

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP RETENSI NASABAH TABUNGAN EMAS PT. PEGADAIAN CABANG KABUPATEN JENEPONTO

Rosdiana Dewi¹, Dg. Maklassa², Nasrullah³

^{1,2,3}) Universitas Muhammadiyah Makassar

e-mail: rosdianadewi2106@gmail.com¹, dg.maklassa@unismuh.ac.id², nasrullah@unismuh.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kepuasan dan kepercayaan nasabah dapat memengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan produk tabungan emas yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, terutama di sektor jasa keuangan, tantangan dalam mempertahankan nasabah menjadi sangat penting. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 67 responden yang merupakan nasabah tabungan emas. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (Kepuasan dan kepercayaan nasabah) dengan variabel dependen (Retensi nasabah). Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan layanan tabungan emas. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Kepercayaan yang tinggi membuat nasabah merasa lebih nyaman dan aman dalam bertransaksi, sehingga mereka cenderung untuk tidak berpindah kepada produk pesaing. Oleh karena itu, disarankan agar PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat komunikasi dengan nasabah, dan memberikan edukasi yang memadai mengenai produk yang ditawarkan. Dengan langkah-langkah tersebut, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, tetapi juga dapat memperkuat posisi mereka dalam industri jasa keuangan yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Kepercayaan Nasabah, Retensi Nasabah Tabungan Emas

Abstract

This study aims to determine how customer satisfaction and trust can influence their decision to continue using the gold savings product offered by PT. Pegadaian, Jeneponto Regency Branch. In an increasingly competitive business world, especially in the financial services sector, the challenge of retaining customers is very important. This study uses a quantitative approach with a descriptive method to describe the relationship between the variables studied. Data were obtained through questionnaires distributed to 67 respondents who were gold savings customers. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the relationship between the independent variables (Customer Satisfaction and Trust) and the dependent variable (Customer Retention). The results of the analysis show that customer satisfaction has a positive and significant effect on customer retention. This shows that the higher the level of customer satisfaction, the more likely they are to continue using gold savings services. In addition, this study also found that customer trust has a positive and significant effect on customer retention. High trust makes customers feel more comfortable and safe in making transactions, so they tend not to switch to competitors' products. Therefore, it is recommended that PT. Pegadaian Jeneponto Regency Branch continues to improve the quality of service, strengthen communication with customers, and provide adequate education regarding the products offered. With these steps, the company can not only increase customer satisfaction and trust, but can also strengthen their position in the increasingly competitive financial services industry.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Trust, Gold Savings Customer Retention

PENDAHULUAN

Dunia bisnis terus berkembang dengan cepat, dan banyak perusahaan mulai bergerak ke sektor jasa. Kemunculan perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan layanan serupa membuat persaingan semakin ketat. Akibatnya, setiap perusahaan harus berupaya memberikan layanan terbaik yang memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Dalam kondisi ini, unit pelayanan yang sebelumnya hanya berfokus pada kesungguhan dalam melayani, kini dituntut untuk benar-benar memberikan

pelayanan yang optimal. Agar dapat bersaing dan dikenal di industri jasa, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas (Chasanah, 2023). PT. Pegadaian merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan khususnya dalam jasa gadai, yang terus berupaya memperkuat posisinya di pasar melalui produk inovatif salah satunya adalah tabungan emas (Putri P. & Supriadi, 2022). Salah satu inovasi yang menarik perhatian publik adalah produk Tabungan Emas yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jenepono. Tabungan Emas adalah layanan yang memungkinkan pemilik rekening untuk membeli dan menjual emas batangan dengan mengikuti ketentuan dalam kontrak jual beli emas serta perjanjian penitipan aman yang disepakati dengan Pegadaian. Penarikan emas dari akun hanya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian dan peraturan yang berlaku. Layanan ini memudahkan pelanggan dalam berinvestasi emas dengan cara yang praktis dan aman. (Hulu & Nurbaiti, 2023).

Dalam industri jasa keuangan, khususnya PT. Pegadaian dengan produk tabungan emas, kepuasan dan kepercayaan merupakan dua faktor krusial yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan produk dan layanan cenderung untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali layanan tersebut ketika membutuhkannya. Hal yang sama berlaku untuk kepercayaan, di mana rasa percaya dapat menghilangkan keraguan nasabah dalam memilih produk atau layanan. Jika perusahaan berhasil membangun kepercayaan pelanggan, maka kemungkinan besar mereka akan kembali menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan. (Sari et al., 2023). Kajian literatur menunjukkan bahwa kepuasan nasabah secara umum dipengaruhi oleh kualitas layanan, persepsi nilai, dan kenyamanan dalam transaksi. Disisi lain, kepercayaan nasabah terhadap perusahaan keuangan sangat ditentukan oleh transparansi, keamanan, dan integritas perusahaan yang dimana nasabah akan merasa tenang dan nyaman menggunakan layanan perusahaan tersebut. Studi-studi terdahulu mengindikasikan bahwa ada hubungan positif antara kepuasan dan kepercayaan nasabah dengan retensi nasabah (Diniyah & Hendrayanti, 2023). Namun, sebagian besar penelitian ini dilakukan dalam konteks UMKM lainnya, bukan dalam perusahaan seperti tabungan emas di PT. Pegadaian.

Saat ini banyak perusahaan lain menyediakan produk tabungan emas yang beredar dikalangan masyarakat membuktikan persaingan antara perusahaan disektor keuangan semakin ketat, membuat nasabah leluasa untuk memilih sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka. Dengan persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus terus memberikan layanan yang terbaik dan paling mudah bagi nasabah agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya dalam industri gadai dan investasi emas. Dalam beberapa tahun terakhir, PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jenepono telah menjadi pilihan bagi nasabah yang menggunakan layanan tabungan emas. Produk ini menjadi salah satu opsi investasi bagi masyarakat karena kemampuannya menjaga nilai aset dalam bentuk emas serta kemudahan akses yang ditawarkan. Meskipun demikian, dari hasil pengamatan atau observasi awal yang telah dilakukan, ada beberapa nasabah tabungan emas yang berhenti menggunakan produk tabungan emas tersebut, kurangnya edukasi atau pemahaman nasabah tentang produk tabungan emas, termasuk cara kerja dan manfaatnya, bisa membuat nasabah ragu atau tidak merasa percaya. Tanpa informasi yang jelas, nasabah mungkin merasa khawatir dan kurang percaya dalam jangka panjang yang dapat mengakibatkan menurunnya tingkat retensi nasabah tabungan emas. Dalam hal ini, penting untuk memahami sejauh mana kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jenepono dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan produk tersebut. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan minat masyarakat terhadap produk tersebut, tetapi juga memberikan indikasi penting mengenai peran manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dalam memengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan retensi nasabah.

Penggunaan variabel yang difokuskan pada penelitian ini yaitu kepuasan dan kepercayaan nasabah. Nasabah merasa puas terhadap suatu layanan, maka akan semakin tinggi keinginan nasabah tersebut untuk ingin menggunakan kembali layanan dari perusahaan yang sama, begitupun dengan nasabah yang percaya pada integritas, transparansi, dan keamanan perusahaan cenderung merasa aman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan tersebut. Mereka percaya bahwa perusahaan akan memenuhi janji-janji mereka, memberikan produk atau layanan berkualitas, dan menjaga kepentingan nasabah (Amanda Putra & Toto Raharjo, 2022). Pemilihan PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jenepono sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansi permasalahan yang dikatehui oleh peneliti mengenai nasabah tabungan emas. Selain itu, peneliti ingin mengetahui seberapa jauh kepuasan dalam kualitas pelayanan dan kepercayaan yang diberikan oleh PT Pegadaian Cabang Kabupaten Jenepono

kepada nasabahnya. Adapun alasan lain yaitu unsur keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dilihat dari segi tenaga, dana, maupun segi efisiensi waktu.

Berdasarkan teori pertukaran sosial dalam kepuasan kualitas pelayanan diharapkan karyawan dapat memenuhi kebutuhan nasabah lebih dari ekspektasi serta menciptakan nilai tambah dalam setiap interaksi. Begitupun dengan kepercayaan nasabah karyawan diharapkan mampu menjelaskan dengan jelas dan mendalam mengenai produk tabungan emas. Dalam keadaan ideal ini, nasabah yang merasa puas dan percaya terhadap perusahaan akan mempertahankan hubungan mereka dengan perusahaan. Teori Pertukaran Sosial yang diasumsikan oleh John Thibaut dan Harold Kelley (1959), sosiolog George Homans (1961), dan Peter Blau (1964), menekankan bahwa hubungan manusia didasarkan pada pertimbangan rasional antara pengorbanan dan keuntungan. Individu cenderung melanjutkan hubungan jika mereka merasa bahwa keuntungan yang diterima melebihi atau sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Hubungan yang tidak seimbang, di mana salah satu pihak merasa dirugikan, cenderung tidak bertahan lama (Waluyo & Revianti, 2019).

Dari teori tersebut dapat diartikan bahwa hubungan yang terjaga dengan baik antara PT Pegadaian dan nasabahnya akan bertahan jika nasabah merasa bahwa hubungan ini saling menguntungkan. Sebaliknya, jika nasabah merasa bahwa mereka lebih banyak berkorban (misalnya, dengan adanya biaya tinggi atau layanan yang tidak memuaskan) tanpa mendapatkan keuntungan yang setimpal, hubungan tersebut akan dianggap tidak menguntungkan dan mereka mungkin akan berhenti menggunakan produk tersebut. Manajemen SDM yang efektif pada PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto memegang peranan kunci dalam memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada nasabah berada pada tingkat yang optimal. Staf yang kompeten dan terlatih dengan baik tidak hanya mampu memberikan layanan yang memuaskan, tetapi juga membangun hubungan yang didasari oleh kepercayaan. Kualitas interaksi antara staf dengan nasabah menjadi faktor penentu dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang pada akhirnya akan memengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan Tabungan Emas.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih dalam mengenai kepuasan dan kepercayaan nasabah yang dapat mempengaruhi retensi nasabah dalam konteks produk tabungan emas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto dalam membantu perusahaan untuk memperkuat strategi dalam mempertahankan nasabah. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian lebih dalam dengan judul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto”

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto pada November hingga Desember 2024. Data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh melalui observasi, kuesioner dengan skala Likert, serta dokumentasi, dan data sekunder dari laporan internal serta literatur terkait. Populasi penelitian adalah 200 nasabah tabungan emas dalam tiga bulan terakhir, dengan sampel sebanyak 67 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap retensi nasabah. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t untuk melihat pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen serta uji koefisien determinasi (R²) untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi Variabel Kepuasan (X1)

Tabel 1. Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Nasabah

Butir Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total		Rata-Rata
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	
XI.KN1	33	165	26	104	6	18	2	4	0	0	67	291	4,34
X1.KN2	36	180	24	96	2	6	5	10	0	0	67	292	4,35
X1.KN3	31	155	28	112	4	12	3	6	1	1	67	286	4,26

X1.KN4	31	155	27	108	5	15	4	8	0	0	67	286	4,26
X1.KN5	39	195	19	76	6	18	3	6	0	0	67	297	4,43
X1.KN6	34	170	23	92	6	18	4	8	0	0	67	288	4,29
X1.KN7	37	185	21	84	6	18	2	4	1	1	67	292	4,35
X1.KN8	30	150	26	104	7	21	3	6	1	1	67	282	4,20
X1.KN9	36	180	22	88	6	18	3	6	0	0	67	292	4,35
X1.KN10	36	180	22	88	6	18	2	4	1	1	67	291	4,34
Rata-Rata Variabel Kepuasan Nasabah (X1)													4,31

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel variabel Kepuasan Nasabah dapat diketahui bahwa rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X1.KN5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,43 yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu pernyataan dengan rata-rata terendah adalah X1.KN8 dengan nilai rata-rata 4,20 yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju, namun dengan tingkat kesetujuan yang lebih rendah dibandingkan pernyataan lainnya. Secara keseluruhan, rata-rata variabel Kepuasan Nasabah (X1) adalah 4,31 yang menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif meskipun terdapat perbedaan tingkat kesetujuan terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel Kepuasan Nasabah.

Deskripsi Variabel Kepercayaan Nasabah (X2)

Tabel 2. Tanggapan Responden Terkait Kepercayaan Nasabah (X2)

Butir Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total		Rata-Rata
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	
X2.KN1	37	185	22	88	5	15	3	6	0	0	67	294	4,38
X2.KN2	31	155	29	116	6	18	0	0	1	1	67	290	4,32
X2.KN3	36	180	22	88	6	18	3	6	0	0	67	292	4,35
X2.KN4	41	205	17	68	6	18	3	6	0	0	67	297	4,43
X2.KN5	36	180	23	92	5	15	4	8	0	0	67	295	4,40
X2.KN6	37	185	20	80	6	18	4	8	0	0	67	291	4,34
X2.KN7	36	180	23	92	5	15	2	4	1	1	67	292	4,35
X2.KN8	40	200	18	72	7	21	2	4	0	0	67	297	4,43
Rata-Rata Variabel Kepercayaan Nasabah (X2)													4,37

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel variabel Kepercayaan Nasabah dapat diketahui bahwa rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X2.KN4 dan X2.KN8 dengan nilai rata-rata sebesar 4,43 yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu pernyataan dengan rata-rata terendah adalah X2.KN2 dengan nilai rata-rata 4,32 yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju, namun dengan tingkat kesetujuan yang lebih rendah dibandingkan pernyataan lainnya. Secara keseluruhan, rata-rata variabel Kepercayaan Nasabah (X2) adalah 4,37 yang menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif meskipun terdapat perbedaan tingkat kesetujuan terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel Kepercayaan Nasabah.

Deskripsi Variabel Retensi Nasabah (Y)

Tabel 3. Tanggapan Responden Terkait Retensi Nasabah (Y)

Butir Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total		Rata-Rata
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	
Y.RN1	38	190	22	88	5	15	2	4	0	0	67	297	4,43
Y.RN2	30	150	29	116	5	15	3	6	0	0	67	287	4,28
Y.RN3	36	180	24	96	4	12	2	4	1	1	67	293	4,37
Y.RN4	41	205	17	68	3	9	6	12	0	0	67	294	4,38
Y.RN5	37	185	22	88	6	18	2	4	0	0	67	295	4,40
Y.RN6	37	185	21	84	5	15	4	8	0	0	67	292	4,35
Y.RN7	38	190	20	80	6	18	3	6	0	0	67	294	4,38

Y.RN8	39	195	20	80	6	18	2	4	0	0	67	297	4,43
Y.RN9	39	195	20	80	2	6	6	12	0	0	67	293	4,37
Y.RN10	43	215	16	64	5	15	2	4	1	1	67	299	4,46
Rata-Rata Variabel Retensi Nasabah (Y)													4,38

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel variabel Retensi Nasabah dapat diketahui bahwa rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan Y.RN10 dengan nilai rata-rata sebesar 4,46 yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sementara itu pernyataan dengan rata-rata terendah adalah Y.RN2 dengan nilai rata-rata 4,28 yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju, namun dengan tingkat kesetujuan yang lebih rendah dibandingkan pernyataan lainnya. Secara keseluruhan, rata-rata variabel Kepercayaan Nasabah (X2) adalah 4,38 yang menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang positif meskipun terdapat perbedaan tingkat kesetujuan terhadap pernyataan yang diajukan dalam variabel Kepercayaan Nasabah.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Kepuasan (X1)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X1)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	X1.K1	0,823	0,244	Valid
2.	X1.K2	0,873	0,244	Valid
3.	X1.K3	0,875	0,244	Valid
4.	X1.K4	0,824	0,244	Valid
5.	X1.K5	0,847	0,244	Valid
6.	X1.K6	0,819	0,244	Valid
7.	X1.K7	0,863	0,244	Valid
8.	X1.K8	0,825	0,244	Valid
9.	X1.K9	0,837	0,244	Valid
10.	X1.K10	0,813	0,244	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Tabel 4 menunjukan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai intrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel kepuasan yang diteliti.

Kepercayaan Nasabah (X2)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah (X2)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	X2.KN1	0,904	0,244	Valid
2.	X2.KN2	0,838	0,244	Valid
3.	X2.KN3	0,873	0,244	Valid
4.	X2.KN4	0,901	0,244	Valid
5.	X2.KN5	0,904	0,244	Valid
6.	X2.KN6	0,841	0,244	Valid
7.	X2.KN7	0,847	0,244	Valid
8.	X2.KN8	0,917	0,244	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Tabel 5 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai intrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel kepercayaan nasabah yang diteliti.

Retensi Nasabah (Y)

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Retensi Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	Y.RN1	0,820	0,244	Valid
2.	Y.RN2	0,820	0,244	Valid

3.	Y.RN3	0,850	0,244	Valid
4.	Y.RN4	0,893	0,244	Valid
5.	Y.RN5	0,848	0,244	Valid
6.	Y.RN6	0,835	0,244	Valid
7.	Y.RN7	0,836	0,244	Valid
8.	Y.RN8	0,837	0,244	Valid
9.	Y.RN9	0,879	0,244	Valid
10.	Y.RN0	0,896	0,244	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Tabel 6 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai intrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel retensi nasabah yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepuasan (X1)	0,953	10
Kepercayaan Nasabah (X2)	0,957	8
Retensi Nasabah (Y)	0,958	10

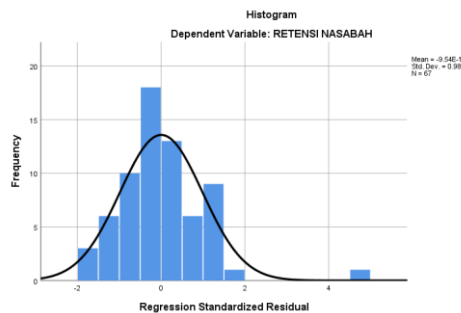
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Hasil output diatas menunjukkan Cronbach's Alpha variabel Kepuasan (X1) sebesar $0,953 \geq 0,60$, Kepercayaan Nasabah (X2) menunjukkan nilai $0,957 \geq 0,60$, dan Retensi Nasabah (Y) $0,958 > 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Analisis normalitas adalah metode yang efektif untuk memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal dengan melihat normal *probability plot*. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, atau jika histogram menunjukkan bentuk lonceng terbalik, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan hasil regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas, histogram yang dihasilkan menunjukkan distribusi data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, atau membentuk pola lonceng terbalik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KEPUASAN	0.102	9.822
	KEPERCAYAAN NASABAH	0.102	9.822

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tolerance sebesar $0.102 \geq 0.100$ dan nilai VIF sebesar $9.822 <$ dari 10.00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada data diatas.

Uji Autokorelasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate	Durbin-Watson
1	0.969	0.939	0.937	1.79355	1.523

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Pada Tabel diatas, nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1.523, dengan jumlah sampel (n) 67 dan dua variabel independen (k=2), menghasilkan nilai batas atas (du) sebesar 1.6660. karena nilai DW 1.523 < dari du 1.6660 dan lebih > dari $2 - 1.6660 = 0.334$, dapat disimpulkan bahwa DW berada di antara du dan $2 - du$, yang berarti tidak ada gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constand)	1.529	0.969		1.578	0.119
KEPUASAN	-0.099	0.067	-0.568	-1.474	0.145
KEPERCAYAAN NASABAH	0.114	0.085	0.514	1.335	0.187

a. Dependent Variabel: ABS_RES

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil uji glejser diatas, nilai signifikasinsi pada variabel Kepuasan (X1) adalah 0.145 dan variabel Kepercayaan Nasabah (X2) adalah 0.187, yang lebih > dari batas signifikansi 0.05. hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constand)	0.965	1.383		0.698	0.488
KEPUASAN	0.314	0.096	0.315	3.266	0.002
KEPERCAYAAN NASABAH	0.840	0.122	0.665	6.886	0.000

a. Dependent Variabel: RETENSI NASABAH

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.16 diatas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0.965 + 0.314X_1 + 0.840X_2$$

Penjelasan:

- 1) Nilai Konstanta yang diperoleh sebesar 0.965 maka bisa diartikan jika variabel independent bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 0.965.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel kepuasan (X1) bernilai positif (+) sebesar 0.314 menandakan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel X1 maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.314.
- 3) Nilai koefisien refresi variabel kepercayaan nasabah (X2) bernilai positif (+) sebesar 0.840 menandakan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel X1 maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.840.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constand)	0.965	1.383		0.698	0.488
KEPUASAN	0.314	0.096	0.315	3.266	0.002
KEPERCAYAAN NASABAH	0.840	0.122	0.665	6.886	0.000

a. Dependent Variabel: RETENSI NASABAH

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai t hitung untuk variabel kepuasan dan kepercayaan nasabah sebesar 3,266 dan 6,886 yang lebih > dari 1,668, serta nilai signifikan 0,002 dan 0,000 yang lebih < dari 0.05. hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah.

Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	0.969	0.939	0.937	1.79355

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN NASABAH, KEPUASAN

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Tabel diatas menunjukkan nilai korelasi (R)= 0, 969 yang menghasilkan koefisien determinasi (R Square)= 0,939. Hal ini berarti bahwa variabel dependen (Retensi Nasabah) dipengaruhi oleh variabel independen (Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah) sebesar 93,9%.

Pembahasan

Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Rumusan Masalah

Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan rumusan masalah yang diajukan, yaitu apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap retensi nasabah tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto, dan apakah kepercayaan nasabah juga berkontribusi pada retensi tersebut. Dengan menganalisis hubungan antara variabel-variabel ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan produk tabungan emas. Dalam konteks rumusan masalah pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Dengan nilai t-hitung sebesar 3,266 yang lebih besar dari t-tabel 1.668 dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa ketika tingkat kepuasan nasabah meningkat, kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan produk dan layanan PT. Pegadaian juga meningkat. Hal ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima (Kotler & Keller, 2021). Ketika nasabah merasa bahwa layanan yang mereka terima memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, mereka cenderung untuk tetap loyal.

Keterkaitan ini sangat relevan, mengingat dalam penelitian terdahulu, banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah adalah faktor kunci dalam menciptakan loyalitas dan retensi (Martha & Anugrah, 2023). Penelitian ini memperkuat argumen tersebut dengan memberikan data

empiris yang menunjukkan pengaruh signifikan kepuasan terhadap keputusan nasabah untuk tetap berinvestasi dalam tabungan emas. Dengan kata lain, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas layanan, yang mencakup keandalan, daya tanggap, dan empati, dalam menciptakan kepuasan yang tinggi di kalangan nasabah. Sedangkan untuk rumusan masalah kedua, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah, dengan nilai t-hitung sebesar 6.886 yang lebih besar dari t-tabel 1.668 dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kepercayaan, menurut Mowen dan Minor (2021), adalah dasar yang penting dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabah. Ketika nasabah merasa yakin bahwa PT. Pegadaian dapat memenuhi janji-janji mereka dan memberikan layanan yang transparan, mereka akan merasa lebih nyaman dan aman untuk melakukan transaksi.

Keterkaitan ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya berfungsi sebagai jaminan bagi nasabah, tetapi juga sebagai pengikat yang memperkuat hubungan antara nasabah dan perusahaan. Teori pertukaran sosial (Thibaut & Kelley, 1959) menegaskan bahwa hubungan yang saling menguntungkan akan terjaga jika nasabah merasa bahwa manfaat yang mereka peroleh dari perusahaan lebih besar daripada biaya atau pengorbanan yang mereka keluarkan. Dalam konteks ini, jika PT. Pegadaian berhasil membangun kepercayaan melalui pelayanan yang baik dan komunikasi yang efektif, nasabah akan lebih cenderung untuk tetap loyal. Dengan mengaitkan hasil penelitian dengan rumusan masalah, terlihat bahwa kedua variabel kepuasan dan kepercayaan berperan sebagai pendorong utama retensi nasabah. Penelitian ini tidak hanya menjawab pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana PT. Pegadaian dapat meningkatkan retensi nasabah melalui strategi yang berfokus pada peningkatan kepuasan dan kepercayaan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sangat relevan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman manajerial dalam konteks layanan keuangan, khususnya dalam produk tabungan emas. Dengan demikian, kepuasan nasabah merupakan salah satu aspek penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk terus menggunakan produk/layanan tersebut. PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto dapat terus memanfaatkan strategi kepuasan yang kompetitif untuk menjaga serta meningkatkan keputusan nasabah untuk tetap setia pada perusahaan tersebut.)

Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Tujuan Penelitian

Keterkaitan hasil penelitian dengan tujuan penelitian sangat jelas dan saling mendukung, terutama dalam konteks PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto. Salah satu tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kepuasan nasabah terhadap retensi nasabah tabungan emas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi, dengan nilai t-hitung sebesar 3,266 yang lebih besar dari t-tabel 1.668 dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap loyal menggunakan produk tabungan emas. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris yang mendukung pentingnya fokus pada peningkatan kualitas layanan, yang menjadi kunci dalam menjaga loyalitas nasabah.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis peran kepercayaan nasabah dalam retensi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi, dengan nilai t-hitung sebesar 6.886 yang lebih besar dari t-tabel 1.668 dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap PT. Pegadaian cenderung merasa lebih nyaman dan aman dalam bertransaksi. Keterkaitan antara hasil ini dan tujuan penelitian memberikan pemahaman mendalam bahwa membangun kepercayaan melalui transparansi, komunikasi yang baik, dan konsistensi dalam layanan adalah hal yang sangat penting bagi PT. Pegadaian. Kepercayaan ini bukan hanya memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan produk, tetapi juga berkontribusi pada hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Lebih lanjut, tujuan penelitian ini juga mencakup penyediaan wawasan praktis bagi manajemen PT. Pegadaian. Hasil yang menunjukkan pengaruh positif dari kepuasan dan kepercayaan nasabah memberikan dasar yang kuat bagi pengambilan keputusan strategis. Manajemen dapat menggunakan data ini untuk merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan retensi nasabah. Dengan memahami keterkaitan ini, PT. Pegadaian dapat menyusun langkah-langkah yang tepat untuk memperbaiki kualitas layanan dan membangun kepercayaan nasabah.

Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini sejalan dengan berbagai studi yang menyoroti pentingnya kepuasan dan kepercayaan nasabah dalam meningkatkan retensi nasabah. Salah satu penelitian yang mendukung hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Martha & Anugrah, 2023), yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan. Peneliti menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang profesional, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa dihargai dan puas atas pengalaman yang diterimanya. Temuan serupa juga didapatkan oleh Prabowo, Inda, dan Rahma (2022), yang menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di sektor jasa keuangan. Peneliti menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi penentu utama bagi nasabah dalam memutuskan apakah mereka akan tetap menggunakan produk asuransi atau beralih ke penyedia lain. Ketika nasabah merasa yakin bahwa perusahaan asuransi dapat memenuhi kebutuhan mereka, memberikan solusi yang tepat, dan menjaga integritas dalam setiap interaksi, kepercayaan pun akan terbentuk. Kepercayaan yang kuat pada akhirnya tidak hanya memengaruhi retensi nasabah, tetapi juga membantu perusahaan menciptakan citra positif di mata publik, yang menjadi keunggulan kompetitif dalam industri yang terus berkembang. Dengan demikian penelitian ini menggaris bawahi pentingnya kepuasan dan kepercayaan nasabah dalam mempertahankan retensi nasabah produk tabungan emas. Mengingat ketatnya persaingan di industri jasa keuangan, perusahaan yang mampu memberikan layanan berkualitas dan membangun kepercayaan akan lebih berhasil dalam mempertahankan nasabahnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto dan perusahaan lain dalam mengembangkan strategi retensi nasabah yang lebih efektif.

Keterkaitan Hasil Penelitian dengan kerangka pikir

Dalam kerangka pikir yang telah disusun, kepuasan dan kepercayaan nasabah merupakan variabel independen (X1 dan X2) yang memengaruhi variabel dependen, yaitu retensi nasabah (Y). Penelitian ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi signifikan terhadap keputusan nasabah untuk tetap menggunakan produk tabungan emas. Indikator-indikator kepuasan, seperti keandalan dan empati, berfungsi sebagai faktor penguat dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Ketika nasabah merasa puas, mereka lebih cenderung untuk mempertahankan hubungan dengan perusahaan. Kepercayaan yang dibangun melalui transparansi dan integritas juga merupakan kunci untuk meningkatkan retensi. Nasabah yang percaya bahwa perusahaan akan memenuhi janji dan memberikan layanan berkualitas, akan lebih loyal dan tidak ragu untuk terus berinvestasi dalam produk yang ditawarkan.

Novelty Penelitian

Novelty atau kebaruan dari penelitian ini terletak pada beberapa aspek penting. Pertama, penelitian ini fokus pada produk tabungan emas PT. Pegadaian, yang merupakan inovasi dalam layanan keuangan. Dengan meneliti produk ini, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana kepuasan dan kepercayaan nasabah mempengaruhi retensi dalam konteks investasi yang spesifik. Kedua, penelitian ini menggabungkan dua variabel penting, yaitu kepuasan dan kepercayaan nasabah, untuk mengeksplorasi pengaruhnya terhadap retensi nasabah. Meskipun kedua variabel ini sering diteliti secara terpisah, penelitian ini mengkaji interaksi antara keduanya dan dampaknya, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan ini. Selanjutnya, konteks penelitian ini berbeda dari banyak studi sebelumnya yang lebih fokus pada UMKM atau sektor lain. Dengan memilih PT. Pegadaian sebagai objek studi, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam literatur yang ada tentang retensi nasabah di industri keuangan, khususnya dalam konteks perusahaan milik negara di Indonesia. Selain itu, penelitian ini mengimplementasikan teori pertukaran sosial sebagai kerangka teoritis untuk memahami kepuasan dan kepercayaan nasabah. Hal ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dalam pengembangan manajemen sumber daya manusia dan pengelolaan hubungan pelanggan. Terakhir, hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis yang jelas. Temuan ini tidak hanya memperkaya pengetahuan akademis, tetapi juga memberikan rekomendasi konkret bagi PT. Pegadaian untuk meningkatkan strategi pelayanan dan membangun kepercayaan nasabah. Dengan demikian, novelty penelitian ini terletak pada pendekatan komprehensif dan kontekstualnya, serta relevansinya dalam pengembangan strategi retensi nasabah di sektor jasa keuangan.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap retensi nasabah. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Hal ini berarti, semakin tinggi kepuasan nasabah, terutama dalam aspek kualitas layanan seperti keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangible), maka semakin besar kemungkinan nasabah Tabungan Emas untuk terus menggunakan produk atau layanan dalam jangka panjang di PT Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto. Kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Hal ini berarti, bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, terutama dalam hal kehandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas, maka nasabah Tabungan Emas akan merasa lebih aman dan nyaman dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan PT Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

SARAN

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melibatkan lebih banyak sampel dari berbagai daerah untuk hasil yang lebih representatif, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi maupun acuan untuk penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Putra, B., & Toto Raharjo, S. (2022). VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11.
- Chasanah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8), 4022–4043.
- Diniyah, K., & Hendrayanti, S. (2023). Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Retensi Pelanggan Di Atmo Second Susukan. *E-Prosiding ...*, 11, 115–125.
- Hulu, R. D. L., & Nurbaiti. (2023). Analisis Produk Terbaru Pegadaian , Tabungan Emas Sebagai Investasi Masa Depan. *Jurnal Minfo Polgan*, 12, 2017–2024.
- Martha, L., & Anugrah, D. P. (2023). 197-Article Text-427-1-10-20230207. 3, 423–441.
- Putri P., P. S., & Supriadi, Y. (2022). Penerapan Sistem Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Pagelaran. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 29–34. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1378>
- Sari, A. D. R., Sari, L. P., & Fandiyanto, R. (2023). PENGARUH SERVICE QUALITY DAN KEPERCAYAAN TERHADAP CUSTOMER RETENTION DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada MS Glow Cabang Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1611. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3571>
- Waluyo, L. S., & Revianti, I. (2019). Pertukaran Sosial dalam Online Dating (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tinder di Indonesia). *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer*, 15(1), 21. <https://doi.org/10.52958/iftk.v15i1.1122>