	22
70	4	4	5	4	5	4	26
71	4	5	4	4	5	4	26
72	4	4	3	4	4	5	24
73	4	5	4	3	3	3	22
74	4	3	4	5	4	4	24
75	5	4	4	4	4	5	26
76	4	3	4	4	4	4	23
77	4	3	4	5	4	3	23
78	4	4	3	3	4	4	22
79	4	5	4	3	4	5	25
80	4	5	4	4	4	4	25

81	4	5	4	4	5	4	26
82	4	5	4	4	4	5	26
83	5	4	4	5	4	5	27
84	4	5	5	5	5	5	29
85	4	5	4	5	4	5	27
86	5	4	5	4	5	4	27
87	4	5	4	5	4	5	27
88	5	4	3	4	3	4	23
89	4	4	4	5	4	5	26
90	5	4	5	4	4	5	27
91	5	4	4	5	4	5	27
92	4	5	4	5	4	5	27
93	5	4	4	5	4	5	27
94	5	4	4	5	4	5	27
95	5	4	5	3	4	5	26
96	5	4	3	4	5	4	25
97	5	4	3	4	5	4	25
98	4	4	3	3	4	4	22
99	5	4	5	4	4	5	27
100	5	4	5	4	4	3	25
101	4	3	3	4	4	4	22
102	4	3	4	4	3	4	22
103	4	4	5	4	3	3	23
104	5	4	5	4	5	4	27
105	5	4	4	5	4	4	26
106	5	4	4	3	4	5	25
107	5	4	4	5	4	4	26
108	5	4	5	4	5	4	27
109	4	4	3	3	4	5	23
110	5	4	4	5	4	4	26
111	4	3	4	3	4	3	21
112	4	3	3	4	3	4	21
113	5	4	3	4	4	3	23
114	5	4	4	5	4	4	26
115	5	4	4	3	4	4	24
116	4	5	3	4	5	4	25
117	5	4	3	4	5	4	25
118	5	4	4	5	4	4	26
119	5	4	3	4	3	4	23
120	4	3	4	3	4	5	23
121	4	4	3	4	5	4	24

122	4	3	4	5	4	3	23
123	4	3	5	4	3	4	23
124	4	3	3	4	3	4	21
125	5	4	5	4	5	4	27
126	5	4	3	4	3	4	23
127	5	4	5	4	4	5	27
128	5	4	3	3	4	4	23
129	5	4	4	3	4	3	23
130	3	5	4	3	4	5	24
131	5	4	3	4	3	4	23
132	5	4	4	5	4	3	25
133	5	4	3	4	5	4	25
134	5	4	4	4	4	5	26
135	5	4	4	4	4	4	25
136	3	4	3	4	3	5	22
137	3	4	5	3	4	3	22
138	3	4	3	5	3	4	22
139	3	4	3	4	4	3	21
140	4	4	3	4	1	2	18
141	4	4	4	4	4	4	24
142	4	4	4	4	4	4	24
143	4	4	4	4	5	5	26
144	4	4	4	4	4	4	24
145	4	4	4	4	4	4	24
146	4	4	4	5	5	5	27
147	4	4	4	4	4	4	24
148	4	4	4	4	4	4	24
149	4	4	4	5	5	5	27
150	4	4	4	3	3	3	21
151	4	4	4	5	5	5	27
152	4	4	4	5	5	5	27
153	4	5	4	4	4	5	26
154	4	4	4	5	5	5	27
155	4	4	4	5	5	5	27
156	5	5	5	4	4	4	27
157	4	4	4	4	5	5	26
158	4	4	4	4	4	4	24
159	4	4	4	4	4	4	24
160	4	3	4	5	3	5	24
161	5	5	4	4	4	4	26
162	5	5	4	3	5	4	26

163	4	4	4	3	4	4	23
164	4	4	4	4	4	4	24
165	3	4	4	3	4	5	23
166	4	5	5	4	4	2	24
167	3	4	4	4	3	3	21
168	3	4	5	4	4	5	25
169	4	3	3	3	4	4	21
170	4	5	3	3	4	1	20
171	4	4	5	4	3	4	24
172	3	3	4	4	5	5	24
173	3	4	4	4	3	3	21
174	4	4	4	3	2	5	22
175	5	1	1	3	3	3	16
176	4	4	3	3	4	4	22
177	3	3	3	4	4	4	21
178	4	4	4	4	4	3	23
179	4	4	5	5	4	4	26
180	4	4	2	3	3	4	20
181	3	4	4	4	4	3	22
182	4	3	3	4	5	5	24
183	3	3	4	5	5	5	25
184	3	4	5	4	4	5	25
185	4	4	3	4	5	4	24
186	4	4	5	3	4	5	25
187	4	3	3	3	3	4	20
188	3	3	4	4	1	1	16
189	3	2	4	4	5	4	22
190	4	2	3	1	4	4	18
191	3	3	4	4	3	3	20
192	3	4	4	4	4	3	22
193	4	4	3	3	3	3	20
194	3	4	4	4	4	4	23
195	3	3	3	3	3	3	18
196	3	3	3	3	3	3	18
197	4	4	4	4	4	4	24
198	5	5	5	5	5	5	30
199	2	2	2	2	3	3	14
200	4	4	4	4	4	4	24
201	4	4	4	4	4	4	24
202	3	3	3	4	4	4	21
203	5	5	5	5	4	4	28

204	4	4	4	4	4	4	24
205	4	4	4	4	4	4	24
206	4	4	4	4	4	4	24
207	4	4	4	4	4	4	24
208	4	4	4	4	4	4	24
209	3	3	3	3	3	3	18
210	4	4	4	4	4	4	24
211	4	4	4	4	4	4	24
212	4	4	4	4	4	4	24
213	5	5	5	5	5	5	30
214	4	4	5	5	5	5	28
215	4	4	4	4	4	4	24
216	4	5	5	5	5	5	29
217	4	4	4	4	4	4	24
218	3	3	3	3	3	3	18
219	4	4	4	4	5	5	26
220	3	4	4	4	4	4	23
221	4	4	4	4	4	4	24
222	4	4	5	5	5	4	27
223	4	4	4	4	4	4	24
224	4	4	4	4	4	4	24
225	4	4	4	4	4	4	24
226	4	4	4	3	4	5	24
227	4	5	4	4	4	5	26
228	4	3	3	4	4	3	21
229	4	4	4	4	3	4	23
230	4	3	4	4	3	2	20
231	4	3	4	4	3	4	22
232	3	4	3	5	3	5	23
233	3	3	3	3	3	3	18
234	4	4	4	4	4	4	24
235	5	4	4	4	3	4	24
236	4	4	4	4	4	4	24
237	4	4	4	4	3	4	23
238	5	5	5	4	4	4	27
239	4	4	4	4	4	4	24
240	4	3	4	3	3	3	20
241	4	3	2	4	3	4	20
242	4	3	3	3	4	3	20
243	4	4	4	4	4	4	24
244	3	3	4	3	3	3	19

245	4	5	3	4	5	4	25
246	5	5	5	5	5	5	30
247	4	4	4	4	5	5	26
248	4	4	4	4	3	3	22
249	4	4	4	4	4	4	24
250	3	3	3	3	3	3	18
251	4	3	3	4	4	4	22
252	4	3	3	3	3	3	19
253	2	2	2	2	2	2	12
254	2	4	3	3	2	1	15
255	5	5	5	5	5	5	30
256	5	4	4	4	5	4	26
257	3	3	3	3	3	3	18
258	4	3	4	4	4	4	23
259	4	4	4	4	4	4	24
260	4	4	3	4	4	5	24
261	5	4	5	5	5	5	29
262	5	4	4	5	4	5	27
263	3	3	4	4	4	3	21
264	5	5	5	5	5	5	30
265	4	4	4	4	4	4	24
266	4	4	3	5	5	4	25
267	4	5	4	5	4	5	27
268	5	4	4	5	4	5	27
269	4	5	3	5	4	3	24
270	4	4	4	4	4	4	24
271	5	5	5	4	5	5	29
272	5	5	5	5	5	5	30
273	5	4	5	5	5	5	29
274	4	4	3	3	3	4	21
275	3	3	4	2	2	3	17
276	4	4	4	4	4	4	24
277	4	4	4	4	4	4	24
278	5	4	5	5	4	4	27
279	4	3	4	4	3	3	21
280	5	5	5	5	5	5	30
281	3	3	3	3	3	3	18
282	4	4	3	3	3	3	20
283	4	4	4	4	4	5	25
284	4	3	3	4	4	4	22
285	4	4	4	4	4	4	24

286	3	3	3	3	3	3	18
287	3	3	3	3	3	3	18
288	5	5	5	5	5	5	30
289	4	4	4	4	4	4	24
290	4	4	4	4	4	4	24
291	4	3	4	4	3	3	21
292	4	3	3	4	3	3	20
293	4	4	4	4	4	4	24
294	4	4	4	4	4	4	24
295	3	4	4	4	3	3	21
296	3	5	5	3	5	3	24
297	3	3	3	3	3	3	18
298	5	4	5	4	4	5	27
299	4	4	4	4	4	4	24
300	5	5	5	5	5	5	30
301	3	3	3	3	4	4	20
302	4	5	4	4	5	4	26
303	5	5	5	5	5	5	30
304	5	4	4	5	4	5	27
305	3	4	4	4	4	4	23
306	5	5	5	5	5	5	30
307	4	4	4	4	4	4	24
308	5	5	5	5	5	5	30
309	5	4	5	4	4	5	27
310	4	3	4	4	4	4	23
311	4	5	4	5	5	4	27
312	4	4	4	4	4	4	24
313	5	5	5	5	5	5	30
314	5	4	5	5	4	5	28
315	4	5	5	5	5	5	29
316	4	4	5	4	4	4	25
317	4	4	3	4	4	4	23
318	4	4	4	5	5	5	27
319	4	3	4	4	4	3	22
320	4	4	4	4	4	4	24



40	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	33
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	44
43	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
44	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
45	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
47	5	5	5	3	5	3	5	5	3	5	44
48	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
49	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	40
50	4	4	5	3	4	3	4	5	4	3	39
51	3	3	4	4	5	3	1	5	4	3	35
52	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	34
53	3	3	5	3	3	4	5	4	4	5	39
54	4	3	4	4	5	5	3	3	4	3	38
55	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	40
56	4	3	4	5	3	3	4	3	4	3	36
57	4	3	4	5	3	4	4	3	4	3	37
58	3	4	3	4	5	5	3	4	5	4	40
59	5	3	3	4	5	4	4	3	5	4	40
60	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	40
61	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	42
62	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	39
63	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	38
64	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	40
65	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	40
66	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	42
67	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	42
68	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
69	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
70	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
71	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	41
72	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	38
73	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
74	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
75	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	42
76	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	39
77	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	38
78	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	41
79	4	5	3	4	3	5	4	3	5	4	40
80	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45

81	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
82	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	44
83	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
84	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	39
85	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
86	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	46
87	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
88	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42
89	4	5	4	5	4	4	3	4	5	3	41
90	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	41
91	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	40
92	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	42
93	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	40
94	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	41
95	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	41
96	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	40
97	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	41
98	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	43
99	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	43
100	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	40
101	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	39
102	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	40
103	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	41
104	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	43
105	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	42
106	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	42
107	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3	40
108	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
109	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	35
110	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	41
111	4	5	4	3	4	3	4	5	3	4	39
112	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	41
113	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	42
114	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	43
115	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	41
116	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	40
117	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	41
118	5	4	3	4	3	4	3	5	4	4	39
119	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	41
120	4	4	3	3	4	5	4	5	3	4	39
121	5	3	4	3	4	5	4	3	4	3	38

122	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	39
123	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	41
124	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	36
125	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	41
126	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
127	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	36
128	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
129	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	43
130	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	40
131	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	41
132	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	41
133	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	42
134	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	42
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	37
137	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	40
138	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	40
139	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	43
140	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
149	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	38
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
157	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
159	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
160	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	44
161	4	4	4	4	3	3	4	5	5	3	39
162	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46

163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
164	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
165	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	34
166	2	3	4	5	3	4	4	4	5	2	36
167	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	36
168	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	33
169	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	35
170	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	35
171	1	3	4	3	5	3	4	4	5	3	35
172	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	41
173	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	35
174	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	33
175	4	3	4	5	3	1	3	3	4	2	32
176	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	37
177	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	38
178	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
179	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	39
180	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	38
181	1	3	3	3	3	4	4	4	5	4	34
182	3	3	2	2	4	3	4	4	5	5	35
183	2	3	1	3	4	4	4	4	3	3	31
184	5	3	3	2	3	3	4	4	4	4	35
185	4	4	2	3	4	3	4	4	5	2	35
186	3	3	4	4	4	5	5	3	3	4	38
187	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	35
188	3	3	3	4	4	4	2	2	3	4	32
189	4	3	4	4	2	3	3	5	5	4	37
190	1	2	4	4	5	3	3	4	4	3	33
191	4	4	3	2	1	5	5	3	3	4	34
192	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	35
193	1	4	3	4	4	3	3	4	4	5	35
194	4	4	3	5	5	3	2	2	3	4	35
195	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
196	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
198	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
199	3	4	5	5	4	3	2	3	4	5	38
200	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
201	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
203	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	38

204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
206	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
209	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
210	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
211	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
213	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
214	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
215	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
219	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	42
220	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
221	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
222	4	4	5	4	4	5	3	3	4	5	41
223	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
226	3	5	4	3	4	5	4	4	4	5	41
227	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
228	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33
229	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	36
230	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40
231	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
232	4	4	5	3	4	3	4	4	5	4	40
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
235	3	2	4	3	2	5	2	3	4	3	31
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
237	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
238	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
239	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
240	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
241	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
242	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
243	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
244	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	35





No. Resp	KEPUASAN NASABAH (Y)							TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	4	5	5	4	4	30
3	4	5	4	5	5	4	4	31
4	4	5	4	5	4	5	4	31
5	2	2	2	2	2	2	2	14
6	4	5	4	5	5	5	5	33
7	4	5	5	4	5	4	5	32
8	4	5	4	5	4	5	4	31
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	3	3	4	4	4	3	25
12	4	4	5	5	4	5	4	31
13	5	5	5	4	4	4	5	32
14	4	4	4	3	4	4	4	27
15	5	5	4	4	4	5	5	32
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	5	4	5	4	5	5	5	33
20	4	4	4	5	5	5	5	32
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	3	4	4	5	3	3	3	25
23	4	4	3	4	4	4	3	26
24	4	4	4	5	4	5	4	30
25	3	4	1	5	5	3	4	25
26	4	5	3	4	3	4	4	27
27	3	3	4	4	3	3	4	24
28	4	4	3	3	4	4	4	26
29	4	4	4	4	5	5	4	30
30	4	3	4	5	5	3	5	29
31	4	4	3	4	4	3	4	26
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	3	4	4	4	4	27
34	5	5	4	4	4	4	4	30
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	5	5	4	4	5	4	5	32
37	3	4	4	4	4	4	4	27
38	4	4	4	4	5	5	5	31
39	3	3	4	4	4	3	4	25

40	3	3	3	3	3	4	3	22
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	4	5	5	4	5	4	5	32
44	4	5	4	5	4	5	4	31
45	4	3	3	3	4	4	3	24
46	4	4	4	4	4	3	3	26
47	3	4	5	5	3	5	5	30
48	3	3	3	3	3	3	3	21
49	4	4	4	4	5	5	5	31
50	3	4	2	3	4	5	5	26
51	3	4	4	4	3	3	4	25
52	4	4	5	4	3	4	5	29
53	4	3	5	3	4	4	5	28
54	5	3	3	4	4	4	5	28
55	4	3	4	4	5	3	4	27
56	3	4	3	4	3	4	3	24
57	4	3	4	3	4	5	3	26
58	4	3	3	3	4	5	4	26
59	4	3	4	5	4	4	4	28
60	5	4	3	3	3	4	5	27
61	4	4	3	4	4	5	4	28
62	5	4	4	4	5	3	4	29
63	4	4	4	5	4	4	3	28
64	4	4	5	4	4	5	4	30
65	4	5	4	5	4	5	4	31
66	4	4	3	3	4	5	4	27
67	5	4	3	4	5	4	3	28
68	4	4	5	4	5	5	4	31
69	4	4	3	3	4	4	4	26
70	4	5	5	4	4	3	3	28
71	5	4	4	4	4	3	4	28
72	3	3	4	4	5	4	5	28
73	4	4	5	4	5	4	4	30
74	4	4	3	3	4	4	5	27
75	4	4	5	4	4	5	4	30
76	4	4	3	4	4	5	4	28
77	5	4	4	5	4	4	5	31
78	4	5	5	3	4	4	5	30
79	4	5	4	5	4	5	4	31
80	4	4	5	5	4	4	5	31

81	4	5	4	4	4	5	4	30
82	4	5	4	4	5	4	5	31
83	4	4	5	4	5	4	4	30
84	4	4	5	4	4	5	4	30
85	4	4	5	4	5	4	5	31
86	4	4	5	4	4	5	4	30
87	4	5	4	5	4	5	5	32
88	4	5	4	4	5	4	4	30
89	4	3	4	4	3	4	5	27
90	4	3	4	5	4	3	4	27
91	4	5	3	4	5	5	4	30
92	4	5	4	4	5	4	4	30
93	4	5	4	5	4	4	5	31
94	4	5	4	4	4	5	3	29
95	4	5	4	4	5	4	5	31
96	4	5	4	5	4	5	4	31
97	4	4	5	4	5	4	5	31
98	3	4	5	5	4	4	3	28
99	4	5	3	4	4	3	4	27
100	4	4	5	4	5	4	4	30
101	4	5	4	3	4	5	4	29
102	4	3	4	5	4	3	4	27
103	3	4	3	4	4	4	5	27
104	3	4	4	4	4	5	4	28
105	4	5	4	4	5	4	4	30
106	3	4	4	5	3	4	4	27
107	4	5	4	5	4	3	4	29
108	4	4	4	3	4	3	4	26
109	4	4	5	4	5	3	4	29
110	4	3	4	4	3	4	5	27
111	4	3	4	3	4	5	4	27
112	4	3	4	5	4	3	4	27
113	3	4	5	3	4	5	5	29
114	4	4	3	3	4	4	3	25
115	4	5	4	5	4	3	4	29
116	3	4	3	4	3	4	4	25
117	4	5	4	5	3	4	4	29
118	4	5	4	4	3	4	5	29
119	4	5	5	4	3	4	5	30
120	4	3	3	4	5	4	4	27
121	3	4	5	4	3	4	4	27

122	4	5	3	4	3	4	3	26
123	3	4	4	5	4	5	4	29
124	4	3	3	4	3	3	3	23
125	4	5	4	3	4	5	5	30
126	4	5	4	4	5	4	4	30
127	3	4	3	4	3	4	3	24
128	4	5	4	4	5	5	4	31
129	4	5	4	5	4	4	5	31
130	4	4	3	3	4	3	4	25
131	4	5	4	4	5	4	5	31
132	3	4	5	4	4	4	5	29
133	3	4	4	5	4	3	4	27
134	5	4	4	4	4	4	4	29
135	4	4	4	5	4	5	5	31
136	4	3	4	5	3	4	3	26
137	4	3	4	5	3	4	4	27
138	5	3	4	5	3	1	3	24
139	4	5	4	5	4	3	4	29
140	4	3	3	4	3	4	5	26
141	4	4	4	4	4	4	4	28
142	4	4	4	4	4	4	4	28
143	4	4	4	4	4	4	4	28
144	4	4	4	4	4	4	4	28
145	4	4	4	4	4	4	4	28
146	4	4	4	3	3	4	4	26
147	4	4	4	4	4	4	4	28
148	4	4	4	4	4	4	4	28
149	4	4	4	3	3	3	4	25
150	4	4	4	5	5	5	5	32
151	4	4	4	3	3	4	4	26
152	4	4	4	3	3	4	4	26
153	4	4	4	4	3	4	4	27
154	5	5	5	4	4	4	4	31
155	4	4	3	3	4	4	4	26
156	5	5	5	5	5	5	5	35
157	4	4	4	4	3	4	4	27
158	4	4	4	4	4	4	4	28
159	4	4	4	4	4	4	4	28
160	3	4	5	4	4	5	5	30
161	5	3	4	5	5	5	5	32
162	5	4	4	4	4	4	5	30

163	4	4	4	4	4	4	4	28
164	4	4	4	4	4	4	4	28
165	4	4	4	5	5	3	4	29
166	3	4	4	4	5	5	4	29
167	2	3	4	4	5	5	5	28
168	3	4	4	4	3	3	4	25
169	3	4	4	4	4	3	3	25
170	3	4	4	5	4	4	3	27
171	2	3	1	2	4	2	4	18
172	2	2	3	3	4	4	2	20
173	3	3	4	4	4	3	4	25
174	3	4	4	4	3	4	4	26
175	1	3	3	4	4	4	5	24
176	3	4	4	3	4	4	4	26
177	4	3	3	3	3	4	4	24
178	2	3	3	4	4	5	5	26
179	3	3	3	3	4	4	5	25
180	1	2	3	3	2	3	4	18
181	5	5	3	3	3	3	4	26
182	4	4	4	3	3	3	4	25
183	3	3	4	4	4	4	3	25
184	3	4	4	4	5	5	3	28
185	2	3	3	4	4	5	3	24
186	3	2	4	4	5	5	4	27
187	3	3	4	1	1	2	4	18
188	3	4	4	4	3	4	4	26
189	4	4	3	3	4	5	4	27
190	3	4	4	4	3	4	4	26
191	4	4	2	3	3	4	5	25
192	3	4	4	4	2	2	3	22
193	2	3	3	4	4	5	5	26
194	5	5	3	2	3	3	4	25
195	3	3	3	3	4	4	4	24
196	3	3	4	4	4	4	4	26
197	4	4	5	5	5	5	5	33
198	5	5	5	5	4	4	4	32
199	3	3	4	5	5	5	5	30
200	3	3	3	3	4	4	4	24
201	5	5	5	4	4	3	3	29
202	4	4	4	4	4	3	3	26
203	5	5	5	4	4	4	3	30

204	3	3	3	3	3	3	4	22
205	5	5	5	4	4	4	4	31
206	4	5	5	5	5	4	4	32
207	4	4	4	4	4	4	4	28
208	3	3	3	4	4	4	4	25
209	3	3	3	3	4	4	4	24
210	3	3	3	3	4	5	5	26
211	3	3	3	3	3	3	3	21
212	3	3	4	5	4	3	4	26
213	3	3	3	3	4	4	4	24
214	3	3	3	4	4	4	4	25
215	3	3	3	3	3	3	3	21
216	3	3	3	3	3	3	3	21
217	5	5	5	5	5	5	5	35
218	5	5	5	5	5	5	5	35
219	3	3	3	3	4	4	4	24
220	3	3	4	4	4	4	4	26
221	4	4	4	4	4	4	4	28
222	4	5	5	4	4	4	5	31
223	4	4	4	3	3	3	3	24
224	4	4	4	4	4	4	4	28
225	4	4	4	4	4	4	4	28
226	4	5	5	4	4	4	5	31
227	4	5	3	5	5	4	5	31
228	3	3	4	4	4	3	3	24
229	4	5	4	5	4	4	3	29
230	4	4	3	4	4	4	4	27
231	4	4	4	4	4	4	4	28
232	3	4	5	3	5	4	3	27
233	3	3	3	3	3	3	3	21
234	4	4	4	4	4	4	4	28
235	5	4	3	2	5	3	3	25
236	4	4	4	4	4	4	4	28
237	4	4	3	4	4	5	4	28
238	5	5	5	5	5	5	5	35
239	4	4	4	4	4	4	4	28
240	4	3	3	3	4	4	3	24
241	4	4	3	3	4	3	4	25
242	4	4	3	3	3	3	3	23
243	3	4	3	4	4	4	4	26
244	3	3	3	3	3	3	3	21

245	4	5	5	5	5	4	5	33
246	5	4	4	3	4	4	5	29
247	5	5	4	4	5	4	5	32
248	5	5	4	4	5	3	5	31
249	4	4	4	4	4	4	4	28
250	3	4	3	3	3	3	3	22
251	4	3	4	5	4	4	3	27
252	3	3	3	3	3	3	3	21
253	2	2	2	2	2	2	2	14
254	1	3	3	2	2	3	3	17
255	5	5	5	5	5	5	5	35
256	4	4	4	4	4	4	4	28
257	3	3	3	3	3	3	3	21
258	4	3	4	4	3	3	3	24
259	4	4	4	4	4	4	4	28
260	5	4	3	4	4	4	4	28
261	4	5	5	4	4	4	4	30
262	4	4	5	5	5	5	5	33
263	3	4	3	3	4	3	4	24
264	5	5	5	5	5	5	5	35
265	4	3	4	4	5	4	4	28
266	2	2	3	5	3	4	3	22
267	5	4	5	5	4	5	4	32
268	5	5	4	5	4	5	5	33
269	4	4	5	4	3	4	3	27
270	4	4	4	4	4	4	4	28
271	5	4	5	5	5	5	5	34
272	4	4	4	4	4	4	4	28
273	4	4	4	5	5	5	5	32
274	4	4	3	4	4	4	4	27
275	3	2	3	3	3	4	2	20
276	4	4	4	3	4	4	4	27
277	4	4	4	4	4	4	4	28
278	4	4	4	4	4	4	5	29
279	4	3	4	3	3	3	3	23
280	5	5	5	5	5	5	5	35
281	3	3	3	3	3	3	3	21
282	4	4	3	4	3	4	4	26
283	5	4	4	4	4	4	5	30
284	4	4	4	4	4	4	4	28
285	4	4	4	4	4	4	4	28

286	3	3	3	3	3	3	3	21
287	3	3	3	3	3	3	3	21
288	5	5	5	5	5	5	5	35
289	4	4	5	5	4	4	4	30
290	4	4	4	4	4	4	4	28
291	3	3	4	3	4	3	3	23
292	3	3	3	3	3	3	3	21
293	4	4	4	4	4	4	4	28
294	4	4	4	4	4	4	4	28
295	3	3	4	4	4	4	4	26
296	3	3	5	5	5	5	5	31
297	3	3	3	3	3	3	3	21
298	5	4	4	4	5	4	5	31
299	4	4	4	4	4	4	4	28
300	5	5	5	5	5	5	5	35
301	4	4	4	4	4	4	4	28
302	3	4	3	4	4	4	4	26
303	3	5	5	5	5	2	5	30
304	3	3	3	4	4	5	5	27
305	4	4	4	4	4	4	4	28
306	5	5	5	5	5	5	5	35
307	4	3	5	4	3	5	3	27
308	5	5	5	5	5	5	5	35
309	4	4	4	4	4	5	5	30
310	4	4	3	4	4	4	4	27
311	4	4	5	4	4	5	5	31
312	3	3	3	3	4	4	4	24
313	4	5	4	4	4	4	4	29
314	5	5	4	5	4	5	5	33
315	5	4	5	4	5	5	4	32
316	4	4	4	4	4	4	4	28
317	4	4	4	4	3	4	4	27
318	4	5	5	5	4	4	5	32
319	4	4	3	4	4	4	4	27
320	4	4	4	4	4	4	4	28

## Lampiran 4: Hasil Output SPSS Uji Validitas

### Variabel Kepercayaan (X1)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.402**	.273**	.378**	.362**	.307**	.384**	.363**	.493**	.678**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.2	Pearson Correlation	.402**	1	.350**	.281**	.327**	.344**	.330**	.397**	.384**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.3	Pearson Correlation	.273**	.350**	1	.296**	.314**	.274**	.251**	.314**	.285**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.4	Pearson Correlation	.378**	.281**	.296**	1	.398**	.355**	.272**	.369**	.339**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.5	Pearson Correlation	.362**	.327**	.314**	.398**	1	.312**	.278**	.352**	.345**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.6	Pearson Correlation	.307**	.344**	.274**	.355**	.312**	1	.373**	.348**	.410**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.7	Pearson Correlation	.384**	.330**	.251**	.272**	.278**	.373**	1	.361**	.407**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.8	Pearson Correlation	.363**	.397**	.314**	.369**	.352**	.348**	.361**	1	.394**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
X1.9	Pearson Correlation	.493**	.384**	.285**	.339**	.345**	.410**	.407**	.394**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
Total_X1	Pearson Correlation	.678**	.650**	.577**	.633**	.635**	.645**	.633**	.674**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Variabel Kualitas Produk (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.394**	.380**	.384**	.380**	.418**	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320
X2.2	Pearson Correlation	.394**	1	.461**	.368**	.465**	.419**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320
X2.3	Pearson Correlation	.380**	.461**	1	.456**	.412**	.371**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320
X2.4	Pearson Correlation	.384**	.368**	.456**	1	.480**	.420**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320
X2.5	Pearson Correlation	.380**	.465**	.412**	.480**	1	.551**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	320	320	320	320	320	320	320
X2.6	Pearson Correlation	.418**	.419**	.371**	.420**	.551**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	320	320	320	320	320	320	320
Total_X2	Pearson Correlation	.671**	.714**	.708**	.718**	.767**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	320	320	320	320	320	320	320

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

#### Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Total_Y
Y.1 Pearson Correlation	1	.590**	.429**	.331**	.394**	.256**	.341**	.688**
Y.1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Y.1 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Y.2 Pearson Correlation	.590**	1	.450**	.400**	.378**	.297**	.397**	.723**
Y.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
Y.2 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Y.3 Pearson Correlation	.429**	.450**	1	.498**	.377**	.331**	.365**	.710**
Y.3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
Y.3 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Y.4 Pearson Correlation	.331**	.400**	.498**	1	.452**	.367**	.356**	.699**
Y.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
Y.4 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Y.5 Pearson Correlation	.394**	.378**	.377**	.452**	1	.460**	.465**	.719**
Y.5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
Y.5 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Y.6 Pearson Correlation	.256**	.297**	.331**	.367**	.460**	1	.466**	.650**
Y.6 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
Y.6 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Y.7 Pearson Correlation	.341**	.397**	.365**	.356**	.465**	.466**	1	.689**
Y.7 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
Y.7 N	320	320	320	320	320	320	320	320
Total_Y Pearson Correlation	.688**	.723**	.710**	.699**	.719**	.650**	.689**	1
Total_Y Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Total_Y N	320	320	320	320	320	320	320	320

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 5: Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas****Variabel Kepercayaan (X1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	9

**Variabel Kualitas Produk (X2)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6

**Variabel Layanan Kredit (X3)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	10

**Variabel Kepuasan Nasabah (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	7

### Lampiran 6: Hasil Output SPSS Uji Kolmogorov-Smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		320
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44588834
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.060
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		1.309
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065

a. Test distribution is Normal.

### Lampiran 7: Hasil Output SPSS Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.449	1.346		3.306	.001		
	Kepercayaan	.306	.062	.347	4.935	.000	.325	3.082
	Kualitas Produk	.182	.071	.161	2.580	.010	.410	2.437
	Layanan Kredit	.200	.053	.256	3.775	.000	.350	2.859

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

### Lampiran 8: Hasil Output SPSS Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.342	26.041		.128	.898
	Kepercayaan	.516	2.666	.167	.193	.847
	Kualitas Produk	-5.349	3.782	-1.356	-1.414	.158
	Layanan Kredit	2.768	2.334	1.013	1.186	.236
	X1_Kuadrat	.250	.079	5.653	3.148	.002
	X2_Kuadrat	.337	.092	3.972	3.663	.000
	X3_Kuadrat	.141	.051	4.086	2.744	.006
	X1X2	-.232	.119	-3.554	-1.952	.052
	X1X3	-.338	.101	-8.148	-3.336	.001
	X2X3	-.060	.109	-1.031	-.553	.581

a. Dependent Variable: U2t

### Lampiran 9: Hasil Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.449	1.346		3.306	.001
	Kepercayaan (X1)	.306	.062	.347	4.935	.000
	Kualitas Produk (X2)	.182	.071	.161	2.580	.010
	Layanan Kredit (X3)	.200	.053	.256	3.775	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

**Lampiran 10: Hasil Output SPSS Uji t (Parsial)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.449	1.346		3.306	.001
Total_X1	.306	.062	.347	4.935	.000
Total_X2	.182	.071	.161	2.580	.010
Total_X3	.200	.053	.256	3.775	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Lampiran 11: Hasil Output SPSS Uji F (Simultan)****ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2052.784	3	684.261	102.085	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2118.104	316	6.703		
	Total	4170.887	319			

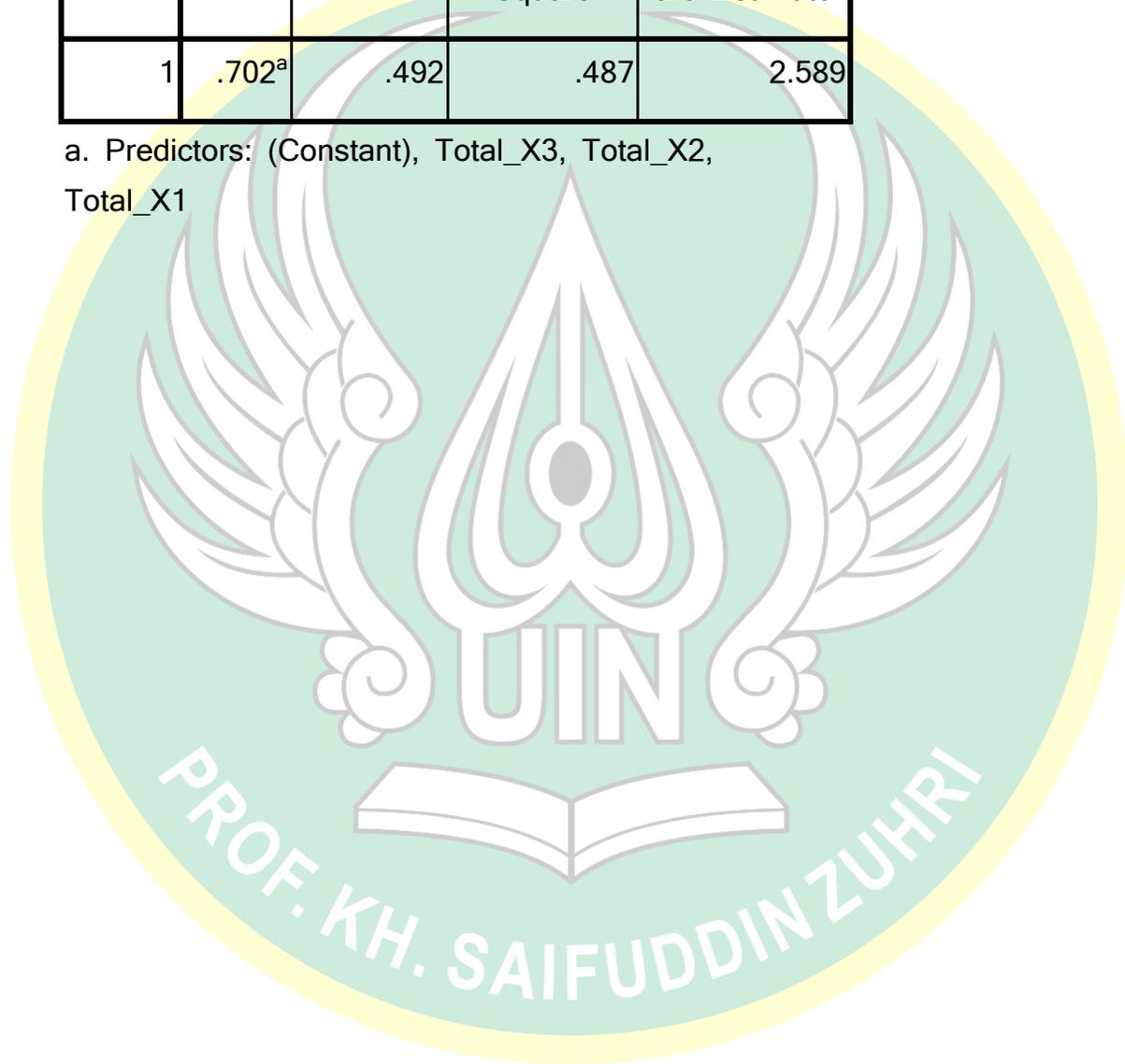
a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

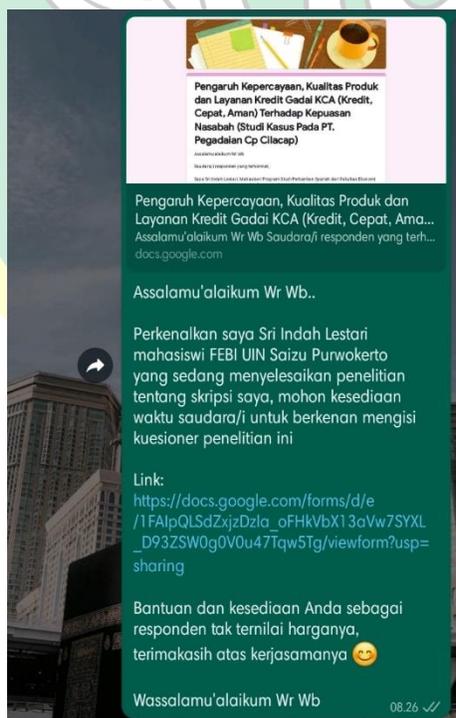
**Lampiran 12: Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 <sup>a</sup>	.492	.487	2.589

a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1



### Lampiran 13: Dokumentasi Penelitian





**FORMULIR PERMINTAAN PEGADAIAN KCA**  
No. 0047804

**Pegadaian**

Nomor CIF  
Identitas Yang Dipakai  KTP  SIM  Paspor  
Nomor KTP/SIM/PASPOR  
Nama Lengkap  
Asal Barang  Hasil Usaha  Hasil Investasi  Pinjaman  Hibah  Warisan

Kepemilikan Usaha Nasabah  Memiliki Usaha  Tidak Memiliki Usaha  
Status Transaksi  Untuk diri sendiri  Untuk orang lain (melengkapi form B0)  
Tujuan Transaksi  Usaha/Modal Kerja  Investasi  Pembelian barang/jasa  Hujan/Upacara  Biaya Pendidikan  Lain-lain  
Instrumen Pembayaran  Tunai  Bank (nama rekening orang lain melengkapi form B0)

Produk/Jangka Waktu Yang Diinginkan  
KCA (Max 120 hari)  Usul Hasil  15 hari  150 hari  
 30 hari  270 hari  
 45 hari  360 hari

Pengambilan Uang Kelebihan Jika Terlewat  Dikirimkan lewat wesel/Bank  Dulang Sendiri  
Barang jaminan yang disertakan:  Bank & No. Rekening : \_\_\_\_\_

No HP : \_\_\_\_\_ Tgl : \_\_\_\_\_  
Nama Ibu Kandung : \_\_\_\_\_ Nisabah : \_\_\_\_\_  
Alamat : \_\_\_\_\_

Nama Singkat : \_\_\_\_\_  
Barang yang diserahkan : \_\_\_\_\_  
Petugas Penerima B0 : \_\_\_\_\_



**Lampiran 14: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian**

## Lampiran 15: Surat Keterangan Sitasi



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

### SURAT KETERANGAN SITASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, pembimbing skripsi mahasiswa atas nama:

Nama : Sri Indah Lestari  
NIM : 1917202053  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Kredit Gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Cp Cilacap)

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut telah mensitasi karya dosen FEBI UIN SAIZU sebanyak 3 karya dengan rincian sebagai berikut:

No	Judul Karya	Penulis	Tahun	Tersitasi di halaman
1	The Influence Of Sharia Banks' Corporate Image And Sharia Service Standardization On The Intention To Recommend To Others: The Mediating Role Of Customer Satisfaction	Chandra Warsito, lin Solikhin, Nida Umi Farhan, Dhika Dzulkarnain Wibisono	2022	7-8
2	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk Halal Online Pada Pondok Pesantren Di Purwokerto	Sulasih dan Rima Dwi Oktiana	2019	7
3	Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto	Yoz Sofwa S., SP, M.Si	2015	6

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai syarat mendaftar seminar proposal. Terima kasih

Purwokerto, 20 Oktober 2023

Pembimbing Skripsi,

  
Sulasih S. E., M. Si.  
NIDN. 0619018002

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Sri Indah Lestari
2. NIM : 1917202053
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Cilacap/ 28 September 2000
4. Alamat Rumah : Jl. Irianjaya No. 144 RT 002 RW 001, Mergawati,  
Kroya, Cilacap
5. Nama Orang Tua  
 Nama Ayah : Saliman Raden Saputro  
 Nama Ibu : Kiki Sukiyem

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/ PAUD : -
  - b. SD/ MI : MI Ma'arif 10 Mergawati
  - c. SMP/ MTs : MTs Ma'arif NU 01 Kroya
  - d. SMA/ SMK/ MA : SMK YPE Kroya
  - e. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Pondok Pesantren Al- Qur'an Al- Amin Pabuwaran

### C. Pengalaman Organisasi

1. OSIS SMK YPE Kroya
2. Pecinta Alam SMK YPE Kroya
3. Pengurus Pondok Departemen KNK
4. Pengurus Pondok Departemen Kesenian