

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS AGEN PADA PT PEGADAIAN
CABANG PURWOKERTO KABUPATEN BANYUMAS**



SKRIPSI

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

Oleh:
DEA YUNINGTIYAS
NIM. 1817202143

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dea Yuningtiyas
NIM : 1817202143
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas

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

Purwokerto, 22 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Dea Yuningtiyas
NIM. 1817202143



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

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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS AGEN PADA PT PEGADAIAN
CABANG PURWOKERTO KABUPATEN BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara **Dea Yuningtiyas** NIM 1817202143 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 **Kamis, 20 Februari 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.
NIP. 19640916 199803 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
NIP. 19880731 202321 2 027

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

Purwokerto, 26 Februari 2025

Mengesahkan

Dekan,



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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Dea Yuningtiyas NIM 1817202143 yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Agen Pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 22 Januari 2025

Pembimbing,



Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si
NIP. 19790323 201101 1 007

MOTTO

“Jadilah orang yang berani dari yang terberani”



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS AGEN PADA PT PEGADAIAN
CABANG PURWOKERTO KABUPATEN BANYUMAS**

DEAYUNINGTIYAS

NIM.1817202143

Email : deayuningtiyas@gmail.com

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

ABSTRAK

Pada era revolusi telah banyak transformasi yang terjadi dibidang layanan jasa keuangan yang membawa dampak besar bagi perkembangan dunia bisnis dimana persaingan akan lebih menjadi ketat dan sulit diprediksi. PT Pegadaian dalam memaksimalkan potensi bisnisnya membuka peluang bisnis sebagai agen. Agen pegadaian adalah mitra pegadaian yang bekerjasama antara perusahaan dengan masyarakat sebagai agen untuk melakukan transaksi produk pegadaian dengan prinsip pembagian *fee*. Tujuan utamanya untuk memperluas jaringan operasional agar dapat mendekatkan dan mempermudah pelayanan transaksi di PT Pegadaian, sehingga peningkatan jumlah nasabah bertambah serta mampu memberikan informasi berharga bagi PT Pegadaian dan masyarakat melalui agen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu seseorang yang menjadi agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto dengan sampel sebanyak 129 responden dari hasil perhitungan menggunakan rumus solvin dengan tingkat kesalahan 5%. Analisis data yang dilakukan menggunakan teknik analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan alat bantu SPSS versi 20.

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Variabel citra perusahaan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto. Hasil penelitian dari Uji F pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 35,707 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas agen.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Citra Perusahaan, Agen Pegadaian.

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, SATISFACTION AND COMPANY IMAGE ON AGENT LOYALTY AT PT PEGADAIAN PURWOKERTO BRANCH BANYUMAS REGENCY

DEA YUNINGTIYAS

NIM. 1817202143

E-mail : deayuningtiyas@gmail.com

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

ABSTRACT

In the era revolution, many transgormations have occurred in the field of financial services which have had a major impact on the development of the business world, where competition will become tighter and harder to predict. PT Pegadaian in maximizing its business potential opens up business opportunities as an agent. Pawnshop agent are pawnshop partners who work together between companies and the public as agents to carry out pawnshop product transactions with the principle of sharing fees. The main objective is to expand the operational network in order to obtain and facilitate transaction services at PT pegadaian, so that the number of customers increases and is able to provide valuable information to PT Pegadaian and the public through agents. This research aims to determine the influence of service quality, satisfaction and company image on agent loyalty at PT Pegadaian, Purwokerto Branch, Banyumas Regency.

This research is quantitative research by distributing questionnaires. The population in this research is someone who is an agent of PT Pegadaian Purwokerto Branch with a sample of 129 respondents from calculation results using the solvin formula with an error rate of 5%. Data analysis was performed using analytical techniques namely validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, t test and F test with SPSS version 20 tool.

Based on partial test result, it shows that the variables of service wuality and satisfaction have a significant effect on loyalty. While the company image variable does not have a significant effect on agent loyalty at PT Pegadaian, Purwokerto Branch, Banyumas Regency. The results of the F test research on the variables of service quality, satisfaction and company image have a coefficient of 35,707 and have a significance value of $0,000 < 0,05$. So, it can be concluded that stimulantly service quality, satisfaction and company image have a positive and significant influence on loyalty agen.

Keywords: *Influence of Service Quality, Satisfaction, Company Image, Pawnshop Agent.*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	śa	Ś	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	<u>S</u>	es (dengan titik dibawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	<u>T</u>	te (dengan titik dibawah)
ظ	Ża	<u>Z</u>	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

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

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

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

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

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

كرامة الاولياء	Ditulis	Karàmah al-auliyà
----------------	---------	-------------------

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

زكاة لفظر	Ditulis	Zakàt al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dhammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4.	Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainaqum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

8. Kata Sandang Alim + Lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>al-qiyās</i>
--------	---------	-----------------

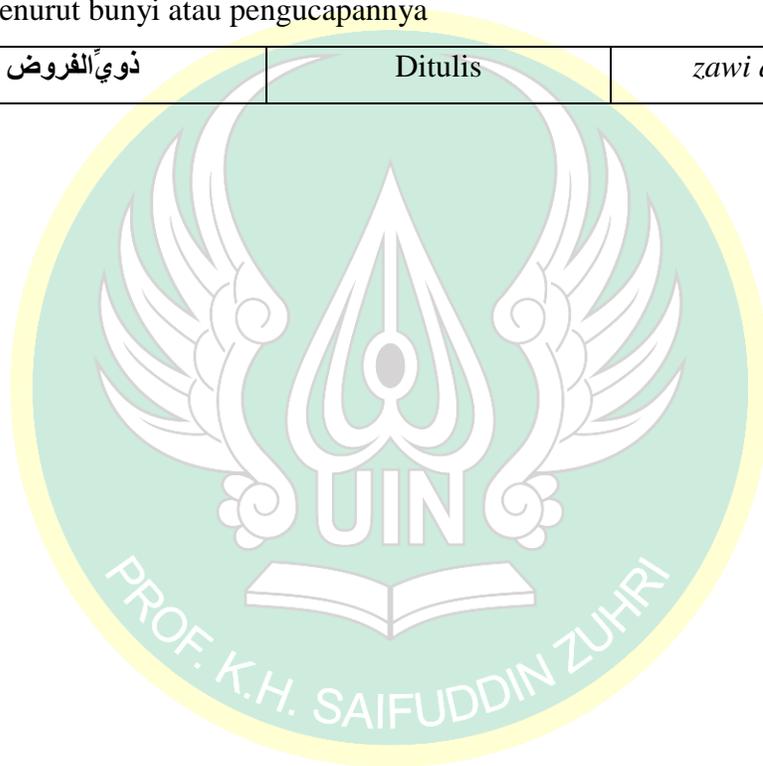
- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-samāʾ</i>
--------	---------	-----------------

9. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawi al- furūd</i>
------------	---------	-----------------------



PERSEMBAHAN

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

1. Allah SWT yang selalu mengabulkan semua doa-doa, meridhai segala urusan dan telah melancarkan skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak dan ibu yang telah memberi doa, kasih sayang, semangat dan dukungannya setiap waktu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.
3. Adik tersayang Afra Syadza Yanuarizqa yang selalu memberi dukungan dan semangat agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Calon suami saya Kevin Bagaskara yang selalu memberi dukungan, doa, motivasi, semangat dan selalu disamping penulis pada setiap keluh kesah dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kakek dan nenek saya yang selalu memberi dukungan, doa, semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam keadaan apapun.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kasih sayang dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS AGEN PADA PT PEGADAIAN CABANG PURWOKERTO KABUPATEN BANYUMAS ”** ini dapat terselesaikan dengan lancar sebagai salah satu syarat untuk lulus dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya jurusan Perbankan Syariah dan untuk kemudian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Shalawat dan salam semoga tetap terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi jalan kehidupan kita. Selesaiannya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan para pihak yang telah banyak memberikan do'a, motivasi, dorongan, bimbingan dan semangat kepada penulis yang tiada henti, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., Wakil rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S,Ag., M.M, Wakil rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Suhanji, M.Ag., Wakil rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. Selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi.
9. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Segenap staff administrasi dan staff perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Segenap agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Bapak, ibu tercinta Bapak Urip Sukhanto dan Ibu Nunung Yuliarti serta adik tersayang Afra Syadza Yanuarizqa yang telah memberi doa, kasih sayang, semangat dan dukungannya setiap waktu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.
13. Calon suami saya Kevin Bagaskara terimakasih selalu memberi penulis dukungan, doa, motivasi, semangat dan selalu disamping penulis pada setiap keluh kesah dalam penyusunan skripsi ini.
14. Terimakasih untuk sahabat saya Asna Yulia Afifah yang telah memberikan penulis, dukungan, semangat, cerita dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
15. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga bantuan dan kebaikan kalian mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih yang tidak teringga pada semua pihak yang terlibat dengan harapan semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto,

Penyusun,



Dea Yuningtiyas
NIM. 1817202143



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kerangka Teori	9
1. Agen Pegadaian	9
2. Kualitas Pelayanan	10
3. Kepuasan	12
4. Citra Perusahaan	14
5. Loyalitas	15

B. Kajian Pustaka.....	16
C. Landasan Teologis.....	23
D. Hipotesis.....	26
E. Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis penelitian.....	29
B. Tempat dan waktu penelitian	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	29
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data Penelitian	34
G. Analisis Regresi Berganda	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Profil Pegadaian.....	39
B. Karakteristik Responden.....	53
C. Uji Instrumen.....	55
D. Hasil Analisis Data.....	58
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
F. Uji Hipotesis.....	63
G. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Agen Aktif PT Pegadaian Cabang Purwokerto

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

Tabel 3 Variabel dan Indikator Penelitian

Tabel 4 Pengukuran Skala Likert

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 8 Hasil Uji Validitas

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 10 Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y

Tabel 11 Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y

Tabel 12 Hasil Uji Linearitas X3 terhadap Y

Tabel 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 14 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Tabel 15 Hasil Uji f (Uji Stimultan)

Tabel 16 Hasil Uji Determinan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikiran

Gambar 2 Struktur Organisasi PT Pegadaian Cabang Purwokerto

Gambar 3 Pembagian *Fee* Agen Pegadaian

Gambar 4 Tampilan Aplikasi Agen Pegadaian

Gambar 5 Hasil Uji Normalitas Probability – Plot

Gambar 6 Hasil Uji Heteroskedasitas



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Uji Validitas
- Lampiran 3 Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Uji Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 6 Uji Hipotesis
- Lampiran 7 Dokumentasi
- Lampiran 8 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 9 Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 10 Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 11 Sertifikat KKN
- Lampiran 12 Sertifikat PPL
- Lampiran 13 Sertifikat PBM
- Lampiran 14 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 15 Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 16 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 17 Tabulasi Data Responden

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan, lembaga keuangan merupakan entitas yang bergerak di sektor keuangan dengan kegiatan utama menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali untuk berbagai keperluan. Dengan menyediakan berbagai layanan finansial kepada nasabahnya, serta diatur oleh regulasi pemerintah guna menjamin stabilitas dan kepercayaan publik lembaga keuangan ikut serta berperan penting dalam sistem ekonomi. Perbankan, *building society*, *credit union*, pialang saham, manajemen aset, modal ventura, koperasi, perusahaan asuransi, dana pensiun, pegadaian, dan bisnis serupa lainnya merupakan bentuk-bentuk lembaga keuangan. Di Indonesia, lembaga keuangan dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan bukan bank mencakup berbagai bentuk usaha seperti asuransi, pegadaian, multifinance, pasar modal, dana pensiun, dan lain sebagainya, yang semuanya berperan dalam memperkuat struktur keuangan nasional dan memberikan berbagai solusi keuangan bagi masyarakat (Fatih Fuadi, 2020).

Pada era revolusi telah banyak transformasi yang terjadi dalam bidang layanan jasa keuangan. Pada era yang sudah modern ini menyebabkan dampak besar untuk perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia, pasar lebih terbuka dan peluang semakin banyak, akan tetapi persaingan akan menjadi lebih ketat dan sulit diprediksikan (Fiola Natasia, 2024). Hal tersebut tentunya juga akan dilakukan oleh PT Pegadaian. Dengan kemudahan akses informasi siapapun bisa menerima serta mengirimkan berbagai informasi dengan cepat bagi siapapun dengan batasan yang tak terhingga oleh manusia.

Sebuah lembaga keuangan non-bank yang menyediakan layanan pinjaman kepada masyarakat dengan menerapkan sistem gadai disebut PT Pegadaian. Perusahaan ini termasuk ujung tombak salah satu perusahaan layanan *service* untuk menarik nasabah. Umumnya PT Pegadaian melayani nasabah dari kalangan ekonomi menengah kebawah saja. Namun, adanya pergeseran yang terjadi saat ini PT Pegadaian juga melayani nasabah dari kalangan ekonomi menengah ke atas dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Mayoritas nasabahnya adalah perempuan yang tinggal di sekitar lokasi kantor PT Pegadaian. Berbagai alasan mendasari pilihan mereka menggunakan layanan PT Pegadaian dibandingkan lembaga keuangan lainnya, bergantung pada persepsi mereka terhadap reputasi dan layanan yang ditawarkan oleh PT Pegadaian (Fandi Sam M, 2015).

Tjiptono mengartikan kualitas pelayanan adalah sebuah keadaan yang dinamis, yang berpengaruh terhadap produk, jasa, individu, proses, serta lingkungan, yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Menurut Gunara, bahwa pentingnya kualitas pelayanan tidak hanya sekadar memberikan layanan, melainkan juga memahami, menghargai, dan merasakan nasabah. Dengan demikian, penyampaian layanan yang berkualitas akan mempengaruhi kedalaman hubungan emosional dengan nasabah, yang pada gilirannya memperkuat posisi perusahaan dalam persepsi nasabah (Mochamad Ridzwan, 2021).

Penjelasan Permana dalam Ahmad Imam N dan Ali Maskur (2022) mengemukakan bahwa persepsi seorang nasabah terhadap kinerja suatu produk atau jasa sangat menentukan tingkat kepuasan yang akan dirasakan. Pemenuhan ekspektasi nasabah akan kepuasan yang tinggi tergantung pada kelebihan produk atau jasa yang digunakan. Namun, ketidakcocokan atau ketidaksesuaian dengan harapan nasabah terhadap produk atau jasa meskipun secanggih atau bagus apapun dapat membuat produk atau jasa tersebut kehilangan nilai. Dalam sebuah industri jasa, kunci utama untuk membangun

dan mempertahankan popularitas perusahaan ditengah persaingan yang ketat ada pada kepuasan nasabah. Kepuasan yang konsisten akan menghasilkan loyalitas nasabah, yang pada gilirannya akan mendorong nasabah untuk membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain, sehingga meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, kualitas layanan yang memenuhi harapan nasabah menjadi krusial dalam membentuk kepuasan nasabah.

Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri setiap perusahaan. Lawrence menjelaskan bahwa persepsi seseorang terhadap suatu perusahaan di dasarkan pada apa yang mereka ketahui dan pikirkan tentang perusahaan tersebut (Lawrence dalam Sutojo (2004). Citra yang baik merupakan asset yang bernilai besar bagi perusahaan manapun. Oleh karena itu, semua perusahaan mempunyai kewajiban untuk membangunnya.

Terdapat beberapa bukti empiris yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah, diantaranya hasil penelitian Fandi Sam Montolalu, et al (2015) berupa variabel kualitas layanan, promosi dan kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan, positif dan sangat nyata terhadap variabel loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur. Namun, penelitian milik Sella Salim dan Faradilla Meirisa (2023) tidak adanya variabel kepuasan karena variabel ini hanya memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah bank sinarmas KC Palembang. Penelitian Viona Jesica Kristania, et al (2022) juga tidak adanya variabel kualitas pelayanan, bahwa variabel kepuasan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado. Sementara itu, penelitian Izharuddin Pagala (2021) juga tidak adanya variabel kepuasan, yang hasilnya berupa variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama

Bumiputera 1912 Cabang Kendari. Kemudian penelitian milik Ahmad Imam Nurhidayat dan Ali Maskur (2022) bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Pegadaian UPC Kuwu Purwodadi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah milik Sella Salim dan Faradilla Meirisa (2023), dimana penelitiannya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Sinarmas Palembang dan pada penelitian Ahmad Imam Nurhidayat dan Ali Maskur (2022), dimana penelitiannya menggunakan variabel kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan serta dampaknya pada loyalitas nasabah (Studi kasus pada nasabah PT Pegadaian UPC Kuwu), kemudian pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan citra agen.

Dengan adanya kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan, ketiga faktor ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas, apabila nasabah mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, aman dan dapat dipercaya maka nasabah akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan agen pegadaian. Bermitra dengan sebuah perusahaan menjadi pengalaman tersendiri yang dapat dijadikan sebagai peluang bagi seseorang yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan cara bernegosiasi. Untuk menjadi mitra tidaklah sulit apabila memiliki kegigihan, kemauan, dan pantang menyerah dalam kondisi apapun. Dalam memaksimalkan potensi bisnisnya PT Pegadaian sebagai unit usaha gadai milik BUMN membuka peluang bisnis bagi orang yang ingin menjadi seorang agen pegadaian. Agen pegadaian merupakan mitra pegadaian yang bekerjasama antara perusahaan dengan masyarakat sebagai agen yang dapat melayani transaksi produk pegadaian dengan konsep *free sharing*. Modal utama menjadi agen pegadaian adalah percaya diri terhadap produk yang ditawarkan, sehingga calon konsumen

yakin bahwa produk yang nantinya dibeli dapat dipercaya. Tentu perusahaan memiliki tujuan utama dibentuknya agen pegadaian yaitu untuk memperluas jaringan operasional outlet pelayanan pegadaian untuk lebih mudah dalam mendistribusikan layanan produk pegadaian kepada masyarakat juga untuk lebih mendekatkan perusahaan kepada masyarakat melalui kerjasama dengan pihak lain yang dianggap ahli, terampil, kredibilitas, dan integritas. Adapun jenis layanan agen pegadaian terdiri dari 3 (tiga) jenis yaitu agen pemasaran, agen pembayaran, dan agen gadai.

Agen pegadaian menginduk pada salah satu outlet baik cabang maupun unit pegadaian cabang (UPC) sesuai dengan pilihan dari agen dengan memperhatikan kemudahan akses. Agen Pegadaian Cabang Purwokerto merupakan perpanjangan tangan PT Pegadaian Cabang Purwokerto untuk memudahkan transaksi nasabah dengan jumlah agen aktif lebih dari seratus agen, seperti data yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 1
Jumlah Agen Aktif PT Pegadaian Cabang Purwokerto

No	Unit	Jumlah Agen
1	CP Purwokerto	38
2	UPC Lor Alun-Alun	18
3	UPC Depan Unsoed	23
4	UPC Mersi	12
5	UPC Tanjung	29
6	UPC Karang Lewas	14
7	UPC Pasar Cerme	14
8	UPC Karang Klesem	18
9	UPC Banyumas	23
Total		189

Sumber : Laporan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Purwokerto

Berdasarkan informasi data pada tabel diatas bahwasanya jumlah keseluruhan agen aktif PT Pegadaian Cabang Purwokerto adalah sebanyak 189 agen. Oleh karena itu penulis memilih PT Pegadaian Cabang Purwokerto sebagai objek penelitian.

Fokus penelitian ini adalah orang sudah menjadi agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto. Dikarenakan penulis ingin melihat bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan mempengaruhi keberhasilan program keagenan dalam menjaga loyalitas. Selain itu, dengan adanya program keagenan ini dapat memperluas jaringan operasional outlet pelayanan pegadaian untuk lebih memudahkan dan mendekatkan perusahaan kepada masyarakat sehingga dapat memperluas jangkauan layanan masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui kerjasama dengan PT Pegadaian. Oleh karena itu, penulis melakukan kajian terhadap dasar materi latar belakang diatas dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto?
2. Bagaimana variabel kepuasan mempengaruhi variabel loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto?
3. Bagaimana pengaruh variabel citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto?
4. Bagaimana pengaruh variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap variabel loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Guna mengetahui secara empiris pengaruh tingkat kualitas pelayanan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.
2. Guna mengetahui secara empiris pengaruh tingkat kepuasan masyarakat terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.
3. Guna mengetahui secara empiris pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.
4. Guna mengetahui secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.

Manfaat dari penelitian ini meliputi :

1. Secara Teoritis
Tinjauan ini memberikan wawasan mendalam mengenai trend dan dinamika dalam perilaku konsumen terkait kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan persepsi terhadap agen selama proses transaksi, terutama dalam konteks pembelian di PT Pegadaian Cabang Purwokerto, Kabupaten Banyumas.
2. Secara Praktis
Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi praktis yang signifikan bagi PT Pegadaian serta mendorong inovasi baru yang aman, nyaman, menarik, dan canggih di masa depan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berharga bagi

peneliti selanjutnya dalam mengembangkan studi lebih lanjut terkait isu yang serupa.

D. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas” terdiri atas lima bab, penulis memberikan gambaran isi setiap bab dalam sistematika pembahasan antara lain :

Bab I : Pendahuluan

Mendeskripsikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan tinjauan pustaka.

Bab II : Landasan Teori

Berisi tentang uraian terkait teori yang mendukung dan mendasari penelitian seperti pengertian kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan, loyalitas, agen pegadaian, kerangka berfikir, dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Berisi uraian jenis penelitian, sumber data penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Menyajikan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh tingkat kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.

Bab V: Penutup

Bab lima memuat kesimpulan penulis dari hasil akhir pembahasan, saran penelitian, serta daftar pustaka dan lampiran yang penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Agen Pegadaian

a. Pengertian Pegadaian

Pegadaian adalah lembaga keuangan non bank yang memberikan pinjaman kepada masyarakat melalui sistem gadai. Pegadaian merupakan salah satu badan usaha milik negara yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 31/POJK.05/2016 tentang Usaha Pegadaian, gadai didefinisikan sebagai suatu hak yang diperoleh perusahaan atas suatu barang bergerak, yang dijaminan oleh nasabah sebagai jaminan atas pinjaman, dan memberi wewenang kepada perusahaan untuk mengambil pelunasan pinjamannya dari barang tersebut dengan mendahului kreditur lain, dengan pengecualian biaya untuk melelang atau menjual barang tersebut dan biayanya untuk menyelamatkan barang yang dikeluarkan setelah barang diserahkan sebagai gadai (Dian Malyani dkk, 2023).

b. Pengertian Agen Pegadaian

Agen pegadaian ialah sebuah mitra pegadaian yang menjalin hubungan kerjasama antara perusahaan dengan masyarakat untuk menjadi seorang agen yang dapat melayani transaksi produk-produk pegadaian bagi nasabahnya dengan konsep *sharing fee* (Kompas.com).

Pegadaian mendirikan agen pegadaian sebagai perpanjangan tangan mereka guna memperluas jangkauan operasional pegadaian ke nasabah. Melalui ide pembagian biaya, pegadaian bekerjasama dengan

masyarakat sebagai agen untuk menangani transaksi produk gadai. Agen pegadaian berfungsi sebagai uluran tangan pegadaian kepada nasabah untuk membantu dalam bertransaksi (Sahabat pegadaian.co.id, 2022). Agen pegadaian diklasifikasikan menjadi 3 kategori antara lain agen pemasaran, agen pembayaran dan agen gadai (Ni Putu Diah dkk, 2024).

Manfaat atau keuntungan sebagai agen pegadaian (Ni Putu Diah dkk, 2024) :

- a. Agen pemasaran, memperoleh pendapatan administrasi, *success fee*, uang dari memulai rekening tabungan emas, *top-up* tabungan emas dan biaya dari transaksi *payment point*.
- b. Agen pembayaran, mendapatkan keuntungan dari pendapatan administrasi, *success fee*, *fee* pendapatan *top-up* dan transaksi *payment point*.
- c. Agen gadai, memperoleh keuntungan dari pembagian sewa modal, pendapatan dari transaksi *payment point*, tunjangan administrasi dan biaya isi ulang tabungan emas.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Lovelock menjelaskan kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat konsistensi atau pengendalian variasi dalam upaya mencapai standar pelayanan yang memenuhi harapan nasabah. konsep ini menyoroti pentingnya mempertahankan standar yang konsisten dalam menyediakan layanan yang memuaskan nasabah. Dalam pandangan Vincent Gaspersz, kualitas pelayanan mencakup seluruh atribut yang membentuk standar atau persyaratan tertentu yang harus dipenuhi. Sementara menurut Fandy Tjiptono menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan

nasabah, menekankan pentingnya menjaga kualitas untuk menciptakan pengalaman nasabah yang memuaskan secara konsisten (Faozan, 2022).

Sebagaimana Tjiptono (Moochamad Ridzwan, 2021) mengartikan kualitas pelayanan sebagai sebuah keadaan yang dinamis, yang berpengaruh terhadap produk, jasa, individu, proses serta lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Gunara juga menegaskan bahwa pentingnya menjaga kualitas pelayanan tidak hanya sekadar memberikan layanan namun juga harus memahami, menghargai dan merasakan nasabah. Dengan demikian, penyampaian layanan yang berkualitas akan mempengaruhi kedalaman hubungan emosial dengan nasabah, yang pada gilirannya memperkuat posisi perusahaan dalam persepsi nasabah (Mochamad Ridzwan, 2021).

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Shafrani (2022) terdapat beberapa pendekatan untuk menilai serta meningkatkan kualitas layanan dengan metode ServQual yang diusulkan oleh Parasuraman tahun 1998, antara lain :

a) Bukti fisik (*Tangible*)

Pentingnya bukti fisik dapat menumbuhkan image perusahaan terutama bagi nasabah baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Selain itu, pelayanan dalam bentuk produk bisa membuat nasabah lebih tertarik dan akan meras aman dan nyaman untuk menyimpan atau mengajukan sebuah pembiayaan.

b) Keandalan (*Reliability*)

Menurut Tjiptono (2001) keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

c) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

d) Kepercayaan (*Assurance*)

Kepercayaan adalah pengetahuan dan perilaku employer untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri nasabah dalam menggunakan jasa yang telah ditawarkan (Umar, 2003).

e) *Emphaty*

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada nasabah secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan nasabah (Tjiptono, 2001).

3. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler (2022), kepuasan dapat didefinisikan sebagai hasil evaluasi seseorang terhadap kinerja produk dibandingkan dengan harapan mereka. Disisi lain, Tjiptono berpendapat bahwa kepuasan pelanggan dianggap sebagai indikator utama kinerja pasar (Endang Tri Wahyuni, 2015).

Kepuasan nasabah merupakan konsep yang menggambarkan perbedaan antara persepsi aktual atas layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Pelayanan yang berkualitas dan memuaskan apabila sesuai dengan ekspetasi yang telah dibentuk oleh nasabah. Sebaliknya, ketika layanan tidak mencapai standar yang diharapkan maka persepsi terhadap kualitas pelayanan menjadi rendah (Shafrani, 2022).

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Lupiyoadi (2011) menyatakan terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan, antara lain:

- a) Faktor Kualitas Produk, apabila hasil penilaian nasabah menunjukkan produk yang digunakan memiliki kualitas baik maka nasabah akan merasa puas.
- b) Faktor Citra Perusahaan, persepsi masyarakat yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dan berbagai sumber terpercaya adalah semua asosiasi yang melekat pada setiap perusahaan.
- c) Faktor Kualitas Pelayanan, nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- d) Faktor Harga, apabila nasabah mendapatkan produk dengan kualitas yang sama namun memiliki harga yang relatif murah maka hal ini akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi.
- e) Faktor Emosional, nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya apabila mendapatkan produk tertentu.
- f) Biaya, nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa sehingga nasabah cenderung puas terhadap produk/jasa tersebut.

c. Indikator Kepuasan

Menurut Sunarto (2010) terdapat tiga indikator dalam mengukur kepuasan nasabah yaitu :

- 1) Pelayanan yang sesuai dengan harapan
- 2) Terpenuhinya kebutuhan nasabah
- 3) Fasilitas dan kenyamanan

4. Citra Perusahaan

a. Pengertian Citra

Citra adalah cara pandang dari nasabah kepada perusahaan yang berdasarkan atas atribut-atribut yang melekat pada perusahaan (Hilyatul Azizah, 2012). Menurut Bontis dan Booker apabila sebuah perusahaan perbankan atau non bank berhasil menciptakan suatu hal yang menarik minat nasabah baik bagi nasabah baru maupun nasabah lama, maka perusahaan tersebut berhasil membangun citra perusahaannya. Nasabah yang datang ke perusahaan sudah mempunyai gambaran tentang hal yang akan dialami dan dirasakan dengan berdasarkan pengalamannya saat bertransaksi (Evi Oktaviani, 2012).

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

Kotler (2013) mengidentifikasi beberapa faktor penentu yang secara signifikan mempengaruhi citra perusahaan, antara lain :

- 1) Kualitas atau keunggulan
- 2) Dapat dipercaya atau diandalkan
- 3) Kegunaan atau manfaat
- 4) Pelayanan
- 5) Risiko
- 6) Harga
- 7) Image

c. Indikator Citra Perusahaan

Menurut Kotler (2013) indikator yang dapat mengukur citra perusahaan sebagai berikut :

- a) Atribut, suatu produk dapat mengingatkan pada atribut-atribut tertentu.
- b) Manfaat, atribut-atribut harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.

c) Nilai-nilai

5. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas ialah suatu keterlibatan dan keterkaitan yang tinggi pada pilihan nasabah terhadap objek tertentu sehingga tercipta perilaku pembelian secara berulang-ulang yang sudah menjadi kebiasaan dengan bercirikan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif (Engel Blackwell dan Miniard, 1995).

Selain itu, loyalitas juga melambangkan kesetiaan konsumen dalam melakukan pembelian yang dilakukan secara berulang-ulang atas layanan yang sama dari suatu perusahaan dan menunjukkan sikap loyalitasnya kepada yang lain untuk mencegah banyaknya pesaing yang masuk. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan (Warsito, 2015).

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Menurut Tjiptono (2012) faktor yang mempengaruhi loyalitas antara lain :

- 1) Kepuasan (*Satisfaction*)
- 2) Ikatan Emosi (*Emotional Bonding*)
- 3) Kepercayaan (*Trust*)
- 4) Kemudahan (*Choice Reduction and Habit*)
- 5) Pengalaman dengan Perusahaan (*History with Company*)
- 6) Citra Merek

c. Indikator Loyalitas

Menurut Tjiptono (2012) indikator-indikator yang dapat mengukur loyalitas sebagai berikut :

- a) Nasabah tidak beralih ke produk lain

- b) Pembelian ulang
- c) Merekomendasikan kepada orang lain

B. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah landasan utama yang digunakan peneliti untuk menyusun penelitian mereka dengan merujuk pada kajian-kajian terdahulu guna mengidentifikasi varian dengan riset sebelumnya. Sejumlah studi telah menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen, topik yang akan dianalisis lebih lanjut dalam bahasan dibawah ini :

Pertama, skripsi yang ditulis Fandi Sam Montolalu, et al (2015) yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Manado Timur*. Hasil penelitian ini berupa variabel kualitas layanan, promosi, dan kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan, positif dan sangat nyata terhadap variabel loyalitas nasabah pada PT Pegadaian Cabang Manado Timur. Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaannya terletak pada salah satu penggunaan variabel independen yang mana penelitian ini meneliti pengaruh citra perusahaan sedangkan penelitian sebelumnya meneliti promosi terhadap loyalitas.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Sella Salim dan Faradilla Meirisa (2023) yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang*. Hasil penelitian ini variabel kepuasan hanya memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Persamaan penelitian Sella Salim dengan penelitian ini yaitu pada variabel independen yang sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian dan waktu penelitiannya.

Ketiga, skripsi yang ditulis Viona Jesica Kristania, et al (2022) yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado*. Hasil penelitian ini juga tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan, namun variabel kepuasan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Persamaan sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Izharuddin Pagala (2021) yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Kendari)*. Hasil penelitian ini tidak adanya variabel kepuasan yang berpengaruh, namun variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Persamaan kedua penelitian ini adalah pada variabel independen yang sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan. Perbedaannya terletak pada tempat dan waktu penelitian.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Ahmad Imam Nurhidayat dan Ali Maskur (2022) yang berjudul : *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah PT Pegadaian UPC Kuwu)*. Hasil penelitian ini bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas. Perbedaannya terletak pada variabel dependennya yang mana penelitian terdahulu membahas dampak dari variabel independen terhadap loyalitas.

Keenam, skripsi yang ditulis oleh Hilyatul Azizah (2012) dengan judul : *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah*. Menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan, citra dan kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut diperkuat dengan hasil analisis deskriptif variabel yang memiliki nilai indeks tergolong tinggi atau baik. Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yaitu meneliti pengaruh kualitas layanan, citra dan kepuasan terhadap loyalitas. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	Fandi Sam Montolalu, et al. "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur". 2015.	Hasil penelitian Fandi Sam Montolalu, et al. Hal ini dikarenakan hasil pengujian hipotesis secara stimultan menunjukkan bahwa variabel X yang meliputi kualitas layanan, promosi dan kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan, positif dan sangat nyata terhadap variabel Y yaitu loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur. Pengujian variabel X secara parsial, promosi merupakan variabel yang	Persamaan : sama-sama meneliti pengaruh kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan : pada salah satu penggunaan variabel independen yang mana penelitian ini juga meneliti pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas dan penelitian terdahulu

		<p>paling dominan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah artinya promosi sangat menentukan loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur. Sedangkan variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah namun tidak signifikan.</p>	<p>meneliti pengaruh promosi terhadap loyalitas.</p>
2	<p>Sella Salim dan Faradilla Meirisa. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang”. 2023.</p>	<p>Disimpulkan bahwa hasil penelitian ini secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank sinarmas KC Palembang. Kemudian, variabel kepuasan nasabah secara parsial memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah bank sinarmas KC Palembang. Sedangkan secara simultan variabel X bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.</p>	<p>Perbedaan: Objek penelitian dan waktu penelitiannya. Sedangkan, Persamaan: Terletak pada variabel independen yang mana kedua penelitian ini sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas.</p>
3	<p>Viona Jesica</p>	<p>Hasil pembahasan dari</p>	<p>Persamaan: Kedua</p>

	<p>Kristania, et all. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado”. 2022.</p>	<p>penelitian ini didapat hasil bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado, sedangkan variabel X yaitu kepuasan dan citra perusahaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado. Dan berdasarkan hasil uji F didapat bahwa variabel X yang meliputi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y yaitu loyalitas nasabah.</p>	<p>penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan. Perbedaan: Objek dan waktu penelitian.</p>
4	<p>Izharuddin Pagala. “Pengaruh Kualitas Layanan,</p>	<p>Hasil yang dapat ditarik dari penelitian ini yaitu bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan, memiliki pengaruh positif dan</p>	<p>Persamaan: terletak pada variabel independennya yang mana sama-sama meneliti pengaruh</p>

	<p>Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Study pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Kendari)”. 2021.</p>	<p>signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan artian bahwa manajemen perusahaan tersebut harus selalu memastikan untuk tetap menjaga standar layanan yang diberikan kepada nasabah. Begitupun dengan citra perusahaan, semakin baik citra perusahaan maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah. Sedangkan, variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah sebab kepuasan nasabah pada perusahaan ini mencakup tentang penanganan keluhan, enggan untuk beralih, layanan jasa yang mengagumkan dan pilihan pertama dalam memilih perusahaan asuransi belum memberikan jaminan bahwa nasabah tersebut akan tetap royal.</p>	<p>kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan. Perbedaan: pada tempat dan waktu penelitian.</p>
5	<p>Ahmad Imam Nurhidayat dan</p>	<p>Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas</p>	<p>Persamaan: Kedua penelitian ini</p>

	Ali Maskur. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah PT Pegadaian UPC Kuwu)”. 2022.	layanan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT Pegadaian UPC Kuwu Purwodadi berpengaruh positif dan signifikan.	memiliki kesamaan yaitu meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas. Perbedaan: Pada penelitian terdahulu pada variabel dependennya membahas tentang dampak dari variabel X terhadap loyalitas.
6	Hilyatul Azizah. “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah”. 2012.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut diperkuat dengan hasil analisis deskriptif variabel. Variabel kualitas layanan, citra dan kepuasan memiliki nilai indeks yang tergolong tinggi atau baik.	Persamaan: Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yaitu meneliti pengaruh kualitas layanan, citra dan kepuasan terhadap loyalitas. Perbedaan: kedua penelitian tersebut pada objek penelitian.

Sumber : Dari berbagai jurnal dan skripsi

C. Landasan Teologis

1. Agen dalam Hukum Islam

a. Pengertian Agen

Samsarah yaitu kosakata bahasa Persia yang telah diadopsi menjadi baha Arab yang berarti sebuah profesi dalam menengahi dua kepentingan atau pihak yang berbeda dengan kompensasi, baik berupa upah (*ujrah*) atau bonus, komisi (*ji'alah*) dalam menyelesaikan suatu transaksi. Adapun *simsar* adalah sebutan untuk orang yang bekerja untuk orang lain sebagai penengah dengan kompensasi (upah atau bonus), baik untuk menjual maupun membeli. Dalam fiqh mu'amalah, agen dikenal dengan istilah *simsar* yaitu orang yang menjadi perantara antara pihak penjual dan pembeli guna melancarkan transaksi jual beli (Munawir, 2017).

b. Dasar Hukum Agen

Dalam fiqh islam pekerjaan *samsarah/simsar* berupa makelar, distributor, agen dan sebagainya termasuk akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan. *Al-ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-iwadhu* (ganti). Dari sebab itu *ats-tsawab* (pahala) dinamai *ajru* (upah).

Ijarah baik dalam bentuk sewa menyewa maupun dalam bentuk upah mengupah merupakan mu'amalah yang telah disyari'atkan dalam Islam. Hukum asalnya adalah boleh atau mubah bila dilakukan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Islam. Kebolehan praktek *Ijarah* berdasarkan kepada ayat-ayat al-Qur'an dan Hadist. Pada *Surat Ath-Thalaq ayat 6* yang berbunyi "Tempatkanlah mereka (para istri) dimana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka, dan jika mereka (istri-istri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, maka berikanlah mereka nafkahya hingga

mereka bersalin, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anakmu) untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah diantara kamu (segala sesuatu) dengan baik, dan jika kamu menemui kesulitan maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya”.

Hadist yang menjelaskan tentang jangan pernah menunda-nunda upah adalah :

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْفُهُ

“Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering”. (HR. **Ibnu Majah**)

Hadist tersebut menjelaskan bahwa jangan pernah menunda upah para pekerja, apabila mereka telah melakukan pekerjaan maka bayarlah upah atau jerih payah mereka pada waktunya, karena Allah SWT paling benci bagi orang yang menunda-nunda upah pekerja (Munawir, 2017).

2. Gadai dalam Hukum Islam

a. Pengertian Gadai

Dalam fiqh mu’amalah, perjanjian gadai sering dikenal sebagai *rahn*. Secara bahasa, *rahn* berarti menahan. Artinya menahan sesuatu untuk dijadikan sebagai jaminan hutang. Menurut Bahasa Arab, *rahn* adalah tetap dan lestari atau yang biasa dinamai *Al-Habsu* artinya penahanan.

Secara etimologi, *rahn* berarti tetap, kekal dan jaminan. Dalam istilah hukum positif adak *ar-rahn* disebut barang jaminan, agunan dan runguhan. Dalam islam *Ar-Rahn* merupakan sarana saling tolong menolong bagi setiap umat islam tanpa adanya imbalan suatu jasa.

Menurut Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang

berhutang. Selain itu menurut KHES pasal 20 ayat 14 , rahn atau gadai adalah penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan.

b. Dasar Hukum Gadai

Gadai (*rahn*) hukumnya diperbolehkan berdasarkan Al-Qur'an, sunnah dan Ijma :

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُمُوا الشَّاهِدَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِنَّمَا قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

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 (utang) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah SWT, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikannya. Sesungguhnya, hatinya kotor (berdosa) Allah SWT Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS. Al- Baqarah: 283).

Sedangkan dalil dari As-Sunnah adalah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim dari Aisyah mengatakan:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَىٰ أَجْلِ وَرَهْنُهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

“Sesungguhnya Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam membeli makanan dari seorang Yahudi dan meminjamkan (menggadaikan) kepadanya baju besinya.” **HR. Bukhari dan Muslim.**

Hadits lain yang menjadi dalil diperbolehkannya gadai adalah :

لَا يُغْلَقُ الرَّهْنُ مِنْ صَاحِبِهِ الَّذِي رَهْنَهُ، لَهُ غَنْمُهُ وَعَلَيْهِ غَرْمُهُ

“Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung risikonya.” **HR. Asy-Syafi’i, Ad-Daraquthni dan Ibnu Majah.**

Berdasarkan hadits diatas bisa dipahami bahwa bermuamalah dibenarkan juga dengan non muslim dan harus ada jaminan sebagai agunan, sehingga tidak ada kekhawatiran bagi yang memberi piutang (Dewi Noviarni, 2021).

c. Indikator Gadai Menurut Islam

Indikator yang digunakan dalam gadai antara lain (Dewi Noviarni, 2021) :

1. *Sighat* (Lafaz ijab dan Qabul)
2. *Ar-Rahin* (Pihak yang menggadaikan)
3. *Murtahin* (Pihak yang menerima gadai)
4. *Al-Marhun* (Objek atau barang yang digadaikan)
5. *Al-Marhun bih* (Hutang)

D. Hipotesis

Dengan memilih fakta-fakta yang akan menjadi subjek penelitian dan menemukan informasi yang relevan, hipotesis memberi peneliti tujuan yang jelas dan membantu mengidentifikasi jaur yang harus di ikuti dalam membatasi ruang lingkup penelitian, berikut adalah hipotesis penelitian:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fandi Sam Montolalu, et al (2015) menyatakan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas nasabah. Namun dalam pegujian variabel promosi secara parsial menyatakan bahwa promosi merupakan variabel yang paling dominan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sementara itu, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah namun tidak signifikan. Sedangkan penelitian Sella Salim dan Faradilla Meirisa (2023) menyatakan bahwa hasil penelitian ini secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kemudian, kepuasan secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk itu diperoleh hipotesis :

H₁ : Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

2. Menurut Ahmad Imam Nurhidayat dan Ali Maskur (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan. Kemudian, kepercayaan terhadap kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan kepuasan terhadap loyalitas berpengaruh positif dan signifikan. Untuk itu diperoleh hipotesis :

H₂ : Adanya pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas.

3. Menurut Viona Jesica Kristania, et al (2022) menunjukkan hasil bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, sementara kepuasan dan citra perusahaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. sedangkan menurut penelitian Izharuddin Pagala (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel kepuasan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas. Untuk itu diperoleh hipotesis :

H₃ : Adanya pengaruh positif dan signifikan pada citra perusahaan terhadap loyalitas.

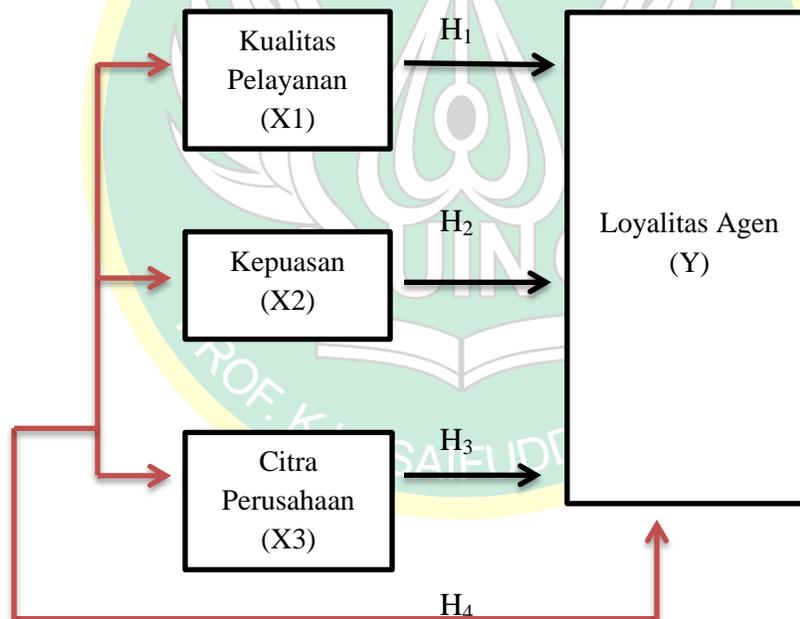
4. Penelitian yang dilakukan oleh Hilyatul Azizah (2012) menyatakan bahwa hasil kualitas layanan, citra dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalties nasabah. Hal tersebut diperkuat dengan hasil analisis deskriptif variabel yang memiliki nilai indeks tergolong tinggi atau baik. Untuk itu diperoleh hipotesis :

H₄ : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan, citra dan kepuasan terhadap loyalitas.

E. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas, diantaranya yaitu faktor kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan. berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan penjelasan teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah :

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————→ : Hubungan secara parsial

—————→ : Hubungan secara simultan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Pada hakekatnya, prosedur penelitian merupakan pendekatan metodis dalam pengumpulan data untuk tujuan tertentu. Metode penelitian kuantitatif dipilih sebagai pendekatan dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis tertentu digunakan pendekatan kuantitatif. Ini merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme untuk menguji populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2019).

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kauntifikasi atau pengukuran (Sujarweni, 2018). Pada penelitian ini, penulis akan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.

B. Tempat dan waktu penelitian

Penulis melakukan penelitian di agen-agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto yang berada di wilayah Purwokerto. Waktu yang digunakan pada penelitian ini yaitu 1 Desember sampai 1 Februari 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan frase yang luas untuk sekelompok hal atau orang yang dipilih penulis untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan karena memiliki atribut dan karakteristik tertentu. Populasi terdiri dari semua subjek penelitian yang memiliki kesamaan sifat, baik itu orang, kelompok, peristiwa, atau subjrk penelitian lainnya. Populasi yang menjadi target penelitian ini merupakan orang

yang sudah menjadi agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto, jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 189 orang.

Untuk mencerminkan populasi secara akurat maka diperlukan adanya sampel, sampel adalah bagian dari jumlah total yang dipegang oleh populasi atau bagian yang relatif kecil dari individu populasi. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 129 orang, dengan perhitungan jumlah populasi menggunakan rumus solvin yang kemudian ditemukan beberapa sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu dengan rumus :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktarikan karena kesalahan

Sehingga, besarnya sampel yang dihitung yaitu :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 189 / (1 + (189 \times 0,05^2))$$

$$n = 189 / 1,4725$$

$$n = 128,3$$

Jadi, setelah dilakukannya perhitungan yang sesuai menurut rumus solvin seperti diatas ditemukan hasil sebesar 128,3 kemudian dibulatkan dan ditetapkan jumlah responden sebanyak 129 responden.

Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2019). Dimana responden tersebut merupakan agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian merupakan item yang menjadi subjek pesyaratan study untuk penyelidikan dan menunjukkan variabelitas baik pada tingkat kuantitatif maupun kualitatif. Sedangkan indikator penelitian yaitu variabel dalam penelitian ini bisa dilihat ditabel dibawah ini :

Tabel 3 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan adalah kualitas pelayanan sebagai sebuah keadaan yang dinamis, yang berpengaruh terhadap produk, jasa, individu, proses, serta lingkungan, yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan (Mochamad Ridzwan, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) 2. Kehandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Kepercayaan (<i>Assurance</i>) 5. <i>Emphaty</i> 	<i>Likert</i>
Kepuasan	Kepuasan mendefinisikan kepuasan sebagai hasil evaluasi seseorang terhadap kinerja produk dibandingkan dengan harapan mereka (Kotler,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan 	<i>Likert</i>

	2002).		
Citra Perusahaan	Citra adalah persepsi atau cara pandang dari nasabah kepada pihak perusahaan yang berdasarkan atas atribut-atribut yang melekat pada perusahaan tersebut (Hilyatul Azizah, 2012).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut 2. Manfaat 3. Nilai 	<i>Likert</i>
Loyalitas	Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang-ulang atas layanan yang sama dari satu perusahaan dan menunjukkan sikap loyalitasnya kepada yang lain untuk mencegah banyaknya pesaing yang masuk (Warsito, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah tidak beralih ke produk lain 2. Pembelian ulang 3. Merekomendasi kan kepada orang lain 	<i>Likert</i>

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden. Teknik ini memungkinkan penulis untuk mengumpulkan informasi dengan cara yang sistematis dan terstruktur dengan harapan responden akan menjawabnya. Alat tersebut berbentuk survei, *check list* atau skala. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang tidak memiliki jawaban yang ditemukan sebelumnya, sedangkan pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang jawabannya telah ditentukan sebelumnya.

Kuesioner ini dibagikan kepada agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto melalui selebaran kertas yang dibagikan secara langsung kepada responden. Berdasarkan tanggapan yang diberikan kepada responden kemudian diolah dengan menggunakan skala likert. Sikap, pandangan dan persepsi seseorang atau sekelompok terhadap fenomena sosial diukur dengan menggunakan skala likert.

Tabel 4 Pengukuran Skala *Likert*

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang aktivitasnya mencari dan mengumpulkan sebuah data yang berbentuk dokumen atau gambar. Dalam pengumpulan dokumentasi ini penulis dapat memanfaatkan data dan sumber yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Di sisi lain, penulis dapat memperoleh data tersebut dari buku, *profit company*, dan arsip yang berkaitan dengan masalah yang sedang dibahas.

F. Analisis Data Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang dilakukan dengan dasar yang mencakup beberapa pertimbangan untuk dijadikan bahan pengujian reliabilitas, apabila suatu data tidak mempunyai nilai validitas yang bernilai tinggi maka dikatakan valid apabila dari hasil pengujian menunjukkan hasil dengan nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel dan apabila nilai signifikansi $<$ dari 0,05 maka item tersebut dapat dikatakan valid, namun apabila nilai signifikansi $>$ dari 0,05 maka item tersebut dapat dikatakan tidak valid (Komarudin & Sarkadi, 2017).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa konsistennya suatu indikator dalam variabel penelitian, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dalam pengujian reliabilitas yaitu waktu penelitian, kesulitan dalam memahami kuesioner, heterogenitas hingga objektivitas penilaian. Nilai reliabilitas dinyatakan

koefisien *Alpha Cronbach* berdasarkan kriteria batas rendah reliabilitas 0,6. Apabila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable. Maka tahap-tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian (Nadia, dkk 2020). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan program aplikasi *Statistikal Package For The Social Sciences* (SPSS).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Penggunaan uji normalitas penting dalam mengevaluasi standarisasi nilai residual pada model regresi apakah mengikuti distribusi normal. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa ahli statistik, data dianggap mengikuti distribusi normal apabila ukuran sampelnya lebih dari 30 ($n > 30$). Biasanya diasumsikan sebagai sampel besar. Namun untuk menjamin kepastian serta ketepatan, sebaiknya gunakan uji statistik normalitas karena data yang berdistribusi normal belum dapat dipastikan berjumlah lebih dari 30, dengan demikian kebalikannya data yang belum tentu tidak berdistribusi normal berjumlah kurang dari 30, untuk itu perlu suatu verifikasi/pembuktian.

b. Uji Linieritas

Perlu dilakukannya uji linieritas guna melihat model yang akan dibuktikan ini termasuk model linier atau tidak. Digunakannya uji linieritas ini sebagai syarat pada analisis kolerasi pearson atau regresi linier. Pada *software* SPSS untuk melakukan pengujian ini pada taraf signifikasi 0,05 dengan menggunakan *Test For Linearity*. Dimana dua variabel dapat dikatakan memiliki korelasi yang linier apabila signifikasi (*Linierity*) kurang dari 0,05. Namun, pada teori lain dikatakan bahwa dua variabel memiliki

korelasi yang linier jika signifikansi (*Deviation for Linearity*) lebih dari 0,05.

c. Uji Heteroskedasitas

Varian residual yang tidak menunjukkan kesamaan pada seluruh observasi dalam model regresi disebut uji heteroskedasitas. Karena regresi yang baik harusnya bebas dari heteroskedasitas

G. Analisis Regresi Berganda

Hubungan fungsional antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) secara umum dapat ditulis sebagai berikut, apabila pengujian model regresi berganda dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas :

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Dimana :

Y : Variabel tergantung (dependent)

X_1, X_2, \dots, X_n : Variabel bebas (independent)

Untuk persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Loyalitas

a : Konstanta

X_1 : Kualitas pelayanan

X_2 : Kepuasan

X_3 : Citra Perusahaan

b_1 : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b_2 : Koefisien regresi variabel kepuasan

b_3 : Koefisien regresi variabel citra perusahaan

e : error

H. Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Hipotesis)

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen memiliki dampak terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis (uji T) ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan dan citra agen mempengaruhi loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas. Berdasarkan kriteria nilai t hitung dengan t tabel dan berdasarkan nilai signifikansi adalah:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika t hitung $>$ t tabel.
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika t hitung $<$ t tabel.

2. Uji Stimultan (Uji F)

Uji F digunakan apabila peneliti ingin mengetahui apakah variabel independent memiliki pengaruh secara bersama-sama atau hal ini uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara stimultan variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto. Dalam uji F terdapat acuan yang digunakan guna memperoleh kesimpulan dari hasil output yaitu :

- a. Nilai taraf signifikan sebesar 0,05
- b. Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak yang menandakan bahwa variabel independent secara stimultan berpengaruh terhadap variabel dependent.
- c. Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima yang menandakan bahwa variabel independent secara stimultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

3. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 atau koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur besarnya tingkat presentase sumbangan dampak yang diberikan

variabel X terhadap variabel Y. Sebab itu, nilai koefisien determinasi bermanfaat untuk memprediksi serta melihat seberapa besar kontribusi dampak yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Nilai *R square* berkisar 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 maka hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah (Ma'sumah S, 2019).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Profil Pegadaian

1. Sejarah PT. Pegadaian

Pegadaian merupakan lembaga pengkreditan dengan sistem gadai, lembaga semacam ini pada awalnya berkembang di Italia yang kemudian dipraktekan di wilayah-wilayah Eropa lainnya, misalnya Inggris dan Belanda. Belanda (VOC) membawa dan mengembangkan sistem gadai ke Indonesia sekitar abad ke-19.

Sejarah pegadaian dimulai pada saat Pemerintah 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. Didirikan oleh Gubernur Jenderal Van Imhoff. Tetapi Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811 – 1816). Bank van Leening milik Pemerintah Belanda dibubarkan, dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapat lisensi dari Pemerintah Daerah setempat (*“licentie stelsel”*). Aturannya pun diubah menjadi setiap orang boleh mendirikan usaha unit gadai, dengan syarat harus ada ijin dari pemerintah daerah setempat. Namun metode tersebut berdampak buruk pemegang lisensi menjalankan praktik renternir atau lintah darat yang dirasakan kurang menguntungkan pemerintah Inggris. Oleh karena itu, metode *“licentie stelsel”* diganti menjadi *“pacth stelsel”* yaitu pendirian pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayar pajak yang tinggi kepada pemerintah daerah.

Tanggal 12 Maret 1901 diterbitkanlah peraturan Staatsblad (Stbl) No. 131 yang mengatur bahwa usaha pegadaian merupakan

usaha monopoli pemerintah sehingga berdirilah lembaga Pegadaian Negara pertama di Sukabumi, Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901 dan tanggal tersebut kemudian diperingati sebagai ulang tahun pegadaian. Kemudian, tahun 1905 pegadaian membuat lembaga resmi yang dikenal dengan jawatan. Pada mulanya lembaga jawatan Negara 39 melakukan upaya khusus untuk menumpas segala macam praktek pinjam meminjam yang tidak diinginkan. Seperti suku bunga yang tinggi, lelang yang diatur, barang gadai yang tidak terawat, dan percaya diri masyarakat dapat ditegakan dengan cara mosi.

Sejak dikelola oleh Pemerintah, Pegadaian banyak mengalami pergantian status mulai dari Perusahaan Negara (PN) pada 01 Januari 1961 berdasarkan Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang (Perpu) No. 19 Tahun 1960 Jo Peraturan Pemerintah (PP) No. 178 Tahun 1961 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) pada tahun 1969 berdasarkan PP nomor 7 tahun 1969. Kemudian pada tahun 1990 badan hukum diubah yang awalnya dari PERJAN menjadi PERUM, berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 10 Tahun 1990 yang diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 103 Tahun 2000.

Pada tanggal 01 April 2012 diubah menjadi PT. Pegadaian (Persero) berdasarkan Akta Pendirian PT. Pegadaian (Persero) berdasarkan Peraturan (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-17525, AH.H.01.01 Tahun 2012 tanggal 4 April 2012 tentang pengesahan badan hukum perseroan telah disahkan oleh Badan Hukum Perusahaan (Persero) Pegadaian (Persero) yang kemudian diubah terakhir dengan akta nomor: 10 Tanggal 12 Agustus 2015 (www.pegadaian.co.id).

PT. Pegadaian Cabang Purwokerto terletak di Jalan Jendral Soedirman No. 299, Kauman Lama, Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur, Kab. Banyumas, Jawa Tengah 53146, merupakan kantor cabang pegadaian yang berada di bawah kanwil Semarang seiring dengan berjalannya waktu terus berkembang menjadi kantor cabang yang besar dimana PT Pegadaian Cabang Purwokerto mengawasi beberapa unit cabang lainnya yakni UPC Lor Alun-alun, UPC Banyumas, UPC Depan UNSOED, UPC Pasar Cerme, UPC Tanjung, UPC Mersi, UPC Karanglewas, UPC Karangklesem dan UPC Patikraja.

2. Visi dan Misi PT. Pegadaian

a. Visi Pegadaian

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

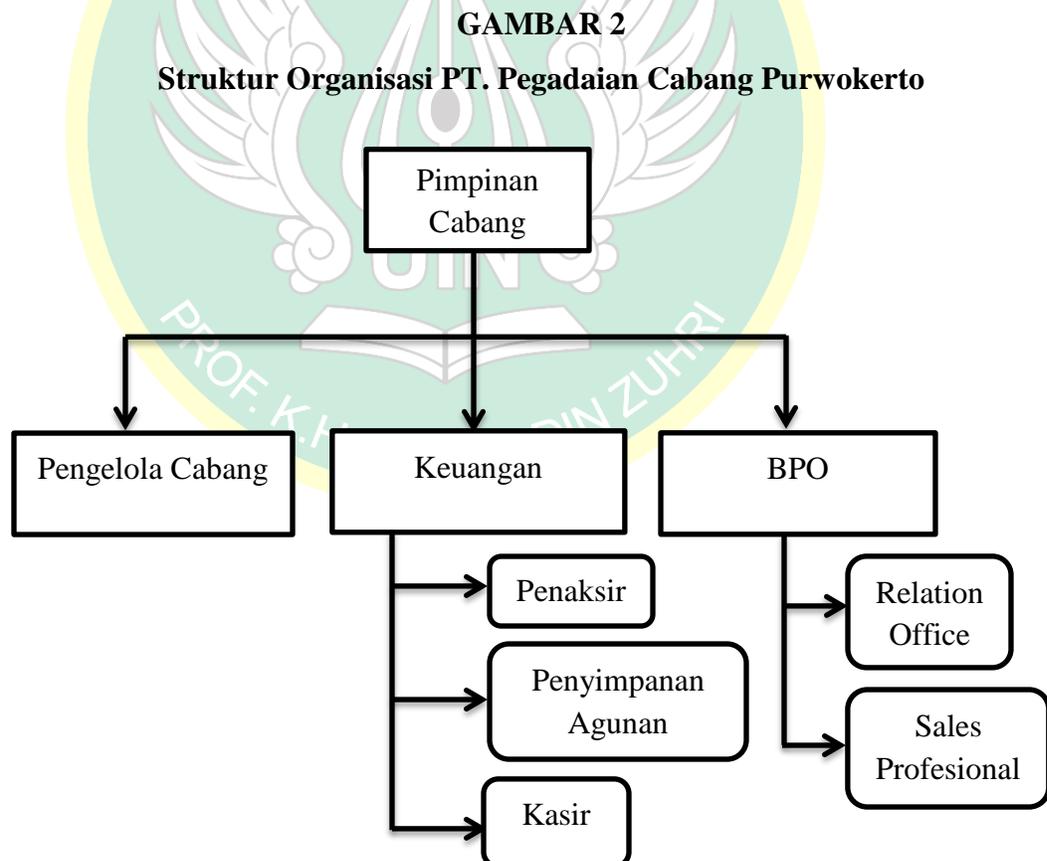
b. Misi Pegadaian

- 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 :
 - a) Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - b) Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - c) Praktek manajemen risiko yang kokoh
 - d) SDM yang profesiobal berbudaya kinerja baik

3. Struktur Organisasi PT. Pegadaian

Struktur organisasi yaitu susunan 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 organisasi yang bergerak di bidang sosial maupun di bidang yang bergerak di dunia usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Maka PT Pegadaian Cabang Purwokerto memerlukan struktur organisasi yang menjadi acuan untuk menentukan setiap tugas dan tanggung jawab atas tiap jabatan yang ada di dalamnya.



Sumber: PT Pegadaian Cabang Purwokerto

4. Fungsi dan Tugas Bagian

a. Pimpinan Cabang

- 1) Mengkoordinasi semua kegiatan yang ada di cabang maupun unit.
- 2) Melaksanakan pembinaan pada bawahannya.
- 3) Melakukan approval sesuai dengan kewenangannya.

b. Penaksir

- 1) Menaksir barang jaminan.
- 2) Menandatangani surat bukti kredit.
- 3) Menentukan besaran pinjaman yang diberikan ke nasabah.
- 4) Melaksanakan lelang.
- 5) Menghubungi nasabah yang jatuh tempo.
- 6) Menetapkan biaya administrasi dan jasa pinjam sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. Kasir

- 1) Melayani pembayaran dan lalu lintas uang di kantor cabang.
- 2) Melayani transaksi pelunasan.
- 3) Menerima modal.
- 4) Menyerahkan modal kepada pimpinan cabang.
- 5) Melakukan pembayaran segala pengeluaran di kantor pegadaian.
- 6) Menerima uang hasil penjualan barang jaminan atau lelang.

d. Pengelola Agunan

- 1) Menyimpan dan mengelola barang jaminan
- 2) Merawat barang jaminan
- 3) Mengeluarkan barang jaminan
- 4) Menerima barang jaminan.
- 5) Menata barang jaminan.

- 6) Mengelompokkan barang agunan sesuai dengan bulan pinjaman dan menyusun sesuai dengan urutan nomor pada agunan.
- e. Kepala Penjualan/*Sales Head*
- 1) Bertanggung jawab atas penjualan produk yang ada di cabang maupun unit.
 - 2) Bertanggung jawab terhadap target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- f. Satpam/*Security*
- 1) Menjaga lingkungan kerja.
 - 2) Membantu melayani nasabah yang hendak bertransaksi
 - 3) Membantu merapikan kendaraan nasabah dan karyawan yang masuk dan keluar kantor pegadaian
 - 4) Memeriksa barang bawaan nasabah yang mencurigakan atau sikap nasabah yang mencurigakan.
- g. OB (*Office Boy*)
- 1) Bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan dan merawat alat-alat kantor dan gedung kantor.
 - 2) Melayani perintah yang menjadi kebutuhan kantor dan karyawan.
 - 3) Menyediakan minum untuk tamu dan semua karyawan kantor.
- h. Driver
- 1) Mengantar jemput karyawan pada saat bekerja diluar perusahaan.
 - 2) Merawat kendaraan yang digunakan dengan baik.
 - 3) Memastikan kendaraan dalam keadaan bersih pada pagi hari sebelum digunakan dan sore hari setelah selesai bertugas.

5. Agen Pegadaian

a) Agen Pegadaian

Tahun 2018 pegadaian melakukan pembenahan untuk menghadapi situasi perubahan industri gadai yang drastis, dengan melakukan pengembangan produk dan layanan yang berbasis teknologi digital untuk memberikan kemudahan kepada nasabah yang telah dilakukan sejak tahun 2017. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, bisnis dapat menggunakan teknologi digital untuk menghemat biaya saat membuka cabang baru (Ni Putu Diah, 2024). Pegadaian juga melakukan pengembangan *channel distribution* melalui agen pegadaian untuk meningkatkan inklusi keuangan sesuai dengan visi baru pegadaian sebagai agen inklusi keuangan.

Agen pegadaian adalah suatu kemitraan antara pegadaian dengan masyarakat, dimana pegadaian bekerjasama dengan individu sebagai agen yang mampu melakukan transaksi produk pegadaian guna kepentingan masyarakat dengan prinsip pembagian *fee*. Tujuan utama adanya agen adalah untuk memperluas jaringan pelayanan maupun operasional pada PT Pegadaian agar dapat mendekatkan dan mempermudah pelayanan transaksi di pegadaian.

Agen pegadaian ini menginduk pada salah satu outlet baik cabang maupun unit pegadaian cabang (UPC), hal ini disesuaikan dengan pilihan dari agen dengan memperhatikan kemudahan akses. Outlet yang dapat dijadikan sebagai induk agen adalah outlet yang memenuhi kriteria seperti memiliki gudang marhun memadai untuk tempat penyimpanan barang jaminan dari transaksi agen, SDM (Sumber Daya Manusia) yang meliputi penaksir, kasir, dan pengelola agunan yang cukup, serta sarana

pengamanan yang memadai sesuai dengan standar pengamanan. Agen pegadaian digolongkan menjadi tiga kategori yaitu agen pemasaran, agen gadai dan agen pembayaran.

Pegadaian menawarkan berbagai keuntungan bagi masyarakat yang bergabung menjadi agen baik agen pemasaran, agen pembayaran maupun agen gadai (Amir Ridwan, 2021). Keuntungan yang akan didapatkan setelah menjadi agen pegadaian seperti *sharing fee*, meningkatkan jumlah nasabah, meningkatkan kepercayaan nasabah, serta meningkatkan *brand awareness* pegadaian kepada masyarakat luas. Pembagian *fee* agen pegadaian adalah sebagai berikut :

Gambar 3 Pembagian Fee Agen Pegadaian

PRODUK	FEE AGEN PEGADAIAN
Kreasi	0,75% x Uang Pinjaman
Amanah	0,75% Marhun Bih (Uang Pinjaman)
Arrum Haji	Rp150.000/Transaksi
Gadai KCA	75% x Biaya Administrasi
Krasida	75% x Biaya Administrasi

PRODUK	FEE AGEN PEGADAIAN
Payment Point	Rp2.500/Transaksi
Transaksi Tabungan Emas	Rp1.500/Transaksi
Top Up Tabungan Emas	0,5% x Nilai Transaksi
Sharing Titipan Tabungan Emas	Rp10.000 @10-20 Rekening Rp15.000 @21-40 Rekening Rp20.000 @Diatas 40 Rekening
Mulia	0,25%-1,5% x Uang Pinjaman
Pembukaan Rekening Tabungan Emas	Rp10.000/Rekening

Sumber: Panduan Agen Pegadaian Bagi Mitra Kerja Sama

Panduan Agen Pegadaian Bagi Mitra Kerja Sama

Langkah...
Fee
Agen Pegadaian

03
Fee Agen Gadai

PRODUK	FEE AGEN PEGADAIAN
Pencairan KCA	75% x Biaya Administrasi
Pelunasan KCA (Taksiran Sesuai <i>Outlet</i>)	20% x Sewa Modal
Pelunasan KCA (Taksiran Tidak Sesuai <i>Outlet</i>)	55% x Sewa Modal
Ulang Gadai/Cicil Gadai	20% x Sewa Modal

*Hanya Untuk Transaksi Yang Pencairannya Di Agen Gadai

- Untuk Fee APBU mengacu kepada Peraturan Direksi Nomor 163 tahun 2020 tentang Pedoman Operasional Agen Pegadaian
- Fee yang diterima masuk ke *wallet* Agen Pegadaian Badan Usaha dengan dikenakan potongan pajak yaitu PPH badan usaha dan PPN
- Pembetulan fee transaksi dilakukan setiap *End of Month* setiap bulannya
- Untuk fee yang jumlahnya diatas 10 juta dipungut oleh Pegadaian, sedangkan fee yang jumlahnya kurang dari 10 juta tidak dipungut oleh Pegadaian
- Faktur pajak untuk PKP

agen Pegadaian

11

Sumber: Panduan Agen Pegadaian Bagi Mitra Kerja Sama

Agen pegadaian merupakan salah satu layanan yang dirancang untuk para nasabah, di Indonesia sendiri tersebar sekitar 180.000 agen pegadaian yang dapat melakukan pelayanan seputar keagenan baik secara manual maupun melalui aplikasi agen pegadaian yang tersedia di *Playstore*.

Untuk memaksimalkan hal tersebut dan mengikuti perkembangan zaman, pegadaian melakukan perubahan dalam memberikan pelayanan terhadap agen dengan cara menghadirkan inovasi baru yakni memunculkan aplikasi agen pegadaian. Dengan hadirnya aplikasi digital tersebut maka dapat mempermudah dan memperluas akses agen yang ada diseluruh Indonesia dalam melakukan transaksi. Melalui aplikasi agen pegadaian, para agen bisa dengan mudah mendaftarkan nasabah baru, mengajukan pinjaman, hingga melacak transaksi gadai secara digital.

b) Aplikasi Agen Pegadaian

Aplikasi agen pegadaian merupakan aplikasi mobile yang dibuat oleh PT Pegadaian untuk membantu agen-agen pegadaian dalam melakukan transaksi gadai. Pada tanggal 1 April 2018 meluncurkan aplikasi pegadaian digital untuk meningkatkan pelayanan serta untuk memperluas distribusi.

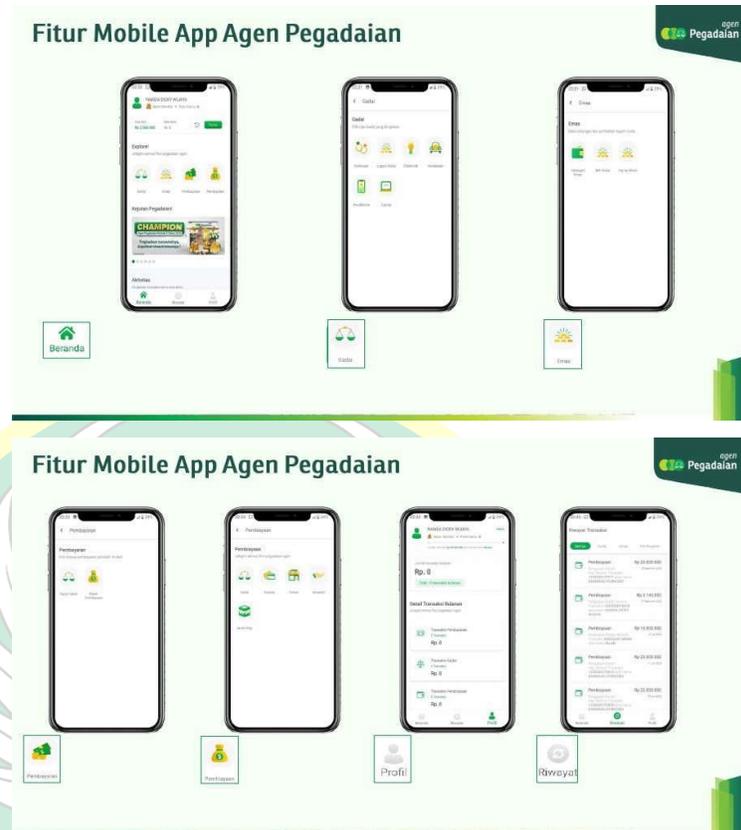
Fitur-fitur yang ada dalam aplikasi pegadaian adalah :

1. Melakukan input data nasabah dan barang jaminan
2. Menghitung pinjaman yang bisa diberikan kepada nasabah
3. Mencetak surat bukti gadai dan kwitansi
4. Melakukan perpanjangan atau pelunasan gadai
5. Melakukan penjualan lelang jika sudah jatuh tempo
6. Melihat informasi saldo dan mutasi transaksi
7. Berkomunikasi dengan pusat melalui fitur chatiing

Selain cara-cara yang disebutkan diatas berikut langkah-langkah atau cara untuk daftar menjadi agen pegadaian sebagai berikut (Kompas.com) :

- a. Download atau install aplikasi Agen Pegadaian di Playstore.
- b. Isikan data diri di aplikasi Agen Pegadaian hingga tahap pendaftaran berhasil.
- c. Buka email dan lakukan verifikasi.
- d. Petugas pegadaian akan melakukan verifikasi kelengkapan pendaftaran dan survey lokasi agen.
- e. Setelah seluruhnya berhasil, kamu dapat menandatangani perjanjian kerjasama dan menerima penunjukkan sebagai Agen Pegadaian.
- f. Lakukan aktivasi akun melalui aplikasi Agen Pegadaian.

Gambar 4 Tampilan Aplikasi Agen Pegadaian



Sumber : Juknis Agen Pegadaian

c) Jenis-Jenis Agen

Adapun jenis layanan agen pegadaian terdiri dari 3 (tiga) jenis yaitu agen pemasaran, agen pembayaran, dan agen gadai berikut penjelasannya :

1) Agen Pemasaran

Agen pemasaran adalah agen yang memasarkan produk pembiayaan pegadaian, memberikan referensi dan informasi kepada calon nasabah untuk bertransaksi produk sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hal ini agen pemasaran menjadi salah satu mitra pegadaian yang berfungsi sebagai pemasar produk dari pegadaian dan

menerima atau mengumpulkan data dari calon nasabah yang ingin melakukan transaksi produk pegadaian, kemudian agen mengirinkan data-data tersebut ke pegadaian untuk diproses lebih lanjut.

Produk yang dilayani agen pemasaran antara lain KCA (gadai emas, gadai tabungan emas, gadai non emas, gadai kendaraan), Kreasi (pinjaman BPKB), Amanah, Arrum Haji (pembiayaan porsi haji), dan Krasida (gadai emas angsuran).

2) Agen Pembayaran

Agen pembayaran merupakan agen sebagai payment point produk pegadaian yang bertujuan untuk memberikan layanan transaksi pembayaran produk-produk termasuk pembukaan rekening tabungan emas. Agen pembayaran ditugaskan untuk mengurus atau menerima pembayaran dari nasabah yang sedang menjalankan angsuran dari produk-produk pegadaian sekaligus agen ini juga sebagai pemasar produk. Produk yang dilayani agen pembayaran adalah tabungan emas, mulia ultimate, payment point.

3) Agen Gadai

Agen gadai merupakan agen yang memberikan layanan transaksi pencairan produk kredit cepat aman (KCA), agen gadai harus memiliki syarat dan skill tertentu yang berfungsi sebagai penyalur produk KCA kepada masyarakat, pemasar produk dan sebagai payment point produk pegadaian.

Produk yang dilayani agen gadai yaitu gadai KCA (gadai emas, gadai tabungan emas, gadai non emas, gadai kendaraan).

d) Syarat-Syarat Menjadi Agen Pegadaian

Untuk bermitra bersama Pegadaian memiliki 3 kategori persyaratan, diantaranya :

Persyaratan Umum

1. Anda harus memiliki tempat tinggal atau tempat usaha untuk dijadikan sebagai tempat operasional kerja Anda sebagai mitra dari Pegadaian.
2. Memiliki perangkat operasional seperti smartphone Android, akses internet, dan printer mobile guna memudahkan Anda untuk melakukan pekerjaan dimanapun Anda berada.
3. Anda bersedia mengikuti pelatihan yang akan diadakan oleh Pegadaian.
4. Lokasi tempat operasional Anda dekat dengan outlet induk mitra serta memiliki akses transportasi yang mudah.

Persyaratan Khusus

1) Agen Gadai

Untuk bergerak menjadi mitra gadai, Anda harus memiliki keahlian atau pengetahuan teknis dan harga pasar agunan tertentu yang diterima Pegadaian. Bersedia menyerahkan deposit berupa uang atau emas perhiasan sebagai jaminan transaksi.

2) Agen Pembayaran

Untuk mitra pembayaran hanya berlaku menyerahkan deposit berupa uang atau emas perhiasan sebagai jaminan transaksi.

Persyaratan Administrasi

Dokumen yang perlu disiapkan untuk pengajuan sebagai Agen Pegadaian :

- a. Permohonan menjadi mitra melalui aplikasi yang sudah tersedia.
- b. Memenuhi perjanjian kerjasama.
- c. Fotokopi KTP yang masih berlaku.

e) Keuntungan Menjadi Agen Pegadaian

1. Pendapatan Tambahan

Sebagai agen pegadaian, salah satu keuntungan yang akan didapatkan adalah komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui layanan agen. Semakin banyak nasabah yang dibantu, semakin besar penghasilan.

2. Peluang Bisnis yang Menjanjikan

Industri pegadaian dan keuangan terus berkembang dan menawarkan kesempatan bisnis yang menjanjikan. Dengan menjadi agen, keuntungan lain yang didapatkan terlibat dalam bisnis yang stabil dan memiliki prospek cerah di masa depan.

3. Pelatihan dan Dukungan

PT Pegadaian menyediakan pelatihan dan dukungan yang diperlukan untuk membantu menjadi agen pegadaian yang sukses. Agen akan dibekali *product knowledge* dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah.

4. Membangun Jaringan Profesional

Sebagai agen pegadaian, nantinya akan memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan berbagai kalangan dan membangun jaringan profesional yang kuat. Jaringan ini akan sangat bermanfaat untuk pengembangan bisnis di masa depan.

5. Kontribusi Positif

Dengan menjadi agen pegadaian, nasabah akan membantu masyarakat untuk mengakses layanan keuangan yang aman

dan terpercaya, serta mengurangi praktek pinjaman yang tidak bertanggung jawab.

B. Karakteristik Responden

Tujuan dari penelitian ini merupakan untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas. Adapun kriteria responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan berapa lama menjadi agen pegadaian.

1. Jenis Kelamin

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	2	1,6%
2	Perempuan	127	98,4%
	Total	129	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui terdapat 129 responden dalam penelitian ini. Terdapat 2 orang atau 1,6% responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 127 orang atau 98,4% responden yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto adalah perempuan.

2. Usia

Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	30 – 40	55	42,6%
2	41 – 50	70	54,3%

3	>50	4	3,1%
Total		129	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui terdapat 129 responden dalam penelitian ini. Terdapat 55 orang atau 42,6% responden untuk kelompok usia 30 – 40 tahun, 70 orang atau 54,3% untuk kelompok usia 41 – 50 tahun, dan 4 orang atau 3,1% untuk kelompok usia >50 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto yang menjadi responden sebagian besar berusia 41 – 50 tahun.

3. Jenis Pekerjaan

Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Ibu Rumah Tangga	70	54,3%
2	Karyawan Swasta	7	5,4%
3	Mahasiswa	0	0%
4	PNS	0	0%
5	Pedagang/Pengusaha	52	40,3%
6	Lainnya	0	0%
Total		129	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis pekerjaan mayoritas sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 70 orang atau 54,3% responden kemudian Karyawan Swasta sebanyak 7 orang atau 5,4%, dan selanjutnya untuk responden yang bekerja sebagai Pedagang/Pengusaha sebanyak 52 orang atau 40,3%.

C. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan, hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig. 5%. Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid (Sujarweni, 2018). Adapun penentuan nilai r tabel sebagai berikut :

$$R \text{ tabel} = n - 2 = 129 - 2 = 127 (0,172)$$

Dalam penelitian ini hasil uji validitas dengan bantuan SPSS *for windows* adalah sebagai berikut :

Tabel 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,790	0,172	Valid
	X1.2	0,607		Valid
	X1.3	0,738		Valid
	X1.4	0,568		Valid
	X1.5	0,557		Valid
	X1.6	0,544		Valid
	X1.7	0,580		Valid
	X1.8	0,509		Valid
	X1.9	0,633		Valid
	X1.10	0,725		Valid
	X1.11	0,684		Valid
	X1.12	0,639		Valid
	X1.13	0,759		Valid
	X1.14	0,441		Valid
	X1.15	0,661		Valid

	X1.16	0,740		Valid
	X1.17	0,778		Valid
	X1.18	0,565		Valid
	X1.19	0,578		Valid
	X1.20	0,593		Valid
	X1.21	0,758		Valid
	X1.22	0,749		Valid
Kepuasan (X2)	X2.1	0,837	0,172	Valid
	X2.2	0,660		Valid
	X2.3	0,826		Valid
	X2.4	0,634		Valid
	X2.5	0,774		Valid
Citra Perusahaan (X3)	X3.1	0,681	0,172	Valid
	X3.2	0,681		Valid
	X3.3	0,804		Valid
	X3.4	0,827		Valid
	X3.5	0,505		Valid
Loyalitas (Y)	Y.1	0,392	0,172	Valid
	Y.2	0,738		Valid
	Y.3	0,613		Valid
	Y.4	0,662		Valid
	Y.5	0,758		Valid

Sumber : Data primer yang diolah SPSS v20, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X1), kepuasan (X2), dan citra perusahaan (X3) dinyatakan valid. Keseluruhan item pertanyaan menunjukkan pada signifikasi 5% (0,05) dan nilai R hitung > R tabel

sehingga tidak ada item pertanyaan yang dihapus dan seluruh item dalam pertanyaan dapat digunakan pada seluruh model pengujian. Hal ini juga sesuai dengan hasil pengujian uji validitas yang dilakukan dengan menguji 129 responden agen pegadaian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa konsistennya suatu indikator dalam variabel penelitian. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan, jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dinyatakan reliabel (Sujarweni, 2018). Adapun hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,930	Reliabel
Kepuasan (X2)	0,806	Reliabel
Citra Perusahaan (X3)	0,739	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,634	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah SPSS v20, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas bisa diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), kepuasan (X2), dan Citra Perusahaan (X3) yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk tahap penelitian berikutnya. Hal ini juga sesuai dengan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan menguji 129 responden agen pegadaian, dari hasil diatas mengatakan bahwa semua pertanyaan dalam

kuesioner reliabel karena hasil nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan lebih dari 0,60.

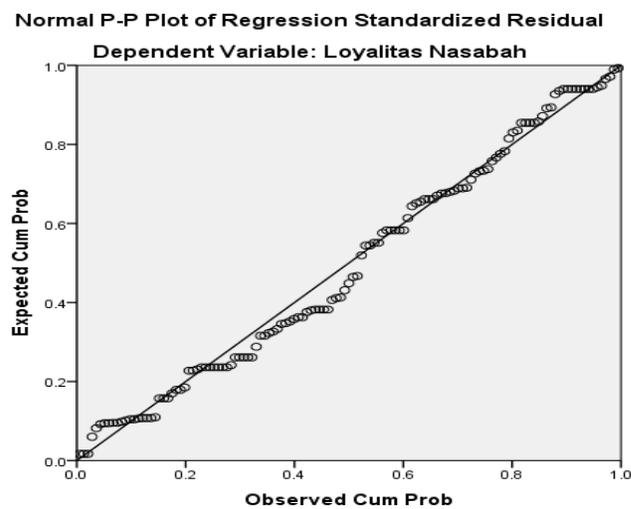
D. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengevaluasi apakah standarisasi nilai residual pada model regresi terdistribusi secara teratur atau tidak. Jika sebagian besar nilai residu standar mendekati nilai rata-rata, nilai residu dikatakan berdistribusi normal. Cara melakukan uji normalitas ini dapat dilakukan dengan pendekatan analisis grafik normal probability plot. Pada pendekatan ini nilai residual terdistribusi secara normal apabila garis (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya. Adapun hasil pengujian normalitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

Gambar 5 Hasil Uji Normalitas Probability – Plot



Sumber : IBM SPSS Statistik v20, diolah 2025

Berdasarkan gambar hasil uji normalitas diatas diketahui bahwa hasil uji normalitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa diagram plot titik mengikuti garis yang melintang dari kiri bawah ke kanan atas maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Dilakukannya uji linieritas ini bertujuan untuk melihat model yang akan dibuktikan termasuk model linier atau tidak. Metode pengambilan keputusan untuk uji linieritas yaitu dengan signifikansi $< 0,05$, maka hubungan antara dua variabel tersebut dikatakan linier dan sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$, maka hubungan antara dua variabel dikatakan tidak linier. Hasil uji linieritas penelitian ini ada pada tabel sebagai berikut :

Tabel 10 Hasil Uji Linieritas X_1 Terhadap Y

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah* Kualitas Pelayanan	Between Groups (Combined)	162.931	21	7.759	5.193	.000
	Linearity	127.795	1	127.795	85.529	.000
	Deviation from Linearity	35.136	20	1.757	1.176	.289
Within Groups		159.875	107	1.494		
Total		322.806	128			

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel diatas nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas memiliki nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka dapat diasumsikan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah mempunyai hubungan yang linier.

Tabel 11 Hasil Uji Linearitas X_2 Terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	201.191	4	50.298	51.284	.000
		Linearity	121.226	1	121.226	123.603	.000
		Deviation from Linearity	79.964	3	26.655	27.177	.000
	Within Groups	121.615	124	.981			
Total			322.806	128			

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel diatas nilai signifikansi antara variabel kepuasan terhadap loyalitas memiliki nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka dapat diasumsikan bahwa variabel kepuasan terhadap loyalitas mempunyai hubungan yang linier.

Tabel 12 Hasil Uji Linearitas X_3 Terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Citra Perusahaan	Between Groups	(Combined)	34.556	5	6.911	2.949	.015
		Linearity	13.418	1	13.418	5.726	.018
		Deviation from Linearity	21.138	4	5.285	2.255	.067
	Within Groups	288.250	123	2.343			
Total			322.806	128			

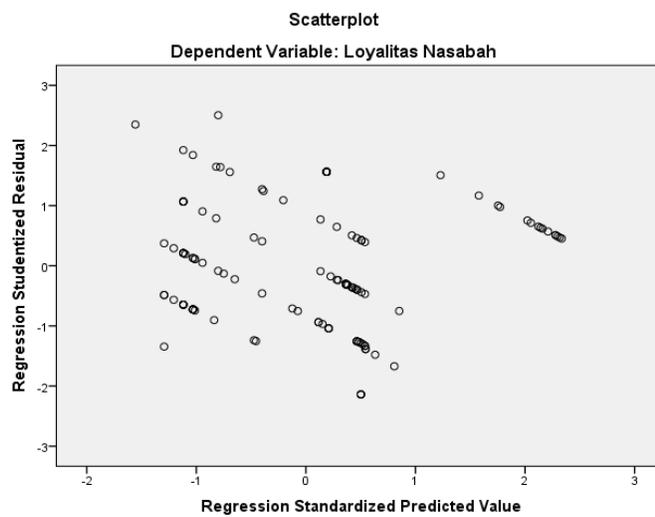
Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel diatas nilai signifikansi antara variabel citra perusahaan terhadap loyalitas memiliki nilai signifikansi ($0,018 < 0,05$), maka dapat diasumsikan bahwa variabel citra perusahaan terhadap loyalitas mempunyai hubungan yang linier.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas yaitu suatu pengujian yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah semua data dalam variabel terdapat ketidaksamaan atau tidak yang biasanya disebabkan oleh data yang bersifat *cross-section*, pada uji heteroskedasitas ini dapat dideteksi dengan mengamati hasil output *Scatterplot* (Suliyanto, 2011). Hasil uji heteroskedasitas penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 6 Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber : IBM SPSS Statistik v20, diolah 2025

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedasitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pola variabel dependent dapat diprediksikan melalui variabel independent (*predictor*). Berikut hasil uji regresi linear berganda :

Tabel 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.692	1.910		2.980	.003
	Kualitas Pelayanan	.094	.021	.397	4.465	.000
	Kepuasan	.318	.086	.339	3.675	.000
	Citra Perusahaan	.020	.072	.019	.279	.781

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diperoleh bahwa nilai konstanta persamaan regresi linear berganda menunjukkan senilai 5,692, sedangkan untuk nilai koefisien regresi pada variabel X1 sebesar 0,094, nilai koefisien regresi linier pada variabel X2 senilai 0,381, dan nilai koefisien regresi linear pada variabel X3 sebesar 0,020. Berdasarkan pada tabel 13 dan penjelasan diatas dengan berprinsip pada rumus persamaan regresi linear berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, sehingga menghasilkan bentuk rumusan penelitian sebagai berikut :

$$Y = 5,692 + 0,094X_1 + 0,318X_2 + 0,020X_3$$

Berdasarkan data pada tabel 13 diatas dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 5,692, yang artinya jika terjadi perubahan terhadap variabel kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan dengan nilai

adalah 0 atau konstan, maka loyalitas nasabah akan tetap terbentuk sebesar 5,692.

2. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan yaitu 0,094 yang berarti jika terdapat peningkatan pada kualitas pelayanan sebesar 1% akan berpengaruh pada kenaikan loyalitas sebesar 0,094 dengan tetap memperhatikan bahwa variabel lain dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan yaitu 0,318 yang berarti jika terdapat peningkatan pada kepuasan sebesar 1% akan berpengaruh pada kenaikan loyalitas sebesar 0,318 dengan tetap memperhatikan bahwa variabel lain dianggap tetap.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan yaitu 0,020 yang berarti jika terdapat peningkatan pada kualitas pelayanan sebesar 1% akan berpengaruh pada kenaikan loyalitas sebesar 0,020 dengan tetap memperhatikan bahwa variabel lain dianggap tetap.

F. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian Uji T pada dasarnya digunakan untuk menguji hubungan masing-masing variabel bebas untuk mengetahui pengaruh yang lebih dominan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan ketentuan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hal ini terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, begitupun sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independent tidak ada pengaruh terhadap variabel dependent. Dengan tingkat kesalahan variabel 5% atau keyakinan 95%. Jika arah kesalahan variabel $< 5\%$ maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Untuk mengetahui hasil uji T maka perlu perhitungan terlebih dahulu melalui aplikasi IBM SPSS Statistik dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 14 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.692	1.910		2.980	.003
	Kualitas Pelayanan	.094	.021	.397	4.465	.000
	Kepuasan	.318	.086	.339	3.675	.000
	Citra Perusahaan	.020	.072	.019	.279	.781

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Nilai T tabel dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = (\alpha/2; n-K-1) = (0,05/2; 129 - 3 - 1) = 0,025; 125 = 1,979$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel Independen

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1) Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Pada tabel diatas bahwa nilai t hitung kualitas pelayanan adalah 4,465. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,465 > 1,979$) maka H_{a1} diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas (Y).

2) Variabel Kepuasan Terhadap Loyalitas

Pada tabel diatas bahwa nilai t hitung kepuasan adalah 3,675. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,675 > 1,979$) maka H_{a2} diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara

parsial variabel kepuasan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas (Y).

3) Variabel Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas

Pada tabel diatas bahwa nilai t hitung citra perusahaan adalah 0,279. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,781 > 0,05 artinya tidak signifikan, sedangkan nilai t hitung > t tabel (0,279 < 1,979) maka H_{a3} ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel citra perusahaan (X3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas (Y).

b. Uji F (Stimultan)

Pengujian ini bermaksud untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel independen bersama-sama dengan variabel dependen. Uji ini juga disebut uji kelayakan model atau yang lebih populer sebagai uji stimultan model. Berikut hasil output uji F pada penelitian ini :

Tabel 15 Hasil Uji F (Uji Stimultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.970	3	49.657	35.707	.000 ^b
	Residual	173.836	125	1.391		
	Total	322.806	128			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Dalam uji F pengambilan keputusan dapat dijadikan patokan dengan membandingkan nilai f tabel dengan f hitung. Jika f hitung > f tabel maka terdapat pengaruh secara stimultan, sedangkan apabila f hitung < f tabel maka tidak terdapat pengaruh secara stimultan. Keputusan tersebut dapat diketahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel

dependen secara simultan atau tidak. Untuk mengetahui nilai f tabel dapat diketahui sebagai berikut :

$$F \text{ tabel} = f (K ; n-K) = f (3 ; 129 - 3) = f (3 ; 126) = 3,07$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat yang dibuktikan dengan nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $35,707 > 3,07$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari persentase pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah. sebagaimana dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.449	1.179

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,449 yang berartikan 44,9% yang memiliki tingkat hubungan dalam kategori sedang. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas secara gabungan, sedangkan 55,1% (100% - 44,9 %) sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian dan pengolahan data dengan dibantu aplikasi IBM SPSS Statistik v20 dan telah memperoleh hasil dari uji-uji analisis yang dilakukan sebelum dan memperoleh hipotesis masing-masing sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto

Kualitas pelayanan adalah sebuah keadaan yang dinamis, yang berpengaruh terhadap produk, jasa, individu, proses, serta lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan.

Dengan hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan bahwa nilai nilai t hitung senilai 4,465 lebih besar dari t tabel ($4,465 > 1,979$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sella Salim yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

Dalam penelitian ini juga didukung dengan tanggapan responden melalui pertanyaan kuesioner dengan adanya partisipasi langsung dari responden dengan menyatakan bahwa produk yang ada di pegadaian cukup membantu nasabahnya meringankan kebutuhan nasabah. Ada juga yang berpendapat bahwa melakukan transaksi di agen pegadaian dapat mempersingkat waktu saat akan melakukan transaksi di pegadaian karena tidak perlu lagi menunggu antrian yang terlalu lama. Dan selalu dilayani dengan sepenuh hati dan senyum hangat terhadap nasabah.

2. Pengaruh Kepuasan (X2) Terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai hasil evaluasi seseorang terhadap kinerja produk dibandingkan dengan harapan mereka (Kotler, 2022). Kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam setiap perusahaan sebab hal ini dapat mendorong munculnya sebuah loyalitas. Dengan demikian akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Dengan hasil penelitian pada variabel kepuasan (X2) menunjukkan bahwa nilai nilai t hitung senilai 3,675 lebih besar dari t tabel ($3,675 > 1,979$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel kepuasan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Izharuddin Pagala, Ahmad Imam Nurhidayat dan Ali Maskur yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas.

Dalam penelitian ini juga didukung dengan tanggapan responden yang mengatakan bahwa apabila responden merasa puas atau sesuai dengan hasil yang diberikan oleh agen pegadaian maka hal tersebut akan memberikan dampak positif, dimana hal ini akan menimbulkan keinginan nasabah untuk menggunakan layanan lagi dikemudian hari.

3. Pengaruh Citra Perusahaan (X3) Terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto

Citra adalah cara pandang dari seorang nasabah kepada perusahaan berdasarkan atas atribut-atribut yang melekat pada perusahaan (Hilyatul Azizah, 2012). Penilaian citra suatu perusahaan dapat menggunakan informasi dari nasabah lama yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan penilaian citra suatu perusahaan dengan membandingkan dengan pengalaman nasabah itu sendiri.

Dengan hasil penelitian pada variabel citra perusahaan (X3) menunjukkan bahwa nilai nilai t hitung senilai 0,279 lebih kecil dari t tabel ($0,279 > 1,979$) dan nilai signifikansi sebesar 0,781 lebih besar dari 0,005 ($0,781 < 0,05$) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel citra perusahaan (X3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto.

Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hilyatul Azizah yang menyatakan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan (X2) dan Citra Perusahaan (X3) Terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto

Untuk menciptakan loyalitas nasabah, perusahaan tidak hanya bertumpu pada kualitas produk saja melainkan lebih pada kualitas pelayanan, kepuasan dan citra sebuah perusahaan yang lebih mendorong nasabah untuk kembali membeli produk. Dapat diketahui dari uji F menunjukkan bahwa uji F pada penelitian ini memiliki koefisien sebesar 35,707 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan yaitu kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dengan adanya kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan, ketiga faktor tersebut mempunyai pengaruh yang kuat terhadap loyalitas nasabah seperti hasil penelitian diatas yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan diperoleh analisis dengan menggunakan berbagai jenis analisis data penelitian yang telah dibahas sebelumnya dan memperoleh hasil dari judul penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 4,465. Dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya signifikan, sedangkan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,465 > 1,979$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas.
2. Variabel kepuasan (X2) menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,675 > 1,979$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel kepuasan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas.
3. Variabel citra perusahaan (X3) menunjukkan bahwa nilai t hitung $> t$ tabel ($0,279 < 1,979$) dan nilai signifikansi sebesar $0,781 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
4. Uji F pada penelitian ini memiliki koefisien sebesar 35,707 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan antara kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas.

B. Saran

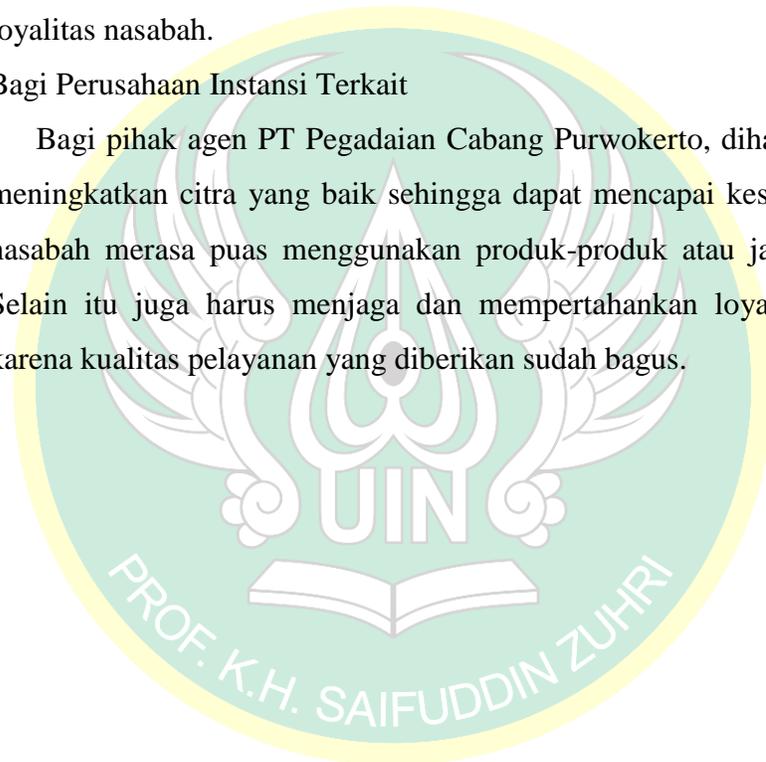
Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka penulis dapat memberikan saran antara lain:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti faktor-faktor pengaruh lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

2. Bagi Perusahaan Instansi Terkait

Bagi pihak agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto, diharapkan dapat meningkatkan citra yang baik sehingga dapat mencapai kesuksesan serta nasabah merasa puas menggunakan produk-produk atau jasa yang ada. Selain itu juga harus menjaga dan mempertahankan loyalitas nasabah karena kualitas pelayanan yang diberikan sudah bagus.



DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Fikha et all. 2023. “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak pada Loyalitas (Studi Kasus pada klinik Kecantikan X di Cikarang)*”. Dalam *Malahayati Health Student Journal* Vol. 3 No. 11. <https://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/MAHESA/article/download/11361/Download%20Artikel>
- Azizah, Hilyatul. 2012. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah*” dalam *Jurnal Manajemen* Vol. 1 No. 2. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- B-Panduan Agen Pegadaian-Print. 2025. *Panduan Agen Pegadaian Bagi Mitra Kerja Sama*. <https://pubhtml5.com> diakses pada 07 Januari 2025 pukul 21.32.
- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Faozan, Akhmad. 2022. “*The Influence of Customer Perception About Profit Sharing, Promotion and Quality of Service on The Customer Interest in Saving at BRI Syari'ah Branch Purwokerto*” dalam *Jurnal Ijtima'iyya: Journal of Muslim Society Research* Vol. 7 No. 2. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/ijtimaiyya/article/view/8085/3156>
- Fuadi, Fatih. 2020. *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank (Teori dan Aplikasi)*. Indramayu : Penerbit Adab (CV. Adanu Abimata).
- Hidayat, Rachmad. 2009. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*” dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 11 No. 1. <https://ced.petra.ac.id/index.php/man/article/view/17746>
- <https://hblpegadaian.id/detailproduk/agenpegadaian> diakses pada 23 Juni 2022.
- <https://www.pegadaian.co.id> diakses pada tanggal 07 Januari 2025 pukul 20.23.
- <https://www.pegadaian.co.id/kinerja-keuangan/laporan-tahunan> diakses pada 29 September 2022 pukul 19.00
- <https://www.pegadaian.co.id/berita/detail/280/pegadaian-berikan-bonus-tambahan-untuk-agen-baru> diakses 12 September 2022 pukul 18.47

- Imam Nurhidayat, Ahmad dan Maskur, Ali. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah PT Pegadaian UPC Kuwu)” dalam *Journal of Management* Vol. 5 No. 2. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1705/1131>
- Jamal Sahid, Nur. 2022. *Minat Jadi Agen Pegadaian? Simak Syarat dan Daftarnya*. <https://money.kompas.com/read/2022/09/09/231410126/minat-jadi-agen-pegadaian-simak-syarat-dan-cara-daftarnya>. (18 Desember 2024)
- Jesica Kristania, Viona et al. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado” dalam *Jurnal EMBA* Vol. 10 No. 4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43817>
- Kharisma, Dian et al.2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan* Vol. 5 No. 1. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi/article/download/2210/1663/9053>
- Latumaerissa, Julius R. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Malyani, Dian et al. 2023. “Analisis Peran Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Memperluas Pangsa Pasar pada PT Pegadaian (Persero) UPC Tongas Kabupaten Probolinggo” dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA* Vol. 2 No. 3. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/download/1030/276/2289>
- Martono. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Merlina, Selitri dan Yoiz Shofwa Shafrani. 2022. “Analysis of Customer Satisfaction from Service Quality Dimensions using Fuzzy-Carter Method (A case study at BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)” dalam *Journal of Islamic Banking and Finance* Vol. 1 No. 1. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/wealth/article/view/7001>
- Munawir. 2017. “Sistem Penetapan Komisi dan Provisi Agen dalam Jual Beli Mobil Menurut Hukum Islam (Studi Kasus pada CV. Mitra Mobil Di Kota Banda Aceh)”. UIN Ar-Raniry Darussalam : Banda Aceh.
- Natasia, Fiola et al. 2024. “Penerapan Aplikasi Agen Pegadaian dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan di PT Pegadaian Kota Pekanbaru”,

- dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA Vol. 3 No. 1. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1080/309>
- Noviarni, Dewi. 2021. “*Gadai dalam Hukum Islam Di Indonesia*” dalam Jurnal Hukum Keluarga Islam Vol. 1 No. 2. <https://ejournal.anadwah.ac.id/index.php/ainulhaq/article/view/354/294>
- Nurhayati, Nunung et al. 2020. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Bogor : Lindan Bestari.
- Pagala, Izharuddin. 2021. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Study pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Cabang Kendari)*”, dalam Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora Vol. 2 No. 12. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/606/457>
- Pay Cell, Fuad. 2022. “*Juknis Agen Pegadaian*”. Diakses 12 Desember 2025 <https://id.scribd.com/presentation/553784855/JUKNIS-AGEN-PEGADAIAN>
- Pradnyasari, Ni Putu Diah et al. 2024. “*Sosialisasi Aplikasi Agen Pegadaian Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Untuk Bertransaksi*” dalam Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat Vol. 5 No. 2. <https://jurnal.unpad.ac.id>
- Priyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif*”. Edisi Revisi, Cet II; Taman Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016.
- Puspitasari, Septi dan Widayanto. 2019. “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Uiversitas Diponegoro)*”. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/23714/21586>
- Ridwan, Amir. “*Agen Pegadaian, Solusi Baru yang Semakin Mendekatkan Anda dengan Pegadaian*”, <https://id.scribd.com/document/495759189/Agen-Pegadaian> , diakses pada 31 Oktober 2022 pukul 07.15.
- Ridzwan, Mochamad et al. 2021. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik)*”, dalam Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi Vol. 38 No. 1. <https://ejournal.ahmaddahlan.ac.id/index.php/melati/article/view/6/6>

- Sahabat Pegadaian. (2022). *Sahabat Pegadaian*. <https://sahabat.pegadaian.co.id/agen-pegadaian>
- Salim, Sella dan Meirisa, Faradilla. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang”, dalam Jurnal MDP Student Conference Vol. 2 No. 2. https://scholar.google.com/scholar?start=120&q=loyalitas+nasabah+pegadaian&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1693354679879&u=%23p%3DIJZBxROA2ykJ
- Sam Montolalu, Fandi et al. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur”, dalam Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum Vol. 2 No 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lppmekosobudkum/article/view/9304/8878>
- Setiawan, Iwan. 2014. “Gadai Pada Pegadaian Syariah” dalam Jurnal Adliya Hukum dan Kemanusiaan Vol. 8 No. 1. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/adliya/article/view/8627/4119>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. 2011. “*Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*”. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tri Basuki, Agus. 2014. *Penggunaan SPSS Dalam Statistik*, Cet. I; Yogyakarta : Danisa Media.
- Tri Wahyuni, Endang. 2015. “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah” dalam Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol. 12 No. 2. <https://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/1247>
- Warsito, Chandra. 2015. “The image of Financial Institution as Islamic Bank in Mediation Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Purwokerto” dalam Jurnal Al-Iqtishad Vol. 7 No. 2. https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&hl=id&q=related:JHKEUVv3gQsJ:scholar.google.com/#d=gs_qabs&t=1706091690269&u=%23p%3DJHKEUVv3gQsJ



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Responden Penelitian

Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, saya :

Nama : Dea Yuningtiyas

NIM : 1817202143

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Agen pada PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas”**. Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur dan terbuka.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,



Dea Yuningtiyas

A. Profil Responden

*Beri tanda *check list* (√) pada jawaban yang sesuai dengan Bapak/Ibu

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

3. Usia :

20 – 35 Tahun 36 – 50 Tahun >50 Tahun

4. Pekerjaan :

Ibu Rumah Tangga

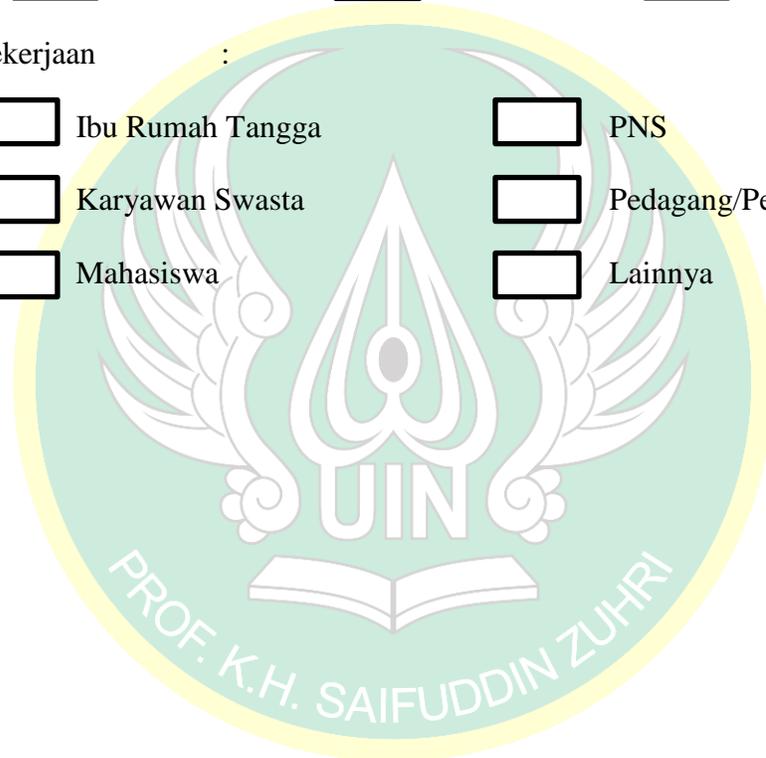
PNS

Karyawan Swasta

Pedagang/Pengusaha

Mahasiswa

Lainnya



B. Kuesioner

PETUNJUK PENGISIAN :

1. Berilah tanda centang (√) pada bobot nilai alternatif jawaban yang paling merefleksikan persepsi Bapak/Ibu pada setiap pertanyaan.
2. Setiap pertanyaan mempunyai lima alternatif jawaban, yaitu keterangan alternatif jawaban sebagai berikut :
 - SS : Sangat Setuju
 - S : Setuju
 - N : Netral
 - TS : Tidak Setuju
 - STS : Sangat Tidak Setuju

A. Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Responsiveness					
1	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto selalu merespon keluhan nasabah dengan cepat.					
2	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto selalu dapat menyelesaikan keluhan nasabah.					
3	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto selalu memberikan informasi yang mudah dipahami.					
4	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto cepat merespon ketika ada nasabah yang datang.					
5	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto selalu menunjukkan kesabaran terhadap nasabah.					
	Tangible					
1	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman.					
2	Berpenampilan rapi dalam melayani nasabah.					
3	Lokasi agen Pegadaian Cabang Purwokerto mudah dijangkau oleh nasabah.					
4	Kelengkapan formulir untuk nasabah lengkap.					
5	Kelengkapan alat tulis untuk nasabah lengkap.					
	Assurance					
1	Agen mengetahui mengenai layanan yang disediakan PT Pegadaian Cabang Purwokerto.					
2	Agen konsisten dalam bersikap sopan terhadap para nasabah.					

3	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan nasabah.					
4	Komunikasi yang baik antara agen Pegadaian Cabang Purwokerto dengan nasabah.					
5	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto mampu meyakinkan nasabah untuk melakukan transaksi.					
	Reliability					
1	Ketepatan waktu jam pelayanan agen.					
2	Prosedur pelayanan yang cepat.					
3	Prosedur pelayanan yang tepat.					
4	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto memberikan pelayanan yang ramah kepada nasabah.					
	Emphaty					
1	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani nasabah.					
2	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto memberikan perhatian dalam melayani keluhan nasabah.					
3	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto memberikan kesungguhan dalam melayani keluhan nasabah.					

B. Variabel Kepuasan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan.					
2	Saya yakin nasabah merasa puas dengan informasi yang diberikan agen Pegadaian Cabang Purwokerto tentang produk-produk pegadaian.					
3	Saya yakin nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan agen Pegadaian Cabang Purwokerto.					
4	Saya yakin nasabah merasa puas dengan produk-produk pegadaian yang saya tawarkan.					
5	Saya yakin terpenuhinya kebutuhan nasabah atas jasa yang diberikan agen pegadaian.					

C. Variabel Citra Perusahaan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto merupakan mitra pegadaian yang baik.					
2	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto dalam bekerja bertindak dengan jujur.					
3	Agen Pegadaian Cabang Purwokerto mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah yang melakukan transaksi.					
4	Saya yakin Pegadaian Cabang Purwokerto merupakan perusahaan yang dapat menjaga keamanan data nasabah yang menggunakan layanan.					
5	Saya yakin terhadap Pegadaian Cabang Purwokerto sehingga bergabung menjadi agen Pegadaian Cabang Purwokerto.					

D. Variabel Loyalitas

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya yakin nasabah akan menggunakan produk pegadaian secara berulang-ulang.					
2	Saya yakin nasabah tidak akan beralih ke lembaga keuangan lainnya karena sudah cocok dengan produk pegadaian yang ditawarkan oleh agen Pegadaian Cabang Purwokerto.					
3	Saya yakin nasabah akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk dari Pegadaian Cabang Purwokerto.					
4	Saya yakin nasabah akan menginformasikan tentang kemudahan bertransaksi di agen Pegadaian Cabang Purwokerto kepada orang lain.					
5	Pegadaian menjadi pilihan utama untuk menyelesaikan berbagai permasalahan keuangan saya.					

Lampiran 2: Hasil Uji Validitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan

		Correlations																						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.712	.574	.391	.255	.375	.407	.425	.443	.734	.464	.457	.702	.174	.399	.566	.738	.305	.473	.585	.605	.522	.790
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.048	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.2	Pearson Correlation	.712	1	.379	.151	.116	.232	.137	.270	.318	.599	.331	.332	.536	.054	.221	.412	.550	.422	.375	.632	.460	.412	.607
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.088	.184	.008	.121	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.545	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.3	Pearson Correlation	.574	.379	1	.546	.332	.245	.467	.424	.434	.650	.465	.385	.709	.241	.576	.516	.372	.448	.298	.327	.389	.574	.738
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.4	Pearson Correlation	.391	.151	.546	1	.388	.503	.770	-.023	.022	.236	.301	.279	.564	.112	.223	.614	.501	.106	.112	.205	.435	.715	.568
	Sig. (2-tailed)	.000	.088	.000		.000	.000	.000	.800	.805	.007	.001	.001	.000	.207	.011	.000	.000	.231	.207	.020	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.5	Pearson Correlation	.255	.116	.332	.388	1	.249	.407	.086	.198	.163	.118	.311	.406	.479	.271	.544	.420	.540	.411	.276	.440	.531	.557
	Sig. (2-tailed)	.004	.184	.000	.000		.004	.000	.333	.025	.065	.182	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.6	Pearson Correlation	.375	.232	.245	.503	.249	1	.543	.134	.219	.293	.574	.152	.382	.238	.165	.565	.689	-.077	-.003	.147	.672	.621	.544
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.005	.000	.004		.000	.129	.013	.001	.000	.086	.000	.007	.061	.000	.000	.385	.971	.095	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.7	Pearson Correlation	.407	.137	.467	.770	.407	.543	1	-.026	.025	.271	.307	.354	.646	.057	.188	.703	.526	.087	.057	.164	.588	.737	.580
	Sig. (2-tailed)	.000	.121	.000	.000	.000	.000		.772	.777	.002	.000	.000	.000	.518	.033	.000	.000	.329	.516	.064	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.8	Pearson Correlation	.425	.270	.424	-.023	.086	.134	-.026	1	.657	.496	.506	.351	.236	.227	.497	.086	.250	.365	.481	.250	.237	.093	.509
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.800	.333	.129	.772		.000	.000	.000	.000	.007	.010	.000	.334	.004	.000	.000	.003	.007	.296	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.9	Pearson Correlation	.443	.318	.434	.022	.198	.219	.025	.657	1	.576	.551	.593	.282	.465	.736	.145	.322	.423	.485	.327	.385	.148	.633
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.805	.025	.013	.777	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.102	.000	.000	.000	.000	.000	.092	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.10	Pearson Correlation	.734	.599	.650	.236	.163	.293	.271	.496	.576	1	.606	.226	.570	.312	.421	.386	.632	.389	.312	.413	.599	.419	.725
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.065	.001	.002	.000	.000		.000	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.11	Pearson Correlation	.464	.331	.465	.301	.118	.574	.307	.596	.551	.606	1	.263	.312	.360	.453	.391	.565	.307	.360	.426	.535	.464	.684
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.182	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.12	Pearson Correlation	.457	.332	.385	.279	.311	.152	.354	.351	.593	.226	.263	1	.491	.212	.786	.492	.347	.393	.519	.243	.329	.421	.639
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.086	.000	.000	.000	.010	.003		.000	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.13	Pearson Correlation	.702	.536	.709	.564	.406	.382	.646	.236	.282	.570	.312	.491	1	.053	.388	.676	.520	.293	.326	.428	.579	.742	.759
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.001	.000	.000	.000		.548	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.14	Pearson Correlation	.174	.054	.241	.112	.479	.238	.057	.227	.485	.312	.360	.212	.053	1	.400	.162	.325	.267	.327	.135	.349	.312	.441
	Sig. (2-tailed)	.048	.545	.006	.207	.000	.007	.518	.010	.000	.000	.000	.016	.548		.000	.067	.000	.002	.000	.126	.000	.016	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.15	Pearson Correlation	.399	.221	.578	.223	.271	.165	.188	.497	.736	.421	.453	.786	.388	.400	1	.441	.307	.487	.400	.186	.291	.328	.661
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.000	.011	.002	.061	.033	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.035	.001	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.16	Pearson Correlation	.566	.412	.518	.614	.544	.565	.703	.088	.145	.388	.397	.492	.676	.162	.441	1	.720	.353	.162	.275	.635	.828	.740
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.334	.102	.000	.000	.000	.000	.067	.000		.000	.000	.067	.002	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.17	Pearson Correlation	.738	.550	.372	.501	.420	.669	.526	.250	.322	.632	.565	.347	.520	.325	.307	.720	1	.252	.325	.454	.839	.639	.778
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129	129
X1.18	Pearson Correlation	.305	.422	.449	.106	.540	-.077	.087	.385	.423	.399	.327	.393	.293	.267	.487	.353	.252	1	.489	.553	.199	.231	.565
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.231	.000	.385	.329	.000	.000	.000	.000	.00											

b. Variabel Kepuasan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.342**	.731**	.184*	.732**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.037	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X2.2	Pearson Correlation	.342**	1	.305**	.644**	.379**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X2.3	Pearson Correlation	.731**	.305**	1	.514**	.464**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X2.4	Pearson Correlation	.184*	.644**	.514**	1	.216*	.634**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.000		.014	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X2.5	Pearson Correlation	.732**	.379**	.464**	.216*	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.014		.000
	N	129	129	129	129	129	129
X2	Pearson Correlation	.837**	.660**	.826**	.634**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	129	129	129	129	129	129

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

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

c. Variabel Citra Perusahaan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.203*	.459**	.457**	.186*	.681**
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.000	.035	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X3.2	Pearson Correlation	.203*	1	.488**	.545**	.166	.681**
	Sig. (2-tailed)	.021		.000	.000	.060	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X3.3	Pearson Correlation	.459**	.488**	1	.653**	.225*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.010	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X3.4	Pearson Correlation	.457**	.545**	.653**	1	.246**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.000
	N	129	129	129	129	129	129
X3.5	Pearson Correlation	.186*	.166	.225*	.246**	1	.505**
	Sig. (2-tailed)	.035	.060	.010	.005		.000
	N	129	129	129	129	129	129
X3	Pearson Correlation	.681**	.681**	.804**	.827**	.505**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	129	129	129	129	129	129

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

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

d. Variabel Loyalitas

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.185 [*]	-.039	.055	.117	.392 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.036	.661	.534	.186	.000
	N	129	129	129	129	129	129
Y.2	Pearson Correlation	.185 [*]	1	.286 ^{**}	.193 [*]	.631 ^{**}	.738 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.036		.001	.029	.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129
Y.3	Pearson Correlation	-.039	.286 ^{**}	1	.444 ^{**}	.230 ^{**}	.613 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.661	.001		.000	.009	.000
	N	129	129	129	129	129	129
Y.4	Pearson Correlation	.055	.193 [*]	.444 ^{**}	1	.404 ^{**}	.662 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.534	.029	.000		.000	.000
	N	129	129	129	129	129	129
Y.5	Pearson Correlation	.117	.631 ^{**}	.230 ^{**}	.404 ^{**}	1	.758 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.186	.000	.009	.000		.000
	N	129	129	129	129	129	129
Y	Pearson Correlation	.392 ^{**}	.738 ^{**}	.613 ^{**}	.662 ^{**}	.758 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	129	129	129	129	129	129

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

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



Lampiran 3: Hasil Uji Reliabilitas

- a. Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	22

- b. Variabel Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

- c. Variabel Citra Perusahaan

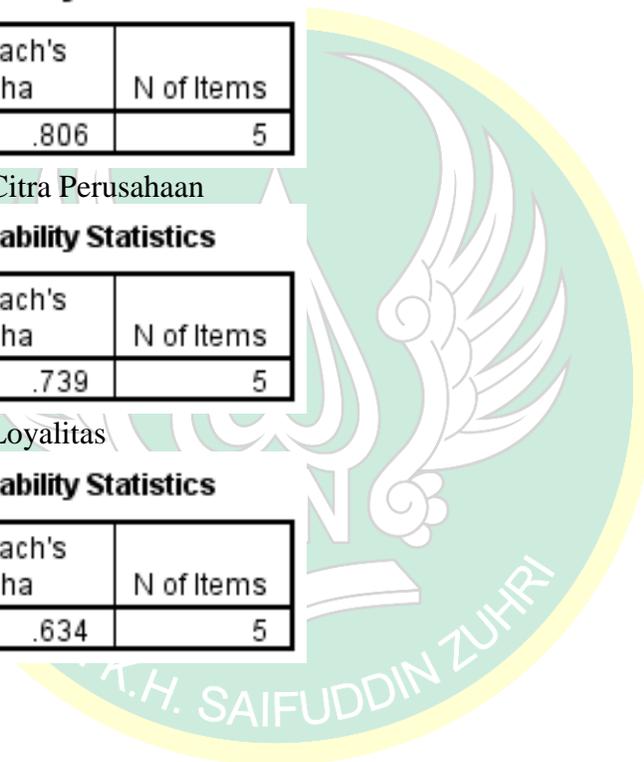
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	5

- d. Variabel Loyalitas

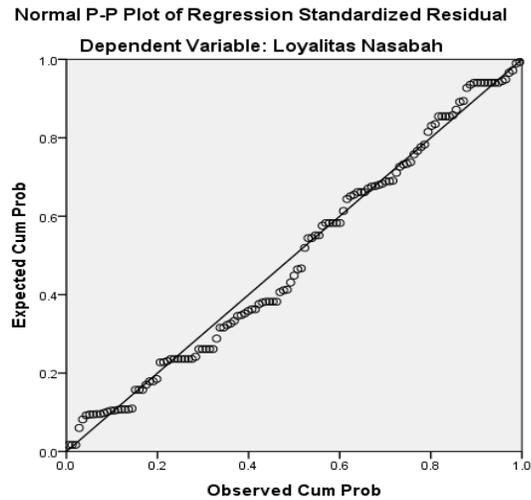
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.634	5



Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



2. Uji Linearitas

a. Uji Linearitas X1 Terhadap Y

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups (Combined)	162.931	21	7.759	5.193	.000
	Linearity	127.795	1	127.795	85.529	.000
	Deviation from Linearity	35.136	20	1.757	1.176	.289
Within Groups		159.875	107	1.494		
Total		322.806	128			

b. Uji Linearitas X2 Terhadap Y

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kepuasan	Between Groups (Combined)	201.191	4	50.298	51.284	.000
	Linearity	121.226	1	121.226	123.603	.000
	Deviation from Linearity	79.964	3	26.655	27.177	.000
Within Groups		121.615	124	.981		
Total		322.806	128			

c. Uji Linearitas X3 Terhadap Y

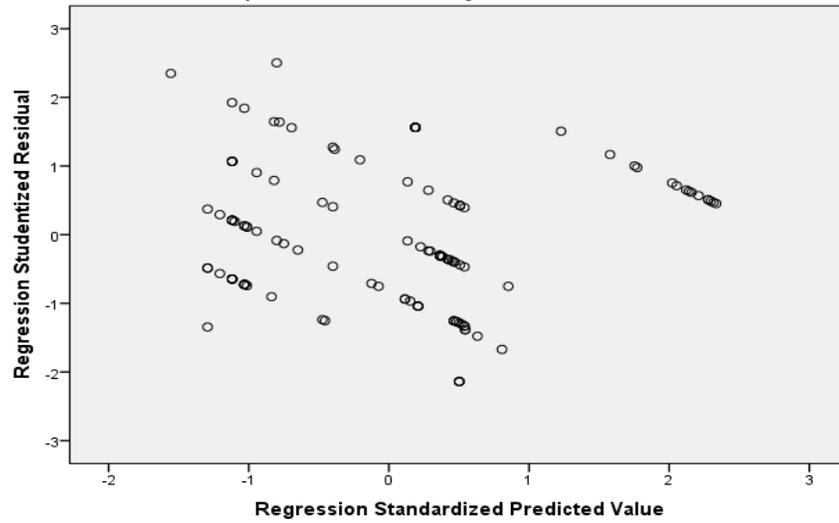
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Citra Perusahaan	Between Groups	(Combined)	34.556	5	6.911	2.949	.015
		Linearity	13.418	1	13.418	5.726	.018
		Deviation from Linearity	21.138	4	5.285	2.255	.067
Within Groups			288.250	123	2.343		
Total			322.806	128			

d. Uji Heteroskedasitas

Scatterplot

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



Lampiran 5: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.692	1.910		2.980	.003
	Kualitas Pelayanan	.094	.021	.397	4.465	.000
	Kepuasan	.318	.086	.339	3.675	.000
	Citra Perusahaan	.020	.072	.019	.279	.781

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



Lampiran 6: Hasil Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.692	1.910		2.980	.003
	Kualitas Pelayanan	.094	.021	.397	4.465	.000
	Kepuasan	.318	.086	.339	3.675	.000
	Citra Perusahaan	.020	.072	.019	.279	.781

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Uji F (Stimultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.970	3	49.657	35.707	.000 ^b
	Residual	173.836	125	1.391		
	Total	322.806	128			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.449	1.179

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

Lampiran 7: Dokumentasi

Pengisian Kuesioner



Lampiran 8: Sertifikat BTA/PPI


IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

J. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/12864/14/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : DEA YUNINGTIYAS
NIM : 1817202143

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	70
# Tartil	:	70
# Imla'	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	70



Purwokerto, 14 Jun 2021


ValidationCode

Lampiran 9: Serifikat Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد باتي رقم: ٤٠ بوروكرتو ٥٣١٣٦ هاتف ٠٢٨١ - ٣٤٥٤٤ www.ainpurwokerto.ac.id

الشهادة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ١١٧٨٣ / ٢٠١٩

منحت الى

الاسم : ضياء يونينجتياس

المولودة : بيوربايعغا، ٢ يونيو ٢٠٠٠

الذي حصل على

فهم المسموع : ٥٠

فهم العبارات والتراكيب : ٤٥

فهم المقروء : ٤٧

النتيجة : ٤٧٢



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٤
مايو ٢٠١٩

بوروكرتو، ٢١ نوفمبر ٢٠١٩
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.

الحاج أحمد سعيد، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠١١٢١٠١



ValidationCode

Lampiran 10: Sertifikat Bahasa Inggris



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.ialnpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/11783/2019

This is to certify that :

Name : **DEA YUNINGTIYAS**
Date of Birth : **PURBALINGGA, June 2nd, 2000**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test,
organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on April 22nd, 2019, with
obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 50
2. Structure and Written Expression	: 48
3. Reading Comprehension	: 55

Obtained Score : 510



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, November 21st, 2019
Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001

Lampiran 11: Sertifikat KKN



Lampiran 12: Sertifikat PPL

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Dea Yuningtiyas
NIM : 1817202143

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

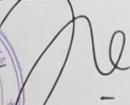
Pegadaian KC Purwokerto

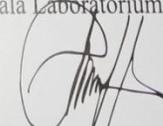
Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqosyah/Skripsi*.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Purwokerto, 4 April 2022
Kepala Laboratorium FEBI


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


H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001





Lampiran 13: Sertifikat PBM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 872/Un.19/D.FEBI/PP.009/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Dea Yuningtyas
NIM : 1817202143

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **90 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Purwokerto, 4 April 2022
Kepala Laboratorium FEBI


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


H. Sochimim, Le., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001



Lampiran 14: Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT
APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: J. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0291-63924 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17AJPT-TIPD/6796/XI/2020

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:
DEA YUNINGTIYAS
NIM: 1817202143
Tempat / Tgl. Lahir: Putubalangga, 02 Juni 2000

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	100 / A
Microsoft Excel	96 / A
Microsoft Power Point	95 / A

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office*® yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

Purwokerto, 06 November 2020
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si., M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003



Lampiran 15: Surat Keterangan Lulus Komprehensif



**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 LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 4156/Un.19/FEBIJ.PS/PP.009/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

mahasiswa atas nama:

Nama : Dea Yuningtiyas

NIM : 1817202143

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 28/11/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **70 / B-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **29 November 2022**
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 16: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



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 LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1009/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Dea Yuningtiyas
NIM : 1817202143
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Agen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Agen PT Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas

Pada tanggal 20 September 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 17 Agustus 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 17: Tabulasi Data Responden

KUALITAS PELAYANAN (X1)														KEPUASAN (X2)					CITRA PRSHN(X3)					LOYALITAS NASABAH (Y)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL Y
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22	5	3	4	5	5	22
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	20	4	5	4	5	4	22	4	5	5	5	4	23
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	21	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	107	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	98	4	4	5	5	4	22	4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	96	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	4	20
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	91	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	96	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	21
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	104	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	99	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	92	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	98	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	98	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	96	5	4	5	4	5	23	4	4	5	5	5	23
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	96	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	21
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	104	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	99	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	22
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	92	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	4	22
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	104	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	21

4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	98	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	96	5	4	5	4	5	23	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	91	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	96	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	102	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	99	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	92	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	107	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	98	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	96	5	4	5	4	5	23	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	91	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	96	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	5	4	20
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	99	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23

4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	92	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	104	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24	
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	98	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	24	4	5	4	4	5	22	
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23		
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	91	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	4	23		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	5	23	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	21		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21		
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		
5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	99	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23		
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	92	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	5	23		
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	105	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22		
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	21		
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	108	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25		
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24		
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	98	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	5	22		
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	5	23	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20		
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	91	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	5	5	4	22			
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22		
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	23	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21		
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	109	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22		
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22		
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	87	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	5	4	20		
5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	99	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	4	5	5	4	5	23		
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	92	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	4	22		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21		
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21		
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21		
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	106	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25		
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24		
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	98	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	24	4	5	4	4	5	22		
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24	4	4	4	5	5	22		
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	92	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24	4	4	5	5	5	23		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	5	4	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22		
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21		
5																																												

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Dea Yuningtiyas
2. NIM : 1817202143
3. Tempat/Tanggal Lahir : Purbalingga, 02 Juni 2000
4. Alamat : Brobot, RT 005/RW 002, Kec. Bojongsari
Kab. Purbalingga, Jawa Tengah, Indonesia
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Urip Sukhanto
Nama Ibu : Nunung Yuliarti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK, Tahun Lulusan : RA Diponegoro Brobot, 2006
 - b. SD, Tahun Lulusan : SD Negeri 1 Brobot, 2012
 - c. SMP, Tahun Lulusan : SMP Negeri 1 Bojongsari, 2015
 - d. SMK, Tahun Lulusan : SMK Muhammadiyah 01
Purbalingga, 2018
 - e. S1, Tahun Masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto, 2018
2. Pendidikan Non Formal : Ponpes Roudlotul 'Uluum Balong

C. Pengalaman Organisasi

1. Karang Taruna Desa Brobot

Purwokerto, 22 Januari 2025



Dea Yuningtiyas
NIM.1817202143