

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. BERKAT GADAI BERSATU CABANG WARUNG DOWO KABUPATEN PASURUAN

Marcellaanatasya¹, Yufenty Oktafiah², Eni Erwantiningsih³

Universitas Merdeka Pasuruan

marcellaanatasya1@gmail.com¹, oktavianty@gmail.com², enierwanti232@gmail.com³

Abstrak

Permasalahan pada PT. Berkat Gadai Bersatu yaitu terkadang pelayanan yang diberikan terlebih pada saat akan menebus barang cukup lama dan memakan waktu serta masih ada beberapa nasabah yang memiliki kekhawatiran terhadap barang yang akan mereka gadaikan tersebut ataupun resiko apa yang dapat terjadi saat mereka menggadaikan barang mereka sebagai jaminan disana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening. Populasi yang digunakan yaitu para nasabah yang pernah menggadaikan barangnya pada PT. Berkat Gadai Yapusa. Penelitian ini menggunakan sampel *probability* dengan penarikan *random sampling* sebanyak 50 responden. Analisis yang digunakan yaitu uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi dan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas pelayanan dan persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan variabel kepercayaan sebagai variabel mediasi, 2) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan pada PT. Berkat Gadai Bersatu, berarti pelanggan yang merasa kualitas pelayanan baik tanpa melalui kepercayaan sudah menunjukkan keputusan nasabah. 3) Persepsi resiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan pada PT. Berkat Gadai Bersatu, artinya semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat keputusan nasabah. 4) Kualitas pelayanan dan persepsi resiko secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan, 5) Kualitas pelayanan, persepsi resiko, kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

KataKunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Resiko, Keputusan Nasabah, Kepercayaan, PT. Berkat Gadai Bersatu

Article History

Received: Oktober 2024
Reviewed: Oktober 2024
Published: Oktober 2024

Plagiarism Checker No
223

DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed
under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman harga kebutuhan pokok semakin mahal, tidak sedikit masyarakat yang merasa kesusahan bahkan stress dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Jika semua usaha sudah mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya namun masih belum bisa dilakukan dengan maksimal maka peminjaman uang kepada suatu

lembaga tertentu, seperti misalnya pegadaian bisa menjadi salah satu solusi atau jalan keluar bagi masyarakat (Kasmir 2013:233).

Pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Negara Indonesia yang secara resmi memiliki izin dalam melaksanakan aktivitas lembaga keuangan yang berupa pembayaran dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai. PT. Berkat Gadai Bersatu sendiri merupakan jenis kelompok usaha yang diselenggarakan secara konvensional. PT Berkat Gadai Bersatu bukan pegadaian milik BUMN tetapi milik perseorangan yang meliputi: penyaluran uang pinjaman dengan jaminan berdasarkan hukum gadai, penyaluran uang pinjaman dengan jaminan berdasarkan fidusia, pelayanan jasa titipan barang berharga. Sesuai dengan motto pegadaian yakni, "Pegadaian mengatasi masalah tanpa masalah" maka kehadiran pegadaian dianggap menjadi salah satu keberuntungan dan jalan alternatif di kalangan masyarakat yang sedang membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka secara cepat, karena dengan pegadaian masyarakat dapat mendapatkan dana lebih cepat.

Nasabah yang menggadaikan barang mereka kedalam pegadaian tentunya mereka akan menerima pelayanan yang berupa jasa oleh pegadaian, pada tahap ini nasabah dapat menilai seperti apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegadaian ke mereka, apakah sudah cukup baik atau sebaliknya. Tidak hanya kualitas pelayanan dan kepercayaan yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan, ada satu hal lagi yang menjadi pertimbangan seseorang untuk berani mengambil keputusan dalam menggadaikan barang milik mereka disana yakni persepsi resiko. Resiko merupakan perkiraan subjektif konsumen dalam mengalami kerugian dan hasil yang tidak diinginkan.

Berdasarkan informasi yang peneliti peroleh dari beberapa nasabah mengatakan bahwa pelayanan pada pegadaian sudah cukup baik, mereka mengatakan bahwa pemilik pegadaian ramah dan baik, akan tetapi beberapa nasabah mengatakan terkadang pelayanan yang diberikan terlebih pada saat akan menebus barang cukup lama dan memakan waktu sehingga membuat beberapa nasabah menjadi cukup kesal. Nasabah pada PT. Berkat Gadai Bersatu cabang Warung Dowo diketahui sudah mempercayai pegadaian tersebut selama beberapa tahun belakangan, kendati demikian masih ada saja orang-orang yang masih ragu untuk menggadaikan barang mereka dalam pegadaian karena ketakutan- ketakutan yang ada dalam benak diri mereka mengingat PT. Berkat Gadai Bersatu bukanlah milik BUMN. Tidak semua nasabah dapat mempercayai barang mereka akan aman dalam pegadaian, tentunya masih ada beberapa nasabah yang memiliki kekhawatiran terhadap barang yang akan mereka gadaikan tersebut ataupun resiko-resiko apa yang dapat terjadi saat mereka menggadaikan barang mereka sebagai jaminan disana.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dalam sebuah penelitian dengan judul **"Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Pada PT. Berkat Gadai Bersatu Cabang Warung Dowo, Kabupaten Pasuruan"**.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini mencakup pengaruh kualitas pelayanan, persepsi resiko, sebagai variabel independen, keputusan nasabah sebagai variabel dependen dan kepercayaan sebagai variabel intervening. Lokasi penelitian ini bertempat di PT. Berkat Gadai Bersatu Jalan Raya Warung Dowo Timur, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Pada penelitian ini populasi yakni para nasabah yang pernah menggadaikan barangnya pada PT. Berkat Gadai Bersatu sebanyak 50 responden, dengan menggunakan teknik penarikan sampel yaitu *random sampling*. Analisis yang digunakan yaitu uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi dan analisis jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana responden memahami pertanyaan yang diajukan peneliti. Jika hasilnya tidak valid, ada kemungkinan responden tidak memahami pertanyaan yang diajukan. Pengujian dilakukan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS for windows dengan melihat corrected item total correlation dengan ketentuan: Nilai r hitung $> r$ tabel maka item-item indikator valid. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa dari pernyataan yang diajukan kepada responden, diperoleh hasil semua pernyataan dinyatakan valid, sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian tahap selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah diukur sebagai tingkat kekonsistenan jawaban responden, Ini ditunjukkan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien, di mana semakin tinggi koefisien, maka semakin reliabilitas atau konsistensi jawaban responden. Suatu variabel akan dikatakan reliabel jika memberikan nilai $(\alpha) > 0,60$. Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai cronbach's alpha $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel dari kuisioner dapat dikatakan reliabel yang berarti bahwa kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisioner yang reliabel atau handal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu normal. Distribusi data dapat dikatakan normal jika nilai sig. $> 0,05$. Hasil uji normalitas subsutruktur pertama (X_1 dan X_2 terhadap Z) menunjukkan nilai sig. $0,165 > 0,05$ maka dikatakan normal yang artinya model regresi variabel kualitas pelayanan (X_1), persepsi resiko (X_2), dan kepercayaan (Z) mempunyai data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas subsutruktur kedua (X_1 , X_2 , Z terhadap Y) menunjukkan nilai sig. $0,200 > 0,05$ maka dikatakan normal yang artinya model regresi variabel kualitas pelayanan (X_1), persepsi resiko (X_2), kepercayaan (Z) dan keputusan nasabah (Y) mempunyai data berdistribusi normal.

Uji Multilinearitas

Uji multikolinearitas adalah jenis uji asumsi kedua. Ini digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi tinggi antara variabel independen dengan model regresi linier ganda atau apakah ada korelasi tinggi antara variabel independen dan variabel dependen yang terganggu. Untuk mengetahui adanya multikoleniaritas dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau Tolerance Value. Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan nilai toleransi tidak kurang dari $0,1$, maka model dikatakan bebas multikoleniaritas. Hasil uji multikoleniaritas subsutruktur pertama (X_1 dan X_2 terhadap Z) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan persepsi resiko (X_2) memperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu $1,394 < 10$ dan nilai *Tolerance* yaitu $0,717 > 0,1$ artinya persamaan substruktur pertama tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji multikoleniaritas subsutruktur kedua (X_1 , X_2 , Z terhadap Y) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), persepsi resiko (X_2) dan kepercayaan (Z) memperoleh nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel X_1 yaitu $1,720 < 10$, nilai VIF variabel X_2 yaitu $1,428 < 10$, dan nilai VIF variabel Z yaitu $1,470 < 10$ dan nilai Tolerance variabel X_1 yaitu $0,581 > 0,1$, nilai Tolerance variabel X_2 yaitu $0,700 > 0,1$, dan nilai Tolerance variabel Z yaitu $0,680 > 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa persamaan substruktur kedua tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Hetroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Cara mendeteksinya dengan melihat grafik perhitungan antara nilai prediksi

variabel tingkat (ZPRED) dengan residual (SRESID). Hasil uji heteroskedastisitas subsruktur pertama (X_1 dan X_2 terhadap Z) dan substruktur kedua (X_1, X_2, Z terhadap Y) ZPRED dan SRESID menunjukkan bahwa titik-titik secara acak dan tidak membentuk pola tertentu dengan jelas serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dan layak untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan (X_1), persepsi resiko (X_2), kepercayaan (Z) terhadap keputusan nasabah (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda

1. Hasil Uji Regresi Linear Variabel X_1 dan X_2 terhadap Z

Analisis regresi substruktur pertama menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan persepsi resiko (X_2) terhadap kepercayaan (Z) Hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Z = 11,388 + 0,358 X_1 + 0,208 X_2$$

- 1) Kedua variabel independen menunjukkan arah yang positif terhadap variabel intervening.
 - 2) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) = 0,358, menunjukkan jika X_1 mengalami kenaikan 1% maka Z akan naik sebesar 0,358 atau 35,8%.
 - 3) Nilai koefisien persepsi resiko (β_2) = 0,208, menunjukkan jika X_2 mengalami kenaikan 1% maka Z akan naik sebesar 0,208 atau 20,8%.
- #### 2. Hasil Uji Regresi Linear Variabel X_1, X_2, Z terhadap Y

Analisis regresi substruktur kedua menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1), persepsi resiko (X_2) dan kepercayaan (Z) terhadap keputusan nasabah (Y) secara parsial sebagai berikut:

$$Y = 19.655 + 0,177 X_1 + 0,396 X_2 + 0,231 Z$$

- 1) Kedua variabel independen menunjukkan arah yang positif terhadap variabel intervening.
- 2) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,177, menunjukkan jika X_1 mengalami kenaikan 1% maka Y akan naik sebesar 0,177 atau 17,7%.
- 3) Nilai koefisien regresi persepsi resiko sebesar 0,396, menunjukkan jika X_2 mengalami kenaikan 1% maka Y akan naik sebesar 0,396 atau 39,6%.
- 4) Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,231, menunjukkan jika Z mengalami kenaikan 1% maka Y akan naik sebesar 0,231 atau 23,1%.

Pengujian Hipotesis Uji F (Simultan)

hasil uji simultan (Uji F) substruktur pertama (X_1 dan X_2 terhadap Z) menunjukkan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan persepsi resiko secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi dan melalui perhitungan dengan menggunakan taraf kesalahan 5% dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel, artinya hipotesis diterima atau kualitas pelayanan (X_1) dan persepsi resiko (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan (Z). hasil uji simultan (Uji F) substruktur kedua (X_1, X_2, Z terhadap Y) menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan persepsi resiko dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi dan melalui perhitungan dengan menggunakan taraf kesalahan 5% dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel, artinya kualitas pelayanan (X_1), persepsi resiko (X_2) dan kepercayaan (Z) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y).

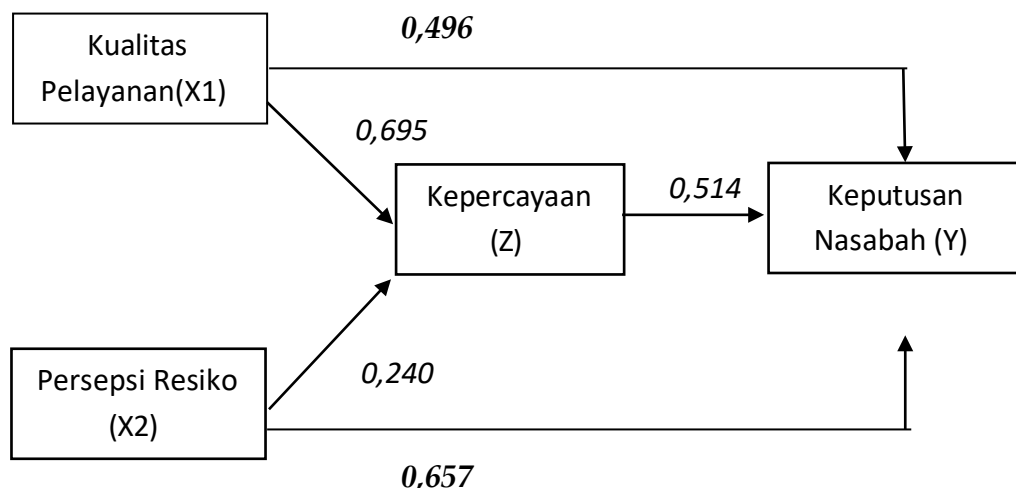
Uji T (Parsial)

Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan masing-masing variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_1) yaitu $0,000 < 0,05$, artinya variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Nilai signifikansi variabel persepsi resiko (X_2) yaitu $0,000 < 0,05$, artinya variabel persepsi resiko (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Nilai signifikansi variabel kepercayaan (Z) yaitu $0,000 < 0,05$, artinya variabel kepercayaan (Z) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) subsruktur pertama (X_1 dan X_2 terhadap Z) sebesar 0,707, artinya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan persepsi resiko (X_2) terhadap kepercayaan (Z) adalah sebesar 70,7% sisanya merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) subsruktur kedua (X_1 , X_2 , Z terhadap Y) sebesar 0,581, artinya kontribusi pengaruh X_1 , X_2 dan Z terhadap Y adalah sebesar 58,1% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Jalur (Path Analysis)



a. Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung merupakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tanpa adanya moderator oleh variabel lain. Berikut adalah analisis pada pengaruh langsung:

1) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan

$$X_1 \rightarrow Z = 0,695$$

2) Pengaruh variabel persepsi resiko terhadap Z

$$X_2 \rightarrow Z = 0,240$$

3) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah

$$X_1 \rightarrow Y = 0,496$$

4) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah

$$X_2 \rightarrow Y = 0,657$$

5) Pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan nasabah

$$Z \rightarrow Y = 0,514$$

b. Pengaruh Tidak Langsung

1) Pengaruh variabel kualitas pelayanan dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan

$$X1 + X2 \rightarrow Z \rightarrow Y = ((0,695 + 0,240) \times 0,514) = 0,480$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung X1 terhadap Y sebesar 0,496 dan nilai pengaruh langsung X2 terhadap Y sebesar 0,657, pengaruh tidak langsung sebesar 0,480 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y melalui Z.

- 2) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,695 \times 0,514) = 0,357$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,496 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,357 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y melalui Z.

- 3) Pengaruh variabel persepsi resiko terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan

$$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,240 \times 0,514) = 0,123$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,657 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,123 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa X₂ tidak berpengaruh signifikan terhadap Y melalui Z.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur diketahui bahwa nilai pengaruh langsung X1 terhadap Y sebesar 0,496 dan nilai pengaruh langsung X2 terhadap Y sebesar 0,657, pengaruh tidak langsung sebesar 0,480 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak memediasi kualitas pelayanan dan persepsi resiko terhadap keputusan nasabah atau hipotesis ditolak.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi resiko dapat berpengaruh langsung terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan nasabah dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan dan pengaruh persepsi resiko terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,496 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,357 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung.

Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan menunjukkan hasil yang signifikan, juga terhadap keputusan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan. Namun, jika berdasarkan hasil analisis ternyata pengaruh langsung jauh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan akan langsung mempengaruhi keputusan nasabah PT. Berkat Gadai Bersatu tanpa harus terlebih dahulu mempengaruhi kepercayaan nasabah tersebut, artinya hipotesis ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Efendy (2021) dengan judul pengaruh rekrutmen terhadap kepuasan kerja yang menyatakan rekrutmen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

3. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,657 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,123 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung.

Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa pengaruh persepsi resiko terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan. Pengaruh persepsi resiko terhadap kepercayaan menunjukkan hasil yang signifikan, juga terhadap keputusan nasabah memiliki pengaruh yang signifikan. Namun, jika berdasarkan hasil analisis ternyata pengaruh langsung jauh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi resiko akan langsung mempengaruhi keputusan nasabah PT. Berkat Gadai Bersatu tanpa harus terlebih dahulu mempengaruhi kepercayaan nasabah tersebut, artinya hipotesis ditolak.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Resiko Secara Simultan Terhadap Kepercayaan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi resiko secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap Z .

Kualitas didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Tjiptono (2002:51). Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa dapat berguna dengan baik dan dapat dikerjakan dengan baik memiliki mutu yang bernilai harganya. Pelayanan yang baik juga mendukung kualitas atau mutu dari perusahaan itu sendiri, sehingga baiknya pelayanan berdampak pada tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah. Perusahaan diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya sehingga bisa berdampak kepada kepercayaan nasabah.

Menurut Fadhli dan Fachruddin (2016), risiko merupakan suatu yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan dengan hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atau situasi. Persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya. Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan para nasabah dalam melakukan aktivitas pergadaian.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Resiko, Kepercayaan Secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada nasabah PT. Berkat Gadai Bersatu. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_5 diterima atau variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah. Faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu dari beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah memutuskan untuk melakukan aktivitas pergadaian di PT. Berkat Gadai Bersatu. Menurut M.Syafe'i Antonio (Rafidah, 2014), memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat strategis dalam memenangkan persaingan, mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Semakin baik pelayanan, semakin banyak pula nasabah yang melakukan aktivitas pergadaian di PT. Berkat Gadai Bersatu.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada nasabah PT. Berkat Gadai Bersatu. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_5 diterima atau variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah. Faktor diperhatikan oleh konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan melakukan transaksi pegadaian adalah faktor risiko. Persepsi risiko adalah penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian dan seberapa khawatirnya seseorang dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan oleh kejadian tersebut (Sari, Fermayani, dan Harahap, 2020).

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada nasabah PT. Berkat Gadai Bersatu. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_5 diterima atau variabel kepercayaan

berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah. Kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan lembaga keuangan. Hal ini diperkuat dari total nilai rata-rata variabel kepercayaan dengan kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa jika nasabah telah memiliki rasa percaya yang kuat terhadap pegadaian maka nasabah tidak segan atau takut untuk menggadaikan barang milik mereka pada pegadaian. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan kepercayaan adalah aspek kunci dalam hubungan antara nasabah dan pegadaian. Hal ini mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan dan produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut. Membangun kepercayaan membutuhkan waktu dan konsistensi dalam perilaku dan komunikasi, serta perhatian terhadap kebutuhan dan keamanan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan dan persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan variabel kepercayaan sebagai variabel mediasi. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengujian koefisien jalur bahwa nilai pengaruh langsung X_1 sebesar 0,496 dan nilai pengaruh langsung X_2 sebesar 0,657, pengaruh tidak langsung sebesar 0,480 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung.
- 2) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan pada PT. Berkat Gadai Bersatu. Dimana nilai pengaruh langsung sebesar 0,496 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,357 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Berarti pelanggan yang merasa kualitas pelayanan baik tanpa melalui kepercayaan sudah menunjukkan keputusan nasabah. Sehingga kepercayaan tidak menjadi variabel intervening.
- 3) Persepsi resiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan pada PT. Berkat Gadai Bersatu. Dimana nilai pengaruh langsung sebesar 0,657 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,123 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Artinya semakin kecil persepsi risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat keputusan nasabah. Sehingga kepercayaan tidak menjadi variabel intervening.
- 4) Kualitas pelayanan dan persepsi resiko secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan, hal ini berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi resiko secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap Z.
- 5) Kualitas pelayanan, persepsi resiko, kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini berdasarkan hasil analisis data yang menunjukkan masing-masing variabel kualitas pelayanan, persepsi resiko, dan kepercayaan memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$.

REFERENSI

- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh Persepsi Nasabah atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umumdi Kota Banda Aceh). Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, J(2), 264-276
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran, Ed. 2. Cet. 5. Yogyakarta: Andi Offset Husnan, H. d. (2002). MANAJEMEN PERSONALIA . edisi 1 , bpfe.

Sari, G. I., fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Aanalisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas produk, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (studi kasus pada mahasiswa di Kota Padang). *VI(2)*, 1-11