

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

SKRIPSI



**ROSDIANA DEWI
NIM:105721109521**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

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

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

ROSDIANA DEWI
NIM:105721109521

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis***

Universitas Muhammadiyah Masakassar

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S AL-Baqarah:286)

“Keberhasilan tidak terletak pada keberuntungan, melainkan pada persiapan yang tekun”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'amin

Skripsi ini kupersembahkan untuk orang yang sangat kucintai dan kusayangi yaitu kedua orang tuaku, Ayahanda Abdul Rahman yang sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis dan Ibunda (Almh) Sri Kartika Sari yang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh pendidikan serta saudara saudaraku yang turut memberikan bantuan dan dukungan hingga skripsi ini terselesaikan.

PESAN DAN KESAN

Kesan: Tidak mudah berkecil hati melihat coretan di draft skripsinya karena coretan itu awal dari penyelesaian.

Pesan: Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan menjadi motivasi bagi rekan-rekan untuk terus berusaha dan tidak menyerah dalam mencapai tujuan.





**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra L1.7 Telp.(0411)8669712 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto

Nama Mahasiswa : Rusdiana Dewi

No. Stambuk/NIM : 105721109521

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia pengujiskripsi strata satu (S1) pada tanggal 27 Februari 2025 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar 21 Maret 2025

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Dg. Maklassa S.Pd., M.M
NIDN: 0015036214

Nasrullah, S.E., M.M
NIDN: 0914049104

Mengetahui



Dr.H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM :651 507

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.E., M.M
NBM:1151 132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung Iqra Lt.7 Telp.(0411)8669712 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Rosdiana Dewi, Nim :105721109521 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor:0005/SK-Y/61201/091004/2025 M, Tanggal 23 Sya'ban 1446 H/ 27 Februari 2025 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 21 Ramadhan 1446 H
21 Maret 2025

PANITIA UJIAN

1. Pengawas ujian : Dr.Ir.H. Abd.Rakhim Nanda, S.T., M.T., I.P.U.
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, SE, M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE, M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
2. Nasrullah, S.E., M.M
3. Dr. Muchriady Muchran, S.Kom., M.M
4. Dr. Syahidah Rahmah, S.E., Sy., M.E.I

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr.H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM :651 507



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Telp. (0411)8669712 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rosdiana Dewi
Stambuk : 105721109521
Program studi : Manajemen
Judul skripsi : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi Yang Saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 21 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
259AM0C200240175

Rosdiana Dewi

NIM :105721109521

Diketahui Oleh:

Dekan

Dr.H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM :651 507

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.E.,M.M
NBM:1151 132

PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosdiana Dewi
NIM : 105721109521
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jenepono"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 21 Maret 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Rosdiana Dewi

NIM : 105721109521

ABSTRAK

ROSDIANA DEWI. 2025. *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Dg. Maklassa Dan Nasrullah.

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 disebarluaskan 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

ROSDIANA DEWI. 2025. *The Influence of Customer Satisfaction and Trust on Customer Retention of Gold Savings of PT. Pegadaian, Jeneponto Regency Branch*. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Main Supervisor Dg. Maklassa and Co-Supervisor Nasrullah.

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.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad. SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto".

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis ayah Abdul Rahman dan (Almh) Ibu Sri Kartika Sari yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudaraku saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, MT, IPU. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Dg. Maklassa, S.Pd., M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2021 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

9. Semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.
10. Sahabat penulis dibangku perkuliahan yang selalu kebersamai dan saling merangkul dalam 3,5 tahun ini yaitu Nurul, Nava, Citra, Nadia, Wulan, Selmi dan Rahmi yang tak pernah henti saling menyemangati. Terimakasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama berada di perantauan ini.
11. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Sahrul Gunawan. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
12. Terakhir, Kepada wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis karya tulis ini yaitu saya sendiri, Rosdiana Dewi. Seseorang anak bungsu yang berumur 21 tahun yang keras kepala tetapi terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terimakasih untuk segala perjuangan, kesabaran, dan ketekunan yang telah di lalui dalam setiap langkah yang penuh tantangan ini. Kamu hebat, saya bangga kamu bisa menyelesaikan perjalanan panjang ini, meskipun tak jarang air mata dan kegelisahan datang menghampiri, yang terus maju meskipun jalan terasa berat. Terimakasih ya sudah hadir di dunia dan sudah bertahan sejauh ini melewati banyak

rintangan dan tantangan yang alam semesta berikan. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Dewi. Rayakan lah selalu kehadiranmu jadilah bersinar dimanapun kamu memijakkan kaki.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar. Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Makassar, 22 Februari 2025

Rosdiana Dewi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERSEMBAHAN.....	iii
PESAN DAN KESAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori	8
1. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	8
2. Kepuasan Nasabah.....	12
3. Kepercayaan Nasabah.....	18
4. Retensi Nasabah	22
B. Tinjauan Empiris/Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Populasi dan Sampel.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	38

G.	Metode Analisis Data	40
H.	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B.	Hasil Penelitian	50
C.	Pembahasan	68
BAB V PENUTUP		75
A.	Kesimpulan	75
B.	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		82



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian	40
Tabel 3. 2 Skor Bobot Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Usia Responden	51
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden	52
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	53
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X1)	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah (X2)	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Retensi Nasabah (Y)	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Pegadaian Cabang Jeneponto	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	88
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	90
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	93
Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik	94
Lampiran 5 Jumlah Nasabah 3 Bulan Terakhir	103
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian	104
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian	106
Lampiran 8 Hasil Turnitin	109



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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. and Supriadi 2022). Salah satu inovasi yang menarik perhatian publik adalah produk Tabungan Emas yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto. 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 and 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. (A. D. R. Sari, Sari, and Fandiyanto 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 and 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 Jeneponto 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 yang telah dilakukan, keluhan mengenai keterlambatan proses transaksi seperti pembelian, penjualan, dan pencetakan emas, kurangnya sosialisasi atau edukasi dari Pegadaian kepada nasabah mengenai cara kerja tabungan emas adalah masalah nyata yang dihadapi oleh nasabah.

Dalam hal ini, penting untuk memahami sejauh mana kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto 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 and Toto Raharjo 2022).

Pemilihan PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto 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 Jeneponto kepada nasabahnya. Adapun alasan lain yaitu unsur keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dilihat dari segi tenaga, dana, maupun segi efesiensi 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 Thibaut dan Kelley (1959), sosiolog Homans (1961), dan 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 and 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”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap retensi nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto?
2. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap retensi nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap retensi nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap retensi nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memperkaya pemahaman teoritis tentang bagaimana manajemen SDM yang efektif dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, yang pada gilirannya memengaruhi retensi nasabah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh PT Pegadaian untuk meningkatkan manajemen SDM di Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Selain itu, penelitian ini juga memberikan dasar bagi pengembangan strategi retensi nasabah yang lebih efektif, khususnya untuk produk Tabungan Emas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen merupakan ilmu dan seni dalam mengatur sumber daya manusia serta sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Gulick (2019), manajemen dianggap sebagai ilmu karena berusaha secara sistematis memahami bagaimana dan mengapa orang bekerja sama, serta bagaimana sistem kerja sama ini dapat lebih bermanfaat bagi manusia.

Di sisi lain, Follet (2013) melihat manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Hal ini berarti, seorang manajer perlu melibatkan orang lain dalam melaksanakan tugas yang telah diatur untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh sebab itu, keterampilan seorang manajer harus terus ditingkatkan melalui pelatihan dan kajian. Karena dianggap sebagai seni, manajemen juga memerlukan pemahaman seni memimpin yang erat kaitannya dengan gaya kepemimpinan yang tepat untuk berbagai situasi.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, manajemen dapat disimpulkan sebagai kegiatan mengatur organisasi, baik yang melibatkan manusia maupun non-manusia, agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

1) Pengertian Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah individu-individu yang produktif dan berperan sebagai penggerak dalam sebuah organisasi, baik di institusi maupun perusahaan. Mereka dianggap sebagai aset yang penting, sehingga perlu dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Secara umum, sumber daya manusia dapat dibagi menjadi dua, yaitu SDM makro, yang mengacu pada jumlah penduduk usia produktif di suatu wilayah, dan SDM mikro, yang merujuk pada individu yang bekerja di sebuah institusi atau perusahaan. SDM sangat penting dan berperan besar dalam pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan.

Sumber daya manusia merupakan elemen utama organisasi dibandingkan dengan elemen sumber daya yang lain seperti modal, teknologi, karena manusia itu sendiri yang mengendalikan faktor yang lain.

- 2) Unsur-Unsur Manajemen SDM Tenaga kerja manusia pada dasarnya dibedakan atas tiga bagian, antara lain:
- a. Pengusaha, adalah seseorang yang menginvestasikan modalnya dengan harapan mendapatkan penghasilan, meskipun besarnya penghasilan tersebut bisa bervariasi tergantung pada laba yang diperoleh perusahaan.
 - b. Karyawan, adalah aset utama bagi perusahaan, karena tanpa peran mereka, operasional perusahaan tidak dapat berjalan. Karyawan berperan penting dalam menentukan rencana, sistem, proses, dan tujuan perusahaan. Karyawan dianggap sebagai penjual jasa (baik pikiran maupun tenaga) dan menerima imbalan sesuai kesepakatan.

c. Pemimpin, Pemimpin adalah orang yang menggunakan wewenangnya untuk mengarahkan dan bertanggung jawab atas pekerjaan orang lain agar mereka dapat mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan adalah cara seorang pemimpin mempengaruhi bawahannya agar bekerja sama dan melaksanakan tugas secara efektif sesuai instruksinya.

3) Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi manajemen sumber daya manusia meliputi:

- a. Perencanaan, adalah proses merancang kebutuhan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Perencanaan ini dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian.
- b. Pengorganisasian, adalah kegiatan mengatur karyawan dengan membagi tugas, menetapkan hubungan kerja, memberikan wewenang, serta mengintegrasikan dan mengoordinasikan peran mereka dalam struktur organisasi. Organisasi sendiri berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan.
- c. Pengarahan, adalah upaya membimbing karyawan agar bersedia bekerja sama serta bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.
- d. Pengendalian adalah proses memastikan karyawan mematuhi peraturan perusahaan dan bekerja sesuai rencana. Jika terjadi penyimpangan atau kesalahan, maka akan dilakukan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana.

- e. Pengadaan adalah proses merekrut, menyeleksi, menempatkan, serta memberikan orientasi dan induksi kepada karyawan agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- f. Pengembangan adalah proses meningkatkan keterampilan karyawan, baik dalam hal teknis, teori, pemahaman konsep, maupun moral, melalui pendidikan dan pelatihan.
- g. Kompensasi adalah pemberian upah, baik langsung maupun tidak langsung, berupa uang atau barang sebagai imbalan atas jasa yang diberikan karyawan kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak, di mana "adil" berarti sesuai dengan kinerja karyawan, sedangkan "layak" berarti mampu memenuhi kebutuhan dasar mereka, dengan memperhatikan upah minimum yang ditetapkan pemerintah serta konsistensi internal dan eksternal.
- h. Pengintegrasian adalah proses menyatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan agar tercipta kerja sama yang harmonis dan saling menguntungkan. Pengintegrasian mencakup:
- Motivasi kerja, yaitu dorongan kepada karyawan agar mereka bersemangat menjalankan tugasnya..
 - Kepuasan kerja, yaitu perasaan karyawan terhadap pekerjaannya..
 - Kepemimpinan, yaitu kemampuan mempengaruhi orang lain untuk mencapai tujuan bersama.
- i. Pemeliharaan adalah upaya menjaga atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan, agar mereka terus bekerja sama hingga pensiun. Pemeliharaan dilakukan melalui program kesejahteraan yang

disesuaikan dengan kebutuhan mayoritas karyawan serta berlandaskan konsistensi internal dan eksternal.

- j. Kedisiplinan adalah faktor penting dalam manajemen SDM yang menjadi kunci tercapainya tujuan. Disiplin adalah kesadaran dan kemauan untuk mematuhi aturan-aturan di tempat kerja dan norma-norma sosial.
- k. Pemberhentian adalah berakhirnya hubungan kerja seseorang dengan perusahaan. Hal ini bisa terjadi karena permintaan karyawan, keputusan perusahaan, berakhirnya kontrak, pensiun, atau alasan lainnya. Proses pemberhentian ini diatur oleh Undang-Undang No. 12 tahun 1964. (Islam and Sumatera 2022).

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah keadaan nasabah baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap pelayanan yang disediakan. Kepuasan nasabah juga merupakan salah satu indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya. Kepuasan nasabah menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan nasabah.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan meningkatkan kualitas layanan, karena nasabah merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan dan kualitas layanan. (Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, 2022). Persoalan kualitas sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas pelayanan dengan standard yang sama.

Pada teori kepuasan konsumen Kotler dan Keller (2021) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Lovelock dan Wright (Mamuaya, Nova Ch. 2023) Kepuasan merupakan kondisi emosional yang muncul sebagai reaksi setelah pembelian, yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan, serta merupakan respons emosional jangka pendek terhadap kinerja suatu layanan.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai respons perilaku yang muncul ketika nasabah membandingkan hasil yang mereka rasakan dengan harapan mereka. Jika hasil yang diperoleh lebih rendah dari harapan, nasabah akan merasa kecewa atau tidak puas. Sebaliknya, jika layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, nasabah akan merasa puas. (Mamuaya, Nova Ch. 2023).

Kepuasan nasabah merupakan kunci pertama yang membuat nasabah menjadi loyal atau setia untuk tetap menggunakan jasa yang ditawarkan pihak perusahaan. kepuasan nasabah terletak pada bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang maksimal dan berbeda dengan pesaing dalam memberikan layanan (service) kepada nasabah sesuai dengan yang diharapkan.

1) Kepuasan Nasabah dalam Kualitas Pelayanan

Memberikan pelayanan yang berkualitas merupakan kunci untuk mendapatkan kepuasan nasabah. Pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan standar yang terus diperbarui agar selalu memenuhi kebutuhan nasabah. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan informasi yang tepat sesuai harapan konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan memenuhi ekspektasi mereka, mereka akan merasa puas, percaya, dan berkomitmen kepada perusahaan. Hal ini sejalan dengan temuan Warsito (Monica and Marlius 2023) yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh pada loyalitas mereka. Pelanggan yang merasa percaya dan terlibat cenderung ingin membeli ulang, membeli produk atau layanan lebih sering, dan lebih setia terhadap produk atau layanan tersebut. Hubungan ini memungkinkan perusahaan lebih memahami harapan dan kebutuhan nasabah, sehingga mereka dapat meningkatkan kepuasan dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi para nasabah.

Di tengah persaingan yang ketat, perusahaan di sektor layanan harus memprioritaskan kepuasan nasabah agar dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pasar. Nilai suatu produk atau layanan, yang terdiri dari kualitas dan pelayanan, menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan atau ketidakpuasan nasabah. Kualitas barang dan jasa yang sesuai dengan harapan nasabah sangat menentukan kepuasan mereka. Oleh karena itu, jaminan kualitas harus menjadi prioritas bagi setiap perusahaan sebagai ukuran keunggulan kompetitif.

Dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan sangat penting dari sudut pandang nasabah. Mereka menilai tidak hanya dari hasil akhir jasa, tetapi juga dari proses penyampaian. Untuk memuaskan nasabah, perlu diciptakan situasi yang saling menguntungkan atau "win-win," di mana baik perusahaan maupun nasabah merasa puas dan tidak ada yang dirugikan. Kepuasan nasabah sangat berharga untuk mempertahankan mereka, yang pada akhirnya membantu kelangsungan bisnis (Monica and Marlius 2023). Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

2) Indikator Kepuasan Nasabah dalam Kualitas Pelayanan

Adapun indikator Kepuasan nasabah dalam kualitas pelayanan menurut (Tjiptono 2019) yaitu:

- a. Keandalan (reliability), adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sesuai dengan janji, serta melaksanakan jasa tepat waktu seperti yang dijanjikan. Dimensi ini penting karena kepuasan nasabah akan menurun jika layanan tidak sesuai dengan harapan.
- b. Daya tanggap (Responsiveness), adalah kesediaan perusahaan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat. Ini menunjukkan kemampuan karyawan dalam merespons kebutuhan nasabah dengan sigap.

- c. Jaminan (assurance), adalah pengetahuan dan sikap karyawan yang dapat membangun rasa percaya dan keyakinan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan.
- d. Empati (emphaty), adalah kemampuan perusahaan, melalui karyawan, untuk memberikan perhatian secara personal kepada nasabah, serta memahami dan peka terhadap kebutuhan mereka.
- e. Bukti fisik (tangible), adalah segala bentuk bukti nyata yang menunjukkan kepedulian penyedia jasa terhadap nasabah, seperti fasilitas, penampilan karyawan, atau peralatan yang digunakan.

Prinsip pelayanan menekankan bahwa setiap nasabah harus menerima layanan yang baik dari karyawan. Karyawan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga layanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan. Untuk memberikan pelayanan terbaik, ada beberapa prinsip dasar yang perlu dipahami, antara lain:

- 1) Berpakaian rapi dan sopan.
- 2) Yakin dan mudah didekati sambil menyeringai.
- 3) Jika Anda tahu namanya, coba sebutkan dengan sopan.
- 4) Tetap tenang, sopan, hormat dan memperhatikan setiap interaksi.
- 5) Gunakan ungkapan dengan tepat dan benar.
- 6) Bertanggung jawab dari awal sampai akhir.

Setiap bisnis berusaha untuk menjadi yang terbaik oleh pelanggannya. Intinya, pelanggan ingin menerima layanan terbaik dan layanan yang baik harus diakui oleh bisnis untuk sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan. Berikut ini adalah contoh pelayanan yang baik:

1) Kemudahan akses terhadap sarana dan prasarana

Pelanggan mengharapkan layanan yang berkualitas, sehingga faktor utama yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan adalah ketersediaan infrastruktur dan fasilitas yang memadai.

2) Ketersediaan tenaga kerja yang kompeten

Petugas yang melayani pelanggan bertanggung jawab atas kenyamanan mereka. Selain memiliki respons yang cepat, keterampilan komunikasi yang baik, serta sikap ramah dan cerdas, petugas juga harus bersikap sopan, profesional, dan berpenampilan rapi.

3) Konsistensi dalam memberikan pelayanan

Setiap karyawan harus mampu memberikan layanan secara berkelanjutan dan bertanggung jawab dalam menjalankan tugas yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan.

4) Pelayanan yang cepat dan tepat

Petugas harus mengikuti prosedur pelayanan dalam melayani nasabah. Layanan harus diberikan sesuai dengan rencana, berjalan lancar, dan bebas dari kesalahan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal.

Kepuasan nasabah menjadi indikator utama dalam menilai kualitas suatu fasilitas serta sebagai ukuran mutu layanan yang diberikan (Yahyanti 2019). Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim 2021). Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, di mana pelayanan

yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya (R. Sari, Saleh, and Hasanah 2023). Nasabah yang merasa puas, memiliki kepercayaan dan komitmen terhadap suatu barang atau jasa, maka mudah untuk membentuk niatnya dalam melakukan pembelian atau penggunaan layanan secara berulang. Kecenderungan tersebut akan membuat nasabah semakin loyal dan setia terhadap perusahaan. Pada akhirnya akan tercipta hubungan jangka panjang antara nasabah dengan perusahaan yang disertai kepercayaan dan loyalitas nasabah (Marcella, Haris, and Fawzia 2022).

3. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabah, serta mempengaruhi keputusan nasabah untuk mempertahankan kesetiaan mereka terhadap layanan perusahaan atau beralih ke perusahaan pesaing. Tingkat kepercayaan yang tinggi menciptakan rasa keyakinan dan kenyamanan bagi nasabah. Nasabah yang percaya pada integritas, kehandalan, dan kompetensi perusahaan atau merek 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 (Diniyah and Hendrayanti 2023).

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah proses yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang relevan, memerlukan waktu agar terbentuk, berlangsung secara bertahap dan terakumulasi. Dalam dunia industri keuangan, kepercayaan nasabah merupakan hal yang sangat

penting karena hal ini dapat meningkatkan hubungan antara nasabah dengan perusahaan. Kepercayaan nasabah merupakan pondasi dari bisnis, membentuk kepercayaan nasabah sehingga nasabah merasa aman untuk bertransaksi dengan perusahaan, merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan nasabah (Utama and Murti 2021).

Menurut Mowen dan Minor (2002) kepercayaan adalah semua pengetahuan dan kesimpulan yang dimiliki konsumen tentang suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Kepercayaan berkaitan dengan pikiran psikologis yang membuat seseorang menerima sesuatu apa adanya, berdasarkan harapan bahwa orang lain akan berperilaku baik. Sementara itu, Maharani & Darmastuti (2010) menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan satu pihak terhadap keandalan, ketahanan, dan integritas pihak lain dalam suatu hubungan, serta keyakinan bahwa tindakan pihak tersebut akan menguntungkan dan menghasilkan hasil yang positif.

Dari definisi para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah harapan yang dipegang oleh individu atau kelompok ketika mereka percaya bahwa perkataan, janji, atau pernyataan dari orang lain akan dapat diwujudkan (Palandi, Mangantar, and Raintung 2022).

1) Faktor-Faktor Penting dalam Membangun Kepercayaan Nasabah

Griffin & Pustay (2010) berpendapat ada tiga faktor penting dalam membangun kepercayaan yaitu sebagai berikut:

- a. Seseorang yang menunjukkan rasa hormat terhadap apa yang dikatakan nasabah, maka akan dipercayai oleh nasabah.

- b. Jika perusahaan mendengar dan membantu penyelesaian masalah masalah nasabah, maka perusahaan akan mudah dipercayai oleh nasabah.
- c. Ketika nasabah terbuka terhadap perusahaan seperti memberi tahu apa keperluan dan kebutuhannya, maka semakin besar rasa kepercayaannya (Akuntansi and Syariah 2022).

2) Karakteristik Kepercayaan

Menurut Juni (2017) kepercayaan dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan adalah sebagai berikut:

a. Menjaga Hubungan

Nasabah yang percaya pada perusahaan akan selalu berusaha menjaga hubungan baik, karena ia tahu bahwa hubungan yang positif akan memberikan manfaat bagi dirinya.

b. Menerima Pengaruh

Pelanggan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi akan lebih mudah menerima pengaruh, sehingga biaya pemasaran perusahaan menjadi lebih rendah.

c. Terbuka dalam Komunikasi

Nasabah yang percaya pada perusahaan cenderung memberikan informasi yang berguna, sehingga komunikasi berjalan lancar tanpa hambatan.

d. Mengurangi Pengawasan

Nasabah yang percaya biasanya tidak sering mengkritik, sehingga mengurangi kebutuhan untuk mengawasi perusahaan atau pemasar secara ketat.

e. Kesabaran

Nasabah yang percaya biasanya lebih sabar dibandingkan dengan pelanggan lainnya.

f. Memberikan Pembelaan

Nasabah yang percaya akan membela perusahaan atau produk jika ada kritik dari pesaing atau pengguna lain.

g. Memberi Informasi yang Positif

Nasabah yang percaya akan selalu memberikan umpan balik yang positif dan membangun bagi perusahaan (Sulle 2022).

3) Indikator Kepercayaan Nasabah

Menurut Tandiono et al. (2020) terdapat empat indikator yang sering digunakan dalam variabel kepercayaan yaitu:

a. Kehandalan

Kehandalan adalah suatu konsistensi perusahaan dalam melakukan usahanya dari waktu ke waktu.

b. Kejujuran

Kejujuran merupakan sikap perusahaan dalam menawarkan produk atau jasa mereka apakah sesuai dengan informasi yang telah diberikan perusahaan atau tidak.

c. Kepedulian

Kepedulian merupakan sikap perusahaan yang selalu dapat melayani konsumennya dengan baik, dapat menerima keluhan-keluhan mereka serta dapat menjadikan konsumen sebagai prioritas.

d. Kredibilitas

Kredibilitas adalah suatu kualitas atau kekuatan dari perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen mereka (Sindiah and Rustam 2023).

4. Retensi Nasabah

Customer retention (retensi nasabah) adalah suatu konsep yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan (nasabah) yang didasarkan pada perilaku pembelian dan diukur dengan frekuensi pembelian suatu barang atau jasa tertentu oleh pelanggan (nasabah). Kesetiaan mengacu pada faktor sikap termasuk keyakinan, emosi, dan niat membeli. Nasabah yang puas dengan produk, pelayanan, atau kualitas dukungan yang mereka terima dari PT. Pegadaian pasti akan membuat mereka kembali menggunakan produk tersebut. Dalam studi yang dilakukan oleh Syaquirah yang mengidentifikasi beberapa aspek dari retensi pelanggan (nasabah), termasuk harapan untuk pembelian ulang, di mana pelanggan (nasabah) berharap untuk melakukan transaksi kembali; rekomendasi kepada orang lain, di mana pelanggan (nasabah) merekomendasikan produk yang sama kepada orang lain; dan kepuasan keseluruhan, di mana pelanggan (nasabah) merasa puas secara keseluruhan (Nopal, Sukmawati, and Joni 2024).

Retensi pelanggan merupakan bentuk loyalitas pelanggan yang dapat dinilai dengan penggunaan produk yang sering dengan jangka waktu yang panjang. Hawary et al., (2017) mendefinisikan retensi pelanggan sebagai strategi dan tindakan pemasaran keseluruhan yang ditujukan untuk mempertahankan pelanggan baru dan yang sudah ada dengan membangun, melestarikan, dan mengoptimalkan keuntungan jangka panjang bersama yang memperdalam dan memperluas dua hubungan bersama para pihak. Retensi pelanggan dikonseptualisasikan sebagai hubungan kontraktual antara pelanggan dan produk penyedia (Sinambela et al. 2022).

Berdasarkan pandangan para ahli, retensi nasabah dapat disimpulkan sebagai upaya strategis yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan harapan nasabah, serta pembinaan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Siahaya, Alfonso, and Aunalal 2023).

1) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Retensi Nasabah

- a. Kepuasan Nasabah: Kepuasan nasabah adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah terhadap produk atau layanan yang diterima. Kepuasan nasabah yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas dan retensi nasabah.
- b. Kepercayaan Nasabah: Kepercayaan adalah keyakinan nasabah bahwa perusahaan akan memberikan nilai dan manfaat yang konsisten serta menjaga integritas dan kualitas layanan. Kepercayaan

yang tinggi dapat meningkatkan kemungkinan nasabah untuk tetap bertahan dengan perusahaan.

c. Kualitas Layanan: Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dimensi kualitas layanan meliputi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik.

d. Nilai yang Dirasakan: Nilai yang dirasakan oleh nasabah mencerminkan perbandingan antara manfaat yang diterima dan pengorbanan yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau layanan tersebut. Jika nasabah merasa nilai yang diterima sebanding atau lebih tinggi dari pengorbanan, mereka cenderung untuk tetap bertahan.

2) Indikator-Indikator Retensi Nasabah

Indikator-indikator retensi nasabah menurut Alma et al. (2008) adalah sebagai berikut:

a. Trust atau kepercayaan, Kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah sebagai hasil dari perbandingan antara harapan mereka terhadap layanan atau produk dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kepuasan ini berperan penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dan perusahaan.

b. Satisfaction atau kepuasan, Kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah sebagai hasil dari perbandingan antara harapan mereka terhadap layanan atau produk dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kepuasan ini berperan

penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dan perusahaan.

- c. Pengalaman nasabah, Pengalaman nasabah merujuk pada keseluruhan interaksi yang dialami nasabah dengan suatu perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sepanjang perjalanan mereka sebagai konsumen.
- d. Tingkat keluhan dan penyelesaiannya, Tingkat keluhan adalah jumlah atau frekuensi masalah yang dilaporkan nasabah terkait layanan atau produk perusahaan. Penyelesaian keluhan mengacu pada efektivitas perusahaan dalam menangani, menanggapi, dan menyelesaikan keluhan tersebut dengan cara yang memuaskan dan adil, sehingga dapat mengembalikan kepercayaan nasabah.
- e. Commitment atau komitmen, Komitmen adalah tingkat dedikasi dan keterikatan emosional yang dimiliki oleh nasabah terhadap perusahaan. Komitmen ini dapat tercermin dari keinginan nasabah untuk terus menggunakan layanan atau produk perusahaan, meskipun ada alternatif lain, karena adanya hubungan yang kuat dan rasa loyalitas terhadap perusahaan. (Indihome 2022).

B. Tinjauan Empiris/Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa kajian yang bersinggungan dengan yang ingin peneliti lakukan. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka dalam tinjauan pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Diniyah and Hendrayanti 2023)	Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Retensi Pelanggan Di Atmo Second Susukan	Komitmen X1, Kepercayaan X2, Kepuasan X3, Retensi Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Berganda, menggunakan software SPSS versi 20.0	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel komitmen, kepercayaan, dan kepuasan terhadap variabel retensi.
2	(Martha and Anugrah 2023)	Pengaruh Kepuasan Pelanggan, <i>Switching Barrier</i> Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap <i>Costumer Retention</i> Di Azzwars Perfume Kota Padang	Kepuasan Pelanggan (X1), <i>Switching Barrier</i> (X2), Kepercayaan Pelanggan (X3), <i>Costumer Retention</i> (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda, menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Costumer Retention</i> , <i>Switching Barrier</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Costumer Retention</i> , dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Costumer Retention</i> .
3	(Werdaningrum and Ardiyanto 2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih dan	Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelanggan (X2), Hambatan	Analisis linier regresi berganda, menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan, hambatan beralih dan kepercayaan

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Kepercayaan Merek Terhadap Retensi Pelanggan Wardah Kosmetik di-Kabupaten Klaten	Beralih (X3), Kepercayaan Merek (X4), Retensi Pelanggan (Y)		merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan, karena memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel.
4	(Nanda, Evanita, and Septrizola 2019)	Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang	Kepuasan Pelanggan (X1), Hambatan Beralih (X2), Kepercayaan Pelanggan (Z), Retensi Pelanggan (Y)	Purposive sampling menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan, Hambatan Beralih berpengaruh positif terhadap Kepercayaan, Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Retensi, Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap retensi, Hambatan beralih berpengaruh positif signifikan terhadap retensi.
5	(Darmawan, Arifin, and Purwanto 2020)	Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyebera-	Persepsi Pelanggan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), Retensi Pelanggan (Y)	IBM SPSS Statistics 25	Dari hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan.

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		ngan Ujung - Kamal			Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap retensi pelanggan. Secara simultan, persepsi nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap retensi pelanggan.
6	(Mengwi 2022)	Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Customer Retention</i> Laundry Kiloan Abianbase Mengwi	Kepercayaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Pelanggan (X3), Customer Retention (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer retention</i> Pada Laundry kiloan abianbase Mengwi. Kualitas pelayanan Berpengaruh positif dan Signifikan terhadap <i>customer Retention</i> pada laundry kiloan Abianbase mengwi. Kepuasan pelanggan Berpengaruh positif dan Signifikan terhadap

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					<i>customer Retention</i> pada laundry kiloan Abianbase mengawi.
7	(Prabowo, Inda, and Rahma 2022)	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Customer Retention Nasabah PT. Asuransi Askrida Syariah Cabang Medan	Kepercayaan (X1), Kepuasan (X2), Retensi Nasabah (Y)	Analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22.00.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer retention, Variabel kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer retention nasabah
8	(A. D. R. Sari, Sari, and Fandiyanto 2023)	Pengaruh Service Quality Dan Kepercayaan Terhadap Customer Retention Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Ms Glow Cabang Situbondo	(X1) Service Quality, (X2) Kepercayaan, (Y1) Kepuasan Pelanggan, (Y2) Customer Retention	SMART PLS 3.0	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan; Kepercayaan

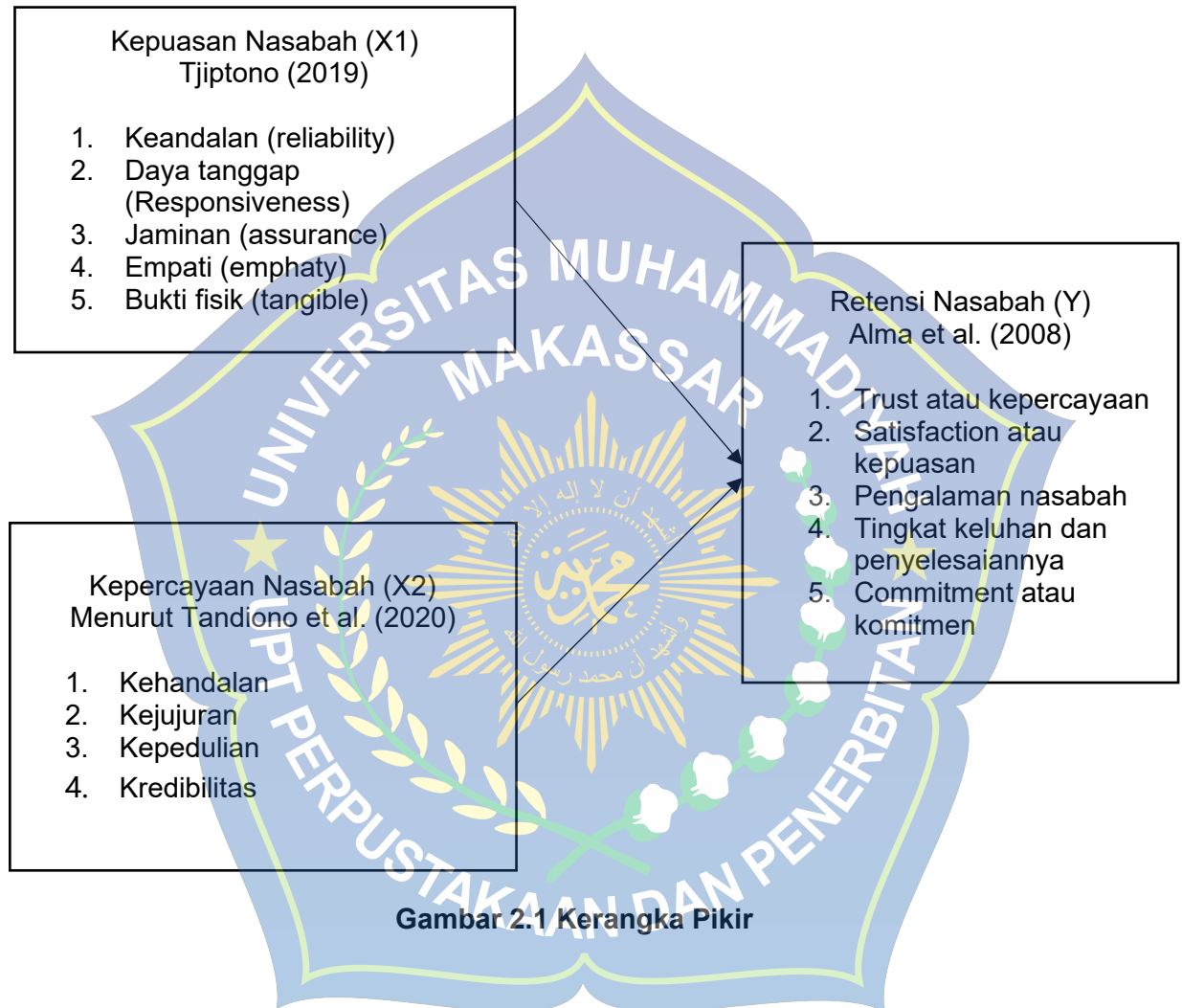
No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					tidak berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan; Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan; Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan melalui kepuasan pelanggan; Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
9	(Amanda Putra and Toto Raharjo 2022)	Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Customer relationship management (X1), Company reputation (X2), Customer satisfaction (Y1), Customer retention (Y2)	SPSS	Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Manajemen hubungan pelanggan, dan Reputasi Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan. Kemudian variabel Kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
					dan signifikan terhadap Retensi pelanggan.
10	(Siahaya, Alfonso, and Aunalal 2023)	Analisis Pengaruh Pelayanan Karyawan Yang Berorientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Empiris Pada Salon Kecantikan Di Kota Ambon)	Pelayanan Karyawan yang Berorientasi Pelanggan (X1), Kepuasan Pelanggan dan Retensi Pelanggan (Y2)	Analisis regresi berganda menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan pelayanan karyawan berorientasi pelanggan pada kedua variabel yaitu kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan secara statistik signifikan. Sedangkan kepuasan pelanggan pada retensi pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan secara statistik signifikan.

C. Kerangka Pikir

Karena judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto”, maka kepuasan dan kepercayaan akan disebut sebagai konsep variabel independen (X). Konsep variabel terikat (Y) disebut untuk menjelaskan Retensi Nasabah.

Kerangka pemikiran penelitian ini dapat diilustrasikan dalam suatu model, seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut;



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dibutuhkan suatu pengujian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus diuji kebenarannya. Hipotesis dapat dikatakan dugaan sementara mengenai variabel yang akan diuji. Karena sifatnya dugaan,

maka hipotesis seharusnya memiliki implikasi yang jelas terhadap pengaruh variabel yang diuji.

Sejalan dengan kerangka pemikiran di atas, dalam penelitian ini, penulis menarik hipotesis sebagai berikut

- Hipotesis 1 (H1): Kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.
- Hipotesis 2 (H2): Kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu menggambarkan dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian Kuantitatif Menurut Sugiyono (2010:8) Merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Hasan 2022). Dalam menguji hipotesis terdapat 3 variabel yang diuji yaitu variabel kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah, dan retensi nasabah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan penulis ini, lokasi dan waktu penelitian adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto yang beralamatkan di Jl. Pahlawan, Kel. Empoang, Kec. Binamu, Kab. Jeneponto, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada kemudahan peneliti dalam mengakses data yang diperlukan seperti data primer dan data sekunder.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian yaitu selama dua bulan, dimulai pada bulan November 2024 sampai dengan Desember 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data dalam bentuk numerik, atau data kuantitatif bernomor. Data kuantitatif untuk penelitian ini diberikan dalam bentuk kuesioner kepada nasabah yang ingin menjadi responden dan pengisian kuesioner dengan tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

2. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat dari hasil observasi dan wawancara secara langsung, data tersebut yaitu data kuesioner atau angket yang diberikan kepada nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data pendukung dalam suatu penelitian. Data sekunder didapat dari dokumen pendukung, artikel, catatan maupun laporan kegiatan, atau foto/dokumentasi dari sebuah kegiatan yang pernah dilakukan. Sehingga dapat menjadi bahan

tambahan dan pertimbangan dalam suatu penelitian (Wibowo 2021).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, Populasi yaitu jumlah seluruh objek atau individu yang mempunyai karakteristik tertentu serta jelas dan lengkap untuk diteliti (A. D. R. Sari, Sari, and Fandiyanto 2023). Target populasi dari penelitian ini adalah nasabah tabungan emas sejak 3 bulan terakhir yaitu 200 Nasabah. Penentuan populasi dalam jangka waktu tersebut dianggap cukup ideal dalam memberikan penilaian yang obyektif.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2008), sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan faktor keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi untuk diteliti. Adapun penelitian menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana (Ungusari 2015). Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persentase Kelonggaran Ketelitian Kesalahan Pengambilan

Sampel Yang Masih bisa ditolerir; $e = 0,1$.

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

- Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi jumlah besar
- Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi jumlah kecil

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah nasabah, Sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10%. Untuk mengetahui sampel penelitian, berikut perhitungannya:

a) Menentukan nilai N dan e

- $N = 200$
- $e = 0,1$

b) Menghitung hasil perhitungan didalam kurung:

$$\begin{aligned} N(e)^2 &= 200 \times (0,1)^2 \\ &= 200 \times 0,01 = 2 \\ &= 2 + 1 = 3 \end{aligned}$$

c) Memasukkan nilai tersebut ke dalam rumus:

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0,1)^2} = 67$$

Jumlah sampel yaitu 67.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling pada penelitian adalah dengan menggunakan Purposive Sampling, purposive sampling yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-

pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu (Santina, Hayati, and Oktariana 2021).

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Obsevasi, observasi dapat dilakukan peneliti di kantor Cabang PT Pegadaian saat nasabah berinteraksi dengan petugas layanan. Peneliti akan mencatat aspek-aspek seperti kesigapan layanan, keramahan petugas, serta reaksi nasabah terhadap berbagai layanan yang ditawarkan.
2. Kuesioner, Kuesioner yang digunakan akan terdiri dari pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup akan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat kepuasan (misalnya, sangat tidak puas hingga sangat puas) dan kepercayaan (misalnya, sangat tidak percaya hingga sangat percaya).
3. Dokumentasi, Mengumpulkan dan menganalisis dokumen internal PT Pegadaian seperti laporan tahunan/bulanan.

F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel mendefinisikan variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian dan dengan cara mengukur masing-masing variabel. Terdapat tiga variabel pada penelitian ini, yaitu: Pengaruh *Kepercayaan Nasabah* (X1) sebagai variabel independen atau variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain. Pengaruh *Kepercayaan*

Nasabah (X2) sebagai variabel independen atau variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain, serta *Rentensi Nasabah* (Y) sebagai variabel dependen atau variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan mengenai pengertian dari variabel yaitu: "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Peneliti menggunakan definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto

Variabel Penelitian	Konsep Variabel	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Nasabah (X1)	Kepuasan nasabah merupakan suatu kondisi emosional yang dialami oleh nasabah setelah mereka membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dimiliki.	1. Keandalan (reliability) 2. Daya tanggap (Responsiveness) 3. Jaminan (assurance) 4. Empati (emphaty) 5. Bukti fisik (tangible)	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert.
Kepercayaan Nasabah (X2)	Kepercayaan nasabah adalah kombinasi dari harapan positif, penilaian terhadap kompetensi dan karakter, serta keyakinan terhadap kualitas produk atau layanan yang diberikan.	1. Kehandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert.

Retensi Nasabah (Y)	Retensi nasabah adalah upaya strategis yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan harapan nasabah, serta pembinaan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.	1. Trust atau kepercayaan 2. Satisfaction atau kepuasan 3. Pengalaman nasabah 4. Tingkat keluhan dan penyelesaiannya 5. Commitment atau komitmen	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert.
---------------------	--	--	---

2. Pengukuran Variabel

Skala Pengukuran pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan Likert yaitu pertanyaan positif untuk mengukur minat positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur minat negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Taluke et al. 2019).

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Pengukuran menggunakan kuesioner dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *kepuasan*, *kepercayaan nasabah* dan *retensi nasabah* di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto. Para

responden dalam penelitian ini akan diberikan lima alternative jawaban yang berbeda-beda untuk menjawab pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Jawaban didasarkan pada preferensi responden terhadap pernyataan yang diajukan. Menurut pendapat Ghozali (2011), bahwa setiap jawaban dari pernyataan kuesioner tersebut diberi skor berdasarkan pada Skala Likert dengan angka atau bobot 1 sampai 5. Jadi Skala Likert dapat dianggap sebuah interval.

Tabel 3.2 Skor Bobot Skala Likert

Keterangan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Ghozali, 2011)

Untuk mengetahui jumlah interval kelas dan besar interval kelas dapat gunakan rumus menurut Sudjana (2015: 79) adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas interval}}$$

p = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi – data terendah

Banyak kelas interval = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang interval adalah:

$$P = \frac{(5 - 1)}{5} = 0,8$$

Maka interval dari kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

1,00 – 1,79 = Sangat tidak setuju

1,80 – 2,59 = Tidak setuju

2,60 – 3,39 = Kurang setuju

3,40 – 4,19 = Setuju

4,20 – 5,00 = Sangat setuju

2. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Dalam uji pengukuran validitas terdapat dua macam yaitu Pertama, mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan (item) dengan total item. Kedua, mengkorelasikan antar masing-masing skor indikator item dengan total skor konstruk.

Pengujian validitas yang mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

- Kriteria pengujiannya yaitu: H_0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah) H_0 ditolak apabila $r_{statistik} \leq r_{tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)
- Cara menentukan besar nilai R tabel $R_{tabel} = df (N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah. Misalnya $R_{tabel} = df (13-2, 0,05)$. Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat ditabel R.

b) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner yang berisi indikator dari variabel atau konsep tertentu (Ghozali, Imam 2018:45). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang kali. Sebuah alat ukur dianggap reliabel jika hasil yang dihasilkan tetap sama, meskipun diukur berkali-kali. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang sama konsisten dan hasilnya tidak banyak berubah dari waktu ke waktu. Jadi, uji reliabilitas adalah tes untuk memastikan keakuratan dan konsistensi alat ukur, sehingga kapan pun digunakan, hasilnya akan tetap sama atau relatif sama (Slamet and Wahyuningsih 2022).

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu metode untuk mengetahui normalitas adalah dengan menggunakan metode analisis grafik, baik dengan melihat grafik secara histogram ataupun dengan melihat secara Normal Probability Plot. Normalitas data dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik normal P-Plot atau dengan melihat histogram dari residualnya (Firmansyah and Meidy Haviz 2024).

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah ada hubungan antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel-variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal berarti variabel independen yang tidak memiliki korelasi satu sama lain (korelasinya sama dengan nol).

Untuk memeriksa multikolinearitas, setiap variabel independen dianggap sebagai variabel dependen dan diregresikan terhadap variabel independen lainnya. Toleransi mengukur seberapa besar variabilitas dari suatu variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai toleransi rendah, maka nilai VIF (Variance Inflation Factor) akan tinggi, karena VIF dihitung sebagai $1/\text{Tolerance}$. Umumnya, multikolinearitas dianggap ada jika nilai $\text{Tolerance} < 0,10$ atau $\text{VIF} > 10$. Namun, setiap peneliti harus menentukan batas multikolinearitas yang dapat diterima dalam penelitiannya.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$) (Ghozali, Imam 2013). Untuk mengkonfirmasi ada tidaknya autokorelasi pada model regresi ini, maka dilakukan uji runtun. Untuk mengujinya dapat menggunakan uji Durbin-Watson

(DW). Dasar Pengambilan Keputusan Metode pengujian DurbinWatson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai durbin-watson lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari $(4d_L)$ maka terdapat autokorelasi.
- 2) Jika nilai durbin-watson terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka tidak ada autokorelasi
- 3) Jika nilai durbin-watson terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (Tondok, Kalangi, and Rompas 2023).

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten (Iyan Nurdiyan Haris 2018).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui kepuasan nasabah (X_1) dan kepercayaan nasabah (X_2) terhadap retensi nasabah tabungan emas pada PT. Pegadaian Cabang Jeneponto (Y). Cari persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan rumus berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Retensi

a = *Constanta*

b_1 - b_2 = Koefisien masing-masing faktor

X_1 = Variabel Kepuasan Nasabah

X_2 = Variabel Kepercayaan Nasabah

ε = Error

H. Uji Hipotesis

a) Uji t (Partial Individual Test)

Sujarweni (2019:161-162) mengatakan bahwa uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel (Y).

Penerimaan hipotesis adalah:

- 1) Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel-variabel bebas yaitu kepuasan nasabah (X_1) dan kepercayaan nasabah (X_2) terhadap retensi nasabah (Y).
- 2) Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel-variabel bebas yaitu kepuasan nasabah (X_1) dan kepercayaan nasabah (X_2) terhadap retensi nasabah (Y) (Fitriani, Hendri, and Damayanti 2021).

b) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Pada pengujian tersebut untuk menghindari bias maka nilai yang digunakan adalah R^2 . Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin cocok suatu garis regresi. Begitupun sebaliknya jika semakin kecil nilai koefisien determinasi maka semakin tidak tepat garis regresi dalam mewakili hasil observasi (Nadhifah and Wibowo 2021).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Umum Perusahaan PT. Pegadaian Cabang Jeneponto

Pegadaian Cabang Jeneponto adalah salah satu cabang dari PT Pegadaian (Persero), perusahaan milik negara yang bergerak di bidang jasa keuangan berbasis gadai, investasi, dan solusi keuangan lainnya. Pegadaian Cabang Jeneponto didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Jeneponto dan sekitarnya dalam mendapatkan akses keuangan yang mudah, cepat, dan terpercaya.

Berdirinya cabang ini bermula dari meningkatnya kebutuhan masyarakat di wilayah Jeneponto akan layanan keuangan yang dapat membantu mereka dalam mengelola kebutuhan mendesak, seperti biaya pendidikan, kesehatan, maupun pengembangan usaha kecil. Pegadaian Cabang Jeneponto resmi beroperasi pada tahun 25 Maret 2013, dengan kantor pertama yang berlokasi di Jl. Pahlawan, Kel. Empoang, Kec. Binamu, Kab. Jeneponto, Prov. Sulawesi 92311.

Dalam perjalanannya, Pegadaian hadir untuk memberikan solusi keuangan melalui produk gadai dan non-gadai, seperti Tabungan Emas, Arrum Haji, pembiayaan usaha mikro, dan layanan lain yang relevan dengan kebutuhan masyarakat lokal.

2. Visi dan Misi

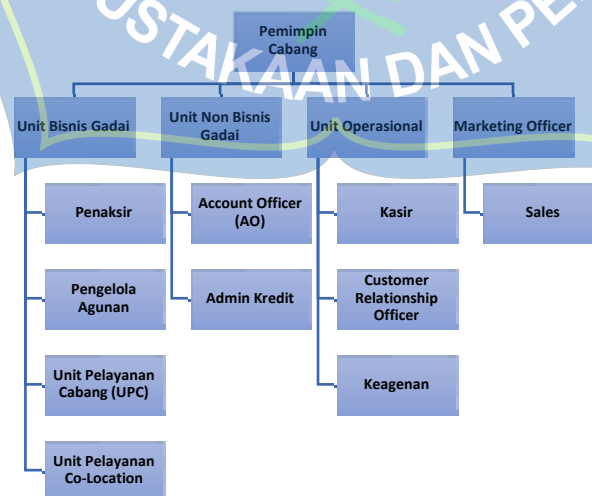
a. Visi

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

b. Misi

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

3. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Jeneponto



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Pegadaian Cabang Jeneponto

B. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Deskripsi Responden

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah sebanyak 67 responden, yaitu nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Laki-Laki	18	27
Perempuan	49	73
Jumlah	67	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang atau 27% dan jumlah nasabah berjenis kelamin perempuan sebanyak 49 orang atau 73%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nasabah perempuan lebih banyak menggunakan produk tabungan emas dibanding laki-laki. Hal ini sejalan dengan teori peran gender dalam keuangan, dimana perempuan cenderung lebih aktif dalam mengelola keuangan rumah tangga, terutama dalam bentuk

tabungan dan investasi kecil seperti tabungan emas. Studi menunjukkan bahwa perempuan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan finansial dibandingkan laki-laki (Barber & Odean, 2001).

2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel

4.2 berikut:

Tabel 4.2 Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17 Tahun – 26 Tahun	15	23
2.	27 Tahun – 36 Tahun	26	39
3.	37 Tahun – 46 Tahun	19	28
4.	47 Tahun – 56 Tahun	7	10
Jumlah		67	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah berusia 27 tahun – 36 tahun sebanyak 26 orang atau 39%, jumlah nasabah berusia 37 tahun – 46 tahun sebanyak 19 orang atau 28%, jumlah nasabah berusia 17 tahun – 26 tahun sebanyak 15 orang atau 23%, dan jumlah nasabah berusia 47 tahun – 56 tahun sebanyak 7 orang atau 10%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan produk tabungan emas terbanyak yaitu pada usia 27-36 tahun, hal ini sejalan dengan teori perilaku keuangan yang menunjukkan bahwa individu di usia 27-36 tahun lebih cenderung memiliki kesadaran finansial yang

lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih muda. Mereka lebih aktif dalam mencari instrumen keuangan yang memberikan manfaat jangka panjang dan stabilitas ekonomi (Thaler & Sunstein, 2008). Kemudian nasabah yang menggunakan produk tabungan emas paling sedikit yaitu usia 47 Tahun–56 Tahun, hal ini sejalan dengan Teori Siklus Hidup Konsumen (Consumer Life Cycle Theory) Menurut teori ini, perilaku keuangan individu berubah seiring bertambahnya usia. Pada usia 47-56 tahun, individu umumnya telah mencapai puncak karier atau mendekati masa pensiun, sehingga mereka lebih cenderung menggunakan tabungan yang sudah mereka kumpulkan sebelumnya daripada menambah investasi baru (Modigliani & Brumberg, 1954).

3. Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD	1	2
2.	SMP	1	2
3.	SMA/SMK	35	52
4.	DIPLOMA	7	10
5.	S1	23	34
6.	S2	0	0
Jumlah		67	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas hasil pengelompokan pendidikan responden adalah tingkat SMA/SMK berjumlah 35 orang atau 52%, tingkat S1 berjumlah 23 orang atau 34%, tingkat diploma berjumlah 7 atau 10%, tingkat SD dan SMP berjumlah 1 orang atau 2%, dan tingkat

S2 yang berjumlah 0 atau 0%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan produk tabungan emas terbanyak yaitu dengan tingkat pendidikan terakhir SMA, hal ini sejalan dengan Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory) Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa keputusan keuangan sangat dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan dan sosial. Responden dengan pendidikan SMA cenderung memilih produk keuangan yang lebih sederhana dan memiliki risiko rendah, seperti tabungan emas, dibandingkan instrumen investasi yang lebih kompleks seperti saham atau reksadana.

4. Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pegawai Negeri	7	10
2.	Pegawai Swasta	16	24
3.	Wirausaha	18	27
4.	Petani/Pekebun	2	3
5.	Pelajar/Mahasiswa	1	1
6.	Ibu Rumah Tangga	15	22
7.	Nelayan/Perikanan	1	1
8.	Lainnya	8	12
Jumlah		67	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas pekerjaan responden dapat dikelompok menjadi wirausaha yang berjumlah 18 orang atau 27%, pegawai swasta berjumlah 16 orang atau 24%, ibu rumah tangga berjumlah 15 orang atau 22%, pekerjaan lainnya berjumlah 8 orang atau 12%, pegawai negeri berjumlah 7 orang atau 10%, petani/pekebun berjumlah 2 orang atau 3%, pelajar/mahasiswa berjumlah 1 orang atau 1%, dan nelayan/perikanan berjumlah 1 orang atau 1%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan produk tabungan emas terbanyak yaitu nasabah dengan pekerjaan wirausaha, hal ini sejalan dengan Teori Kewirausahaan (misalnya, seperti yang dijelaskan oleh Schumpeter dan dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian-penelitian kontemporer seperti Aldrich & Cliff, 2003 dalam Journal of Business Venturing) menekankan bahwa para wirausaha cenderung mengutamakan fleksibilitas, keamanan, dan likuiditas dalam mengelola modal usaha mereka. Karakteristik kewirausahaan yang responsif terhadap dinamika ekonomi dan risiko mendorong mereka memilih instrumen investasi yang sederhana namun efektif dalam mengamankan kelebihan dana.

5. Pendapatan Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan

No.	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp. 1.000.000	1	2
2.	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	30	45

3.	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	31	46
4.	Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	5	7
Jumlah		67	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel pendapatan diatas responden dapat dikelompok dengan penghasilan Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 berjumlah 31 orang atau 46%, pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 30 orang atau 45%, pendapatan Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 berjumlah 5 orang atau 7%, dan pendapatan < Rp. 1.000.000 berjumlah 1 orang atau 2%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan produk tabungan emas terbanyak yaitu dengan pendapatan Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000, hal ini sejalan dengan Teori Ekonomi Sektor Informal yang menjelaskan bahwa di wilayah dengan dominasi sektor informal dan usaha mikro-kecil, distribusi pendapatan sangat dipengaruhi oleh struktur ekonomi yang khas. Sektor informal biasanya memberikan pendapatan yang lebih rendah dan tidakpastian bagi pekerjanya, sehingga banyak individu berada dalam kisaran pendapatan menengah ke bawah (Chen, M. A. 2007)

b. Deskriptif Variabel Penelitian

Berikut ini akan dijelaskan item dari variabel Kepuasan (X1), Kepercayaan Nasabah (X2), dan Retensi Nasabah (Y) pada PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.

1. Deskripsi Variabel Kepuasan (X1)

Variabel kepuasan diukur dengan 5 indikator yang setiap indikatornya memiliki 10 pertanyaan. Hasil dari jawaban variabel kepuasan pada PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.6 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.

2. Deskripsi Variabel Kepercayaan Nasabah (X2)

Tabel 4.7 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.

3. Deskripsi Variabel Retensi Nasabah (Y)

Tabel 4.8 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.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu angket.

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji satu arah dengan tingkat signifikan 0.05. kuesioner dikatakan valid jika r hitung > r tabel.

a. Kepuasan (X1)

Tabel 4.9 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 4.9 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai instrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel kepuasan yang diteliti.

b. Kepercayaan Nasabah (X2)

Tabel 4.10 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 4.10 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai instrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel kepercayaan nasabah yang diteliti.

c. Retensi Nasabah (Y)

Tabel 4.11 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 4.11 menunjukkan seluruh instrumen valid untuk digunakan sebagai instrumen atau pernyataan untuk mengukur variabel retensi nasabah yang diteliti.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang kali. Sebuah alat ukur dianggap reliabel jika hasil yang dihasilkan tetap sama, meskipun diukur berkali-kali.

Jika suatu variabel menunjukkan nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur (Taherdoost, 2018).

Tabel 4.12 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.

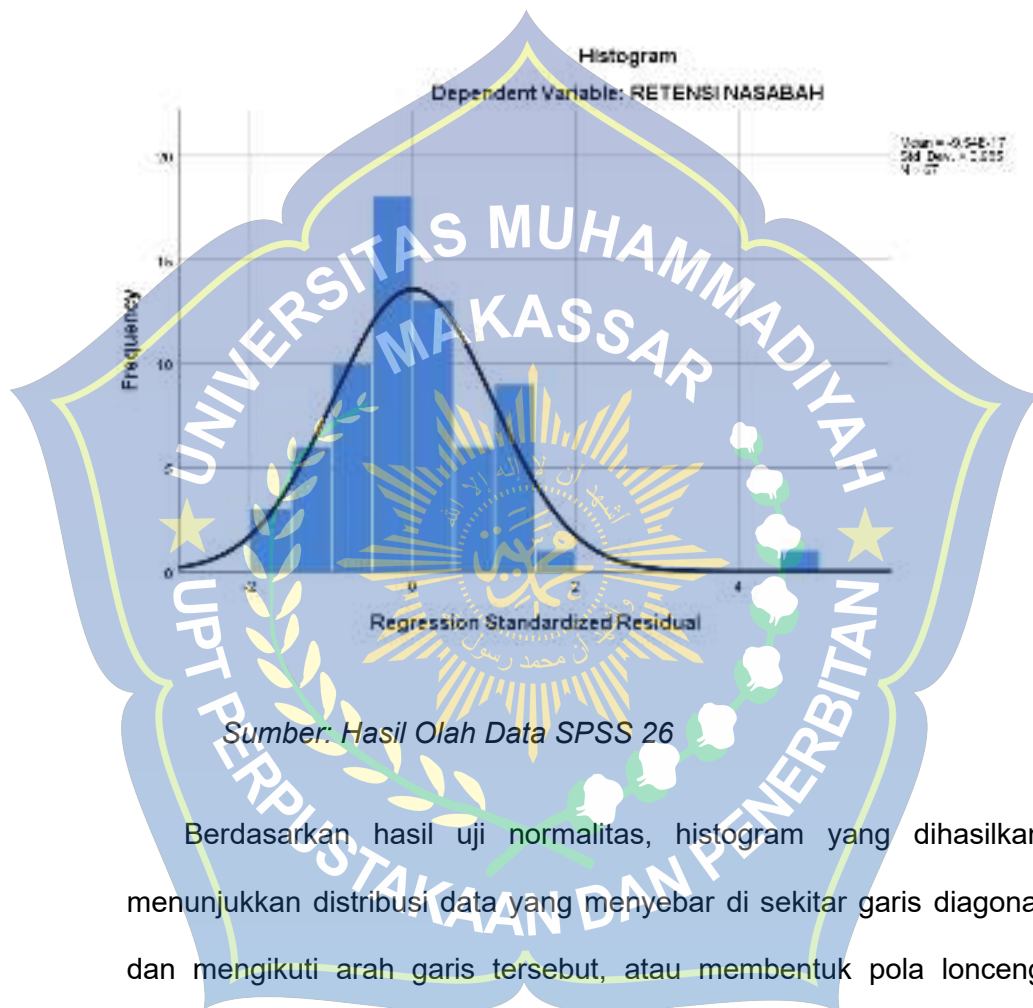
3. Uji Asumsi Klasik

a. 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 4.2 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.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa apakah ada hubungan antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Umumnya, multikolinearitas dianggap ada jika nilai Tolerance < 0,10

atau $VIF > 10$. Namun, setiap peneliti harus menentukan batas multikolinearitas yang dapat diterima dalam penelitiannya.

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KEPUASAN KEPERCAYAAN NASABAH	0.102	9.822
		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 $9.822 < 10.00$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada data diatas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan menggunakan uji Durbin Watson.

Tabel 4.14 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 $1.523 < \text{dari du } 1.6660$ dan lebih $> \text{dari } 2 - 1.6660 = 0.334$, dapat disimpulkan bahwa DW berada di antara du dan $2 - \text{du}$, yang berarti tidak ada gejala autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten.

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	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.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui kepuasan nasabah (X1) dan kepercayaan nasabah (X2) terhadap retensi nasabah tabungan emas pada PT. Pegadaian Cabang Jeneponto (Y).

Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	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

b. 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 regresi 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.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel (Y). Nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($t_{hitung} > t_{tabel}$), sedangkan apabila nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients					
Model	Unstandardize d 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

c. 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.

b. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Pada pengujian tersebut untuk menghindari bias maka nilai yang digunakan adalah R^2 . Jika koefisien korelasi (r) makin besar atau mendekati (100%) maka hubungannya semakin kuat sedangkan jika koefisien (r) mendekati 0 (nol) maka dapat dikatakan hubungannya lemah.

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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%.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kepuasan (X_1) Terhadap Retensi Nasabah (Y)

Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Hasil Uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.266 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1.668 dengan tingkat signifikansi 0.002 yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0.314. Kepuasan nasabah dapat didefinisikan sebagai keadaan nasabah baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap pelayanan yang disediakan.

Hasil kuisioner yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan layanan yang mereka terima dari aspek keandalan, responsivitas, dan empati menjadi indikator bahwa perusahaan telah memenuhi harapan nasabah. Dalam kajian literatur, Kotler dan Keller (2023) menekankan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan pengalaman yang dialami oleh nasabah. Dalam penelitian ini, responden yang memberikan penilaian positif terhadap kualitas layanan PT. Pegadaian menunjukkan bahwa mereka merasakan manfaat yang sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Misalnya, responden yang menilai bahwa karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan, cenderung merasa lebih puas. Hal ini diindikasikan oleh hasil kuisioner, di mana responden memberikan skor tinggi untuk pernyataan yang berkaitan dengan kualitas layanan.

Dalam PT. Pegadaian, keandalan merujuk pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat dan sesuai dengan janji yang telah dibuat. Hasil kuisioner menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa layanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian selalu tepat waktu dan sesuai dengan yang dijanjikan. Pengalaman positif ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan produk tabungan emas. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2023) menegaskan bahwa keandalan layanan merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Ketika nasabah

merasa puas dengan keandalan layanan yang diberikan, mereka cenderung tidak mencari alternatif lain, yang berdampak langsung pada tingkat retensi. Daya tanggap adalah indikator lain yang berperan penting dalam kepuasan nasabah. Indikator ini mencakup sejauh mana perusahaan siap untuk membantu nasabah dan merespons pertanyaan atau keluhan mereka dengan cepat. Dalam penelitian ini, mayoritas responden menyatakan bahwa karyawan PT. Pegadaian selalu siap membantu dan merespons pertanyaan nasabah dengan cepat. Tingkat responsivitas yang tinggi ini membuat nasabah merasa dihargai dan didengarkan, yang meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan.

Dari hasil kuesioner, mayoritas responden merasa bahwa karyawan menunjukkan sikap sopan dan profesional dalam memberikan layanan. Pengetahuan yang baik tentang produk dan kemampuan karyawan untuk menjelaskan risiko dan manfaat dari tabungan emas juga berkontribusi pada kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Penelitian oleh Diniyah dan Hendrayanti (2023) menunjukkan bahwa tingkat jaminan yang tinggi berkontribusi pada loyalitas nasabah. Empati adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian yang baik terhadap kebutuhan nasabah. Dalam penelitian ini, mayoritas responden setuju bahwa karyawan selalu memperhatikan kebutuhan mereka dengan baik. Ketika nasabah merasa bahwa perusahaan memahami kebutuhan mereka, kepuasan akan meningkat, dan hal ini berdampak pada keputusan mereka untuk tetap menggunakan produk. Bukti fisik mencakup semua elemen fisik yang dapat dilihat oleh nasabah, seperti tampilan kantor, penampilan karyawan, dan materi

informasi. Dalam kuesioner, mayoritas responden merasa bahwa penampilan fisik karyawan rapi dan profesional, yang berkontribusi pada citra positif perusahaan. Ketika nasabah merasa puas dengan bukti fisik yang ditunjukkan, mereka cenderung merasa lebih percaya dan nyaman untuk berinvestasi dalam produk.

2. Pengaruh Kepercayaan Nasabah (X2) Terhadap Retensi Nasabah (Y)

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi nasabah. Hasil Uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 6.886 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1.668 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0.840. Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabah. Kepercayaan ini dibangun melalui transparansi, kejujuran, dan integritas perusahaan dalam berkomunikasi dengan nasabah.

Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa percaya terhadap PT. Pegadaian, terutama dalam hal transparansi informasi dan integritas karyawan. Kepercayaan ini merupakan faktor kunci yang membuat nasabah merasa nyaman untuk terus berinvestasi dalam produk tabungan emas yang ditawarkan. Dalam kajian literatur, Mowen dan Minor (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan harapan bahwa perusahaan akan memenuhi janji-janji mereka. Hal ini terlihat jelas dalam hasil kuisisioner, di mana responden yang merasa yakin bahwa PT. Pegadaian akan menjaga kepentingan mereka cenderung memilih untuk tetap menggunakan layanan yang ada. Responden yang memberikan penilaian positif

terhadap kredibilitas karyawan sering kali merasa aman dalam bertransaksi, yang secara langsung berkontribusi pada tingkat retensi yang lebih tinggi.

Faktor lain yang berkontribusi terhadap kepercayaan adalah komunikasi yang efektif antara perusahaan dan nasabah. Penelitian ini menemukan bahwa nasabah yang merasa informasi mengenai produk dan risiko disampaikan secara jelas dan transparan cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Pegadaian perlu terus meningkatkan metode komunikasi dan memberikan informasi yang mudah dipahami oleh nasabah. Keterbukaan dalam komunikasi dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dan nasabah, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keputusan nasabah untuk tetap berinvestasi. Keandalan adalah indikator utama yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi yang akurat dan layanan yang konsisten. Dalam hasil kuisioner, mayoritas responden menyatakan bahwa karyawan PT. Pegadaian dapat diandalkan dalam memberikan informasi mengenai produk dan layanan. Tingkat keandalan yang tinggi ini menumbuhkan rasa percaya di kalangan nasabah, yang berujung pada keputusan untuk tetap berinvestasi dalam produk tabungan emas. Penelitian oleh Mowen dan Minor (2022) menunjukkan bahwa nasabah yang merasa yakin akan keandalan perusahaan cenderung tidak berpindah ke pesaing. Oleh karena itu, PT. Pegadaian perlu terus memastikan bahwa semua informasi yang diberikan kepada nasabah adalah akurat dan dapat dipercaya.

Kejujuran adalah indikator yang mencakup sikap perusahaan dalam memberikan informasi yang transparan mengenai produk. Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa karyawan selalu memberikan informasi yang jujur tentang risiko dan manfaat dari tabungan emas. Tingkat kejujuran yang tinggi ini berkontribusi pada kepercayaan nasabah dan membuat mereka merasa aman dalam berinvestasi. Kejujuran dalam komunikasi sangat penting, terutama ketika nasabah berhadapan dengan risiko dalam investasi. Penelitian menunjukkan bahwa nasabah yang merasa bahwa perusahaan bersikap jujur cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi. Dalam PT. Pegadaian, strategi untuk meningkatkan transparansi dan kejujuran dalam komunikasi dapat meningkatkan kepercayaan nasabah.

Kepedulian adalah kemampuan perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah. Dalam penelitian ini, mayoritas responden menyatakan bahwa karyawan berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan mereka. Ketika nasabah merasa bahwa perusahaan peduli terhadap kesejahteraan mereka, tingkat kepercayaan akan meningkat, yang pada gilirannya berkontribusi pada retensi nasabah. Penelitian oleh Diniyah dan Hendrayanti (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang menunjukkan kepedulian cenderung memiliki nasabah yang lebih loyal. Oleh karena itu, PT. Pegadaian perlu meningkatkan upaya untuk menunjukkan kepedulian terhadap nasabah melalui layanan yang personal dan responsif. Kredibilitas mencakup reputasi perusahaan di kalangan nasabah. Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa

karyawan PT. Pegadaian memiliki reputasi yang baik dan adil dalam memberikan layanan. Tingkat kredibilitas yang tinggi ini membuat nasabah merasa lebih percaya untuk terus menggunakan produk. Kredibilitas sangat penting dalam industri jasa keuangan, di mana nasabah harus merasa yakin bahwa perusahaan akan memenuhi janji-janji mereka. Penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas yang tinggi berkontribusi pada loyalitas nasabah. PT. Pegadaian perlu memastikan bahwa mereka menjaga kredibilitas melalui tindakan yang transparan dan adil. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan 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.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan dan kepercayaan nasabah sangat penting dalam mempertahankan retensi nasabah tabungan emas. Dengan strategi yang tepat, PT. Pegadaian dapat meningkatkan pengalaman nasabah, yang tidak hanya akan menghasilkan loyalitas jangka panjang tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan retensi nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap retensi nasabah. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. 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.
2. 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.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan nasabah tabungan emas PT.

Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto, maka dapat disarankan sebagai berikut;

1. Untuk meningkatkan retensi nasabah melalui kepuasan, karyawan PT Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto disarankan menerapkan prinsip 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) dalam pelayanan. Pendekatan ini dapat menciptakan lingkungan yang ramah dan penuh penghargaan bagi nasabah, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan perusahaan. Dengan senyum yang tulus, salam yang sopan, sapaan yang perhatian, sikap yang sopan, dan santun dalam komunikasi, nasabah akan merasa lebih dihargai dan didengarkan. Hal ini akan membangun kepuasan nasabah, yang sangat penting untuk meningkatkan retensi mereka terhadap layanan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto.
2. Untuk meningkatkan retensi nasabah melalui kepercayaan nasabah, maka karyawan PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto harus dapat membangun saluran komunikasi yang baik dengan nasabah, termasuk pemberian informasi tentang produk dan layanan secara berkala. Komunikasi yang baik dapat memperkuat kepercayaan nasabah terhadap perusahaan, yang pada gilirannya nasabah tabungan emas akan merasa aman dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan.
3. 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

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Depok: PT.Rajagrafindo Persada
- Agus Widarjono. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Akuntansi, Jurnal, and Perbankan Syariah. 2022. "Jamasy : Jamasy : " 2: 50–64.
- Al-Hawary, Sulieman Ibraheem Shelash, and Warda Fares Al-Smeran. 2017."Impact of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction of Islamic Banks in Jordan." *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* 7(1): 170-88.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strateg Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Amanda Putra, Bagas, and Susilo Toto Raharjo. 2022. "VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Bengkel Alex Ac Mobil Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 11(1): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange & power in social life*. New York, NY: John Wiley & Sons
- Chasanah, Siti. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komitmen, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10(8): 4022–43.
- Darmawan, Didit, Samsul Arifin, and Fajar Purwanto. 2020. "Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung - Kamal." *Jurnal Baruna Horizon* 3(1): 198–209. doi:10.52310/jbhorizon.v3i1.39.
- Diniyah, K, and S Hendrayanti. 2023. "Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Retensi Pelanggan Di Atmo Second Susukan." *E-Prosiding ...* (11): 115–25. <https://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/view/74%0A> <https://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/download/74/74>.
- Donni Juni Priansa., 2017., *Perencanaan dan Pengembangan SDM*, Alfabeta, Bandung
- DR. Nana Sudjana, 2015, *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo Offset
- Firmansyah, Muhamad, and Meidy Haviz. 2024. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Petani Jagung." *Bandung Conference Series: Economics Studies* 4(1): 117–24. doi:10.29313/bcses.v4i1.10566.
- Fitriani, Yuli, Edduar Hendri, and Reina Damayanti. 2021. "Pengaruh Masa Kerja

Dan Gaji Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada PT. Matahari OPI Mall Palembang." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 18(3): 402. doi:10.31851/jmwe.v18i3.6660.

Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Griffin, R. W., & Pustay, M. W. (2010). International Business (6th Edition ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Hasan, Hajar. 2022. "Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri." *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi dan Komputer)* 2(1): 23–29. <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>.

Homans, G. C. (1961). The Humanities and the Social Sciences. *American Behavioral Scientist*, 4(8), 3-6.

Hulu, Rita Dwi Lestari, and Nurbaiti. 2023. "Analisis Produk Terbaru Pegadaian , Tabungan Emas Sebagai Investasi Masa Depan." *Jurnal Minfo Polgan* 12: 2017–24.

Indihome, Loyalitas Pelanggan. 2022. "No Title." 4: 99–107.

Islam, Universitas, and Negeri Sumatera. 2022. "Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam." 21: 128–38. doi:10.17467/mk.v21i2.935.

Jiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy

John W. Thibaut and Harold H. Kelley. 1959. The Social Psychology of Groups. John Wiley & Sons. New York

Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga

Luther Gulick. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1. Jurnal Manajemen Pendidikan, 9(2), 952-962.

Maharani, A. D., & Darmastuti, I. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang. Universitas Diponegoro.

Mamuaya, Nova Ch., Bertha I. Mundung. 2023." *Peran Kepuasan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah* 2(3): 310–24. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>.

Marcella, I, P A Haris, and P Fawzia. 2022. "Determinasi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan (Literature Review

- Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1): 286–300. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/874>.
- Martha, Lidya, and Dwi Putra Anugrah. 2023. "197-Article Text-427-1-10-20230207." 3: 423–41.
- Mary Parker Follet, 2013, "Manajemen dan Sistem Informasi" Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mengwi, Abianbase. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Customer Retention* Laundry Kiloan Abianbase Mengwi". *Jurnal EMAS*. 3.
- Monica, Chintia, and Doni Marlius. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh." *Jurnal Pundi* 7(1): 53. doi:10.31575/jp.v7i1.465.
- Mowen, John. Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Nadhifah, Tuti', and Muhammad Ghafur Wibowo. 2021. "Determinan Ketimpangan Pendapatan Masyarakat Di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 24(1): 39–52.
- Nanda, Rizki, Susi Evanita, and Whyosi Septrizola. 2019. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan , Hambatan Beralih Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang." *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* 01(01): 207–17. <https://lokadata.beritagar.id>.
- Nopal, Zacky M., Heni Sukmawati, and Joni Joni. 2024. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Retensi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Tasikmalaya." *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2(1): 77–86. doi:10.55681/armada.v2i1.1151.
- Palandi, Jitro Josni, Marjam Mangantar, and Michael Ch Raintung. 2022. "Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Di Manado." *Jurnal EMBA* 10(4): 565–76. <https://www.pegadaian.co.id/>.
- Putri P., Pradhita Salsabila, and Yoyon Supriadi. 2022. "Penerapan Sistem Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Pagelaran." *Jurnal Informatika Kesatuan* 2(1): 29–34. doi:10.37641/jikes.v2i1.1378.
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. 2021. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan." *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 6(1): 54–57. doi:10.32696/jp2sh.v6i1.729.
- Santina, R O, F Hayati, and R Oktariana. 2021. "Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* ... 2(1): 1–13. file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf.
- Sari, Alfina Dian Ratna, Lita Permata Sari, and Randika Fandiyanto. 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. doi:10.36841/jme.v2i7.3571.

Sari, Rafika, Muhammad Saleh, and Nurul Hasanah. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Produk Tabungan Wadiah Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat." *JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 02(01): 43–51.

Siahaya, Septiani, Pocerattu V Alfonso, and Zany I. Aunalal. 2023. "Analisis Pengaruh Pelayanan Karyawan Yang Berorientasi Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Empiris Pada Salon Kecantikan Di Kota Ambon)." *Jurnal Administrasi Terapan* 2(1): 60–67.

Sinambela, Ella Anastasya, Eli Retnowati, Ernawati Ernawati, Utami Puji Lestari, and Misbachul Munir. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya." *Jurnal Baruna Horizon* 5(1): 17–25. doi:10.52310/jbhorizon.v5i1.73.

Sindiah, Sindiah, and Triana Ananda Rustam. 2023. "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook." *eCo-Buss* 6(1): 42–52. doi:10.32877/eb.v6i1.624.

Slamet, Rokhmad, and Sri Wahyuningsih. 2022. "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker." *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17(2): 51–58. doi:10.46975/aliansi.v17i2.428.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet

Sujarweni, Wiratna V (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit: Pustakabarupress. Yogyakarta

Sulle, Yonatan. 2022. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kapi)." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 2(1): 101–9. doi:10.38035/jihhp.v2i1.862.

Taluke, Dryon, Ricky S M Lakat, Amanda Sembel, Ekosistem Mangrove, and Menjelaskan Bahwa. 2019. "Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat." *Spasial* 6(2): 531–40.

Tandiono, J., Djojo, B. W., Candra, S., & Heriyati, P. (2020). Finding Customer Perception Of Peer-To-Peer (P2p) Lending Financial Technology In Pohon Dana. *Binus Business Review*, 11(1), 51-58.

Tondok, Wilda S., Josep B. Kalangi, and Wensy F.I Rompas. 2023. "Pengaruh

Angkatan Kerja Dan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Tana Toraja Tahun 2011-2021." *Berkala Ilmiah Efisiensi* 23(5): 49–60.

Utama, Andyan Pradipta, and Tri Ratma Murti. 2021. "Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4(2): 79–86.

Waluyo, Lukman Saleh, and Ilya Revianti. 2019. "Pertukaran Sosial Dalam Online Dating (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tinder Di Indonesia)." *Informatik: Jurnal Ilmu Komputer* 15(1): 21. doi:10.52958/iftk.v15i1.1122.

Werdaningrum, Amelia Galuh, and Faizal Ardiyanto. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Hambatan Beralih Dan Kepercayaan Merek Terhadap Retensi Pelanggan Wardah Kosmetik Di Kabupaten Klaten." *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 17(2): 394–402. doi:10.31316/akmenika.v17i2.1035.

Wibowo, Abiyyu Satrio. 2021. "Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Di Lembaga Pemasyarakatan Kelas Ii a Purwokerto." *Journal of Management Review* 5(3): 655–63. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>.

Yahyanti, Meilinda Eko. 2019. "Analisis Pengaruh Tingkat Nisbah Bagi Hasil, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri XXX." *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 4(1): 71–100. doi:10.35897/iqtishodia.v4i1.226.





Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner Penelitian

Yth. Bapak/Ibu, saudara (i)

Sehubungan dengan maksud untuk menyusun skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto"**, maka saya bertanda tangan dibawa ini :

Nama: ROSDIANA DEWI

NIM:105721109521

Program Studi/Fakultas: Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Berkaitan dengan hal tersebut, maka dengan segala kerendahan hati penelitian memohon kiranya bapak/ ibu berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu, saudara (i) sepenuhnya dijadikan dan jawaban tersebut semata-mata hanya diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini. Atas bantuan, kesediaan serta kerjasama Bapak/Ibu, saudara(i) peneliti mengucapkan terima kasih.

Makassar 16 November 2024

Peneliti

ROSDIANA DEWI

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Sebelum mengisi kuesioner, mohon lengkapi identitas responden dengan mengisi Nama, Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Pendapatan Perbulan.
2. Pilihlah salah satu jawaban atas pertanyaan berikut dengan memberikan tanda *checklist* (✓) pada kolom yang telah disediakan.
3. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar. Untuk itu jawablah sesuai dengan keadaan yang anda alami.
4. Responden dimohon untuk dapat menjawab setiap pertanyaan dengan keyakinan tinggi serta tidak mengosongkan satu jawaban pun dan tiap pertanyaan hanya boleh ada satu jawaban.

*skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan adalah sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
☐ Perempuan
☐ Laki - Laki
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :

☐ SD

☐ DIPLOMA

☐ SMP

☐ S1

☐ SMA/SMK

☐ S2

5. Pekerjaan :

☐ PEGAWAI NEGERI

☐ PELAJAR/MAHASISWA

☐ PEGAWAI SWASTA

☐ IBU RUMAH TANGGA

☐ WIRAUSAHA

☐ NELAYAN/PERIKANAN

☐ PETANI/PEKEBUN

☐ LAINNYA (Sebutkan).....

6. Pendapatan Bulanan :

≤ Rp. 1.000.000

☐

Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000

☐

Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000

☐

Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000

☐

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kepuasan Nasabah (X1)						
Keandalan (reliability)						
1	Layanan di PT Pegadaian diberikan dengan tepat waktu dan konsisten.					
2	Karyawan selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.					
Daya tanggap (Responsiveness)						
3	Karyawan siap membantu dan merespon pertanyaan nasabah dengan cepat.					
4	Karyawan terlihat selalu siap memberikan pelayanan yang dibutuhkan.					
Jaminan (assurance)						
5	Karyawan menunjukkan sikap sopan dan profesional dalam memberikan layanan.					
6	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan nasabah					
Empati (emphaty)						
7	Karyawan memberikan perhatian yang baik terhadap kebutuhan nasabah.					
8	Karyawan memperlakukan nasabah dengan penuh kesabaran.					
Bukti fisik (tangible)						
9	Penampilan fisik karyawan rapi dan profesional.					
10	Materi informasi seperti brosur dan papan informasi jelas dan menarik.					
Kepercayaan Nasabah (X2)						
Kehandalan						
1	Karyawan dapat diandalkan dalam memberikan informasi yang akurat.					
2	Karyawan selalu memberikan pelayanan yang tepat waktu.					

Kejujuran					
3	Karyawan selalu memberikan informasi yang transparan kepada nasabah.				
4	Karyawan bersikap jujur dalam menyampaikan risiko terkait produk yang ditawarkan.				
Kepedulian					
5	Karyawan berusaha menjaga hubungan yang baik dengan nasabah.				
6	Karyawan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.				
Kredibilitas					
7	Karyawan memiliki reputasi yang baik di kalangan nasabah.				
8	Karyawan memiliki kebijakan yang adil dan transparan bagi semua nasabah.				
Retensi Nasabah (Y)					
Trust atau kepercayaan					
1	Karyawan Pegadaian selalu memberikan informasi yang akurat mengenai layanan tabungan emas.				
2	Karyawan Pegadaian membuat nasabah merasa yakin dan aman dalam bertransaksi.				
Satisfaction atau kepuasan					
3	Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Pegadaian.				
4	Karyawan Pegadaian selalu melayani nasabah dengan baik dan profesional.				
Pengalaman nasabah					
5	Karyawan Pegadaian selalu memberikan pengalaman bertransaksi yang menyenangkan dan tanpa hambatan.				
6	Nasabah merasa nyaman setiap kali bertransaksi di Pegadaian karena layanan karyawan yang baik.				
Tingkat keluhan dan penyelesaiannya					

7	Keluhan yang nasabah sampaikan selalu direspon dengan cepat oleh karyawan Pegadaian.					
8	Karyawan Pegadaian selalu menyelesaikan permasalahan yang nasabah alami dengan baik.					
Commitment atau komitmen						
9	Karyawan Pegadaian menunjukkan dedikasi tinggi dalam memastikan kebutuhan nasabah terpenuhi.					
10	Komitmen karyawan Pegadaian terhadap layanan yang baik membuat nasabah tetap menggunakan layanan mereka.					



Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner



Lampiran Hasil Kuesioner												
Kepuasan (X1)												
No.	Nama Responden	X1.K1	X1.K2	X1.K3	X1.K4	X1.K5	X1.K6	X1.K7	X1.K8	X1.K9	X1.K10	TOTAL
1	Eka Juniarsih	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	Suriyani	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	Sahrul Gunawan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	Reynaldi Syam	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	46
5	Rahman	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	45
6	Nuraeni	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
7	Sandra Dewi	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
8	Muh renal	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
9	Nur Alisa Bahar	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	Udhin Sitaba	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
11	Ramli jubin	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	44
12	Ani Suriani	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
13	Muhammad Randi	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
14	Dewi lestari	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
15	Sri Dewi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	Suryati	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
17	Halimah	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
18	Sasmita	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
19	Sri eka suryaningsih	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
20	bilaa	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
21	Siti nurfauziah	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
22	Elisa	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
23	Syamsinar	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
24	Muh Nur Adrian S	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
25	Dwi Margahayu	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
26	Mardiana Mahmud	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
27	Suriyanti S	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
28	Herna	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
29	Sumarni	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
30	Nurjhana wisal	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
31	Mansia	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	35
32	Sri dewi hastuti B	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	46
33	Anggry Yulia Nengsi	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
34	Sartika	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	27
35	M asril batara aska	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	46
36	Yacob silandai	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	44
37	Maylani putri mustari	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	25
38	Lilis anggraeni	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	26
39	Risma amaliah S.Pd., M.P	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45
40	Indrianti	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	45
41	Rosmini	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
42	Lisma damayanti	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
43	Pratiwi ika puspita sari	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	27
44	Wahyunis	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
45	Jumardi lolo allo	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
46	Ibayana nurdin S.Pd	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
47	Erma bachri Sp	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	47
48	Irman S.Sos	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
49	Febrianti	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	16
50	Sri maryuni putri	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	34
51	Nadhillah	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	46
52	Hasnia	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	27
53	Surya Nur	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
54	Sri eka jayanti	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
55	Tri utami wahyuni	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	ST. Sri Annisa	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
57	Muhammad	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	Sukmawati	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	46
59	Surahman	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
60	Hasna	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
61	Muh.Ridho	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
62	Masjawiah	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
63	Saenab AR., A. MA	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
64	Sudirman	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	46
65	Tanrilulu	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
66	Suarni	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
67	Salmawati	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	26

Lampiran Hasil Kuesioner										
Kepercayaan Nasabah (X2)										
No.	Nama Responden	X2.K1	X2.K2	X2.K3	X2.K4	X2.K5	X2.K6	X2.K7	X2.K8	TOTAL
1	Eka Juniarsih	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	Suriyani	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	Sahrul Gunawan	5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	Reynaldi Syam	4	4	4	4	5	4	5	4	34
5	Rahman	5	4	5	4	5	5	5	4	37
6	Nuraeni	5	4	5	5	5	4	5	5	38
7	Sandra Dewi	5	4	4	5	4	4	5	5	36
8	Muh renal	4	5	5	4	4	4	4	5	35
9	Nur Alisa Bahar	5	5	5	4	5	5	5	5	39
10	Udhin Sitaba	5	4	4	5	4	5	5	4	36
11	Ramli jubin	4	5	4	5	4	5	5	4	36
12	Ani Suriani	5	4	5	4	4	5	4	5	36
13	Muhammad Randi	5	4	4	5	5	4	5	4	36
14	Dewi lestari	4	5	4	5	5	4	5	5	37
15	Sri Dewi	5	4	4	3	5	4	4	4	33
16	Suryati	5	4	5	5	4	5	4	5	37
17	Halimah	4	5	5	4	4	5	5	4	36
18	Sasmita	4	4	5	5	4	5	4	5	36
19	Sri eka suryaningsih	5	5	5	4	5	5	4	5	38
20	bilaa	5	5	5	5	5	5	4	5	39
21	Siti nurfauziah	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	Elisa	4	5	4	5	4	5	4	5	36
23	Syamsinar	4	5	4	5	4	5	5	5	37
24	Muh Nur Adrian S	5	4	5	5	5	4	5	5	38
25	Dwi Margahayu	5	5	5	5	4	4	5	4	37
26	Mardiana Mahmud	5	5	4	4	5	4	5	5	37
27	Suriyanti S	5	5	5	5	5	4	4	5	38
28	Herna	5	4	5	5	5	4	5	5	38
29	Sumarni	4	4	5	5	5	5	5	5	38
30	Nurjihana wisal	4	5	4	5	4	5	4	5	36
31	Mansia	3	4	3	3	3	3	4	3	26
32	Sri dewi hastuti B	5	4	4	4	5	4	4	5	36
33	Anggry Yulia Nengsi	4	4	4	4	5	5	4	5	35
34	Sartika	2	3	3	3	2	3	2	3	21
35	M asril batara aska	4	5	4	5	4	5	4	4	35
36	Yacob silandai	4	4	5	5	4	5	4	5	36
37	Maylani putri mustari	3	3	2	2	3	3	2	3	21
38	Lilis anggraeni	3	3	3	3	3	2	3	3	23
39	Risma amaliah S.Pd., M.Pd	5	4	5	4	5	4	5	5	37
40	Indrianti	5	4	5	5	5	4	5	4	37
41	Rosmini	4	4	5	5	4	4	5	4	35
42	Lisma damayanti	4	5	4	5	5	4	5	5	37
43	Pratiwi ika puspita sari	2	3	3	3	2	2	3	3	21
44	Wahyunis	4	4	4	4	3	3	3	3	28
45	Jumardi lolo allo	5	4	5	5	5	5	4	4	37
46	Ibayana nurdin S.Pd	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	Erma bachri Sp	4	4	5	5	4	5	5	4	36
48	Irman S.Sos	4	5	5	4	5	4	5	5	37
49	Febrianti	2	1	2	2	2	2	1	2	14
50	Sri maryuni putri	4	4	4	4	4	2	4	4	30
51	Nadhillah	4	5	5	4	4	5	4	4	35
52	Hasnia	3	3	3	3	2	3	3	3	23
53	Surya Nur	5	5	5	4	5	5	4	5	38
54	Sri eka jayanti	5	5	4	5	5	5	5	5	39
55	Tri utami wahyuni	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	ST. Sri Annisa	5	5	4	5	4	5	4	5	37
57	Muhammad	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	Sukmawati	5	4	5	5	5	5	5	5	39
59	Surahman	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	Hasna	5	5	4	5	5	5	4	5	38
61	Muh.Ridho	5	4	5	5	5	5	5	5	39
62	Masjawiah	4	4	3	4	4	5	5	4	33
63	Saenab AR., A. MA	5	5	5	5	4	5	4	5	38
64	Sudirman	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	Tanrilulu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	Suarni	5	5	5	5	5	5	4	5	39
67	Salmawati	3	3	2	2	3	3	3	2	21

Lampiran Hasil Kuesioner

Retensi Nasabah (Y)

No.	Nama Responden	Y.RN1	Y.RN2	Y.RN3	Y.RN4	Y.RN5	Y.RN6	Y.RN7	Y.RN8	Y.RN9	Y.RN10	TOTAL
1	Eka Juniarsih	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	Suriyani	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	Sahrul Gunawan	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
4	Reynaldi Syam	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
5	Rahman	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
6	Nuraeni	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
7	Sandra Dewi	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	46
8	Muh renal	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	43
9	Nur Alisa Bahar	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
10	Udhin Sitaba	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
11	Ramli jubin	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
12	Ani Suriani	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
13	Muhammad Randi	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
14	Dewi lestari	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
15	Sri Dewi	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
16	Suryati	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
17	Halimah	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
18	Sasmita	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
19	Sri eka suryaningsih	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
20	bilaa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	Siti nurfauziah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	Elisa	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	45
23	Syamsinar	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
24	Muh Nur Adrian S	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	45
25	Dwi Margahayu	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
26	Mardiana Mahmud	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
27	Suriyanti S	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
28	Herna	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
29	Sumarni	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
30	Nurjohana wisal	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
31	Mansia	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
32	Sri dewi hastuti B	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	46
33	Anggry Yulia Nengsi	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
34	Sartika	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	26
35	Masril batara aska	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
36	Yacob silandai	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45
37	Maylani putri mustari	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	25
38	Lilis anggraeni	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	26
39	Risma amaliah S.Pd., M.Pd	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
40	Indrianti	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
41	Rosmini	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
42	Lisma damayanti	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
43	Pratiwi ika puspita sari	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	27
44	Wahyunis	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
45	Jumardi lolo allo	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
46	Ibayana nurdin S.Pd	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	47
47	Erma bachri Sp	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
48	Irman S.Sos	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
49	Febrianti	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	18
50	Sri maryuni putri	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	34
51	Nadhillah	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
52	Hasnia	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
53	Surya Nur	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
54	Sri eka jayanti	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
55	Tri utami wahyuni	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	ST. Sri Annisa	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
57	Muhammad	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	Sukmawati	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
59	Surahman	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
60	Hasna	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	Muh.Ridho	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
62	Masjawiah	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
63	Saenab AR., A. MA	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
64	Sudirman	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	Tanrilulu	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	Suarni	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	46
67	Salmawati	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	26

Lampiran 3 Data Karakteristik Responden

No.	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Bulanan
1	Eka Juniarsih	Perempuan	45	SMA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
2	Suriyani	Perempuan	50	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
3	Sahrul Gunawan	Laki-Laki	21	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
4	Reynaldi Syam	Laki-Laki	27	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
5	Rahman	Laki-Laki	50	SMA	Pegawai Negeri	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
6	Nuraeni	Perempuan	38	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
7	Sandra Dewi	Perempuan	19	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
8	Muh renal	Laki-Laki	23	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
9	Nur Alisa Bahar	Perempuan	20	S1	Pegawai Negeri	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
10	Udhin Sitaba	Laki-Laki	54	SMA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
11	Ramli jubin	Laki-Laki	40	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
12	Ani Suriani	Perempuan	47	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
13	Muhammad Randi	Laki-Laki	20	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
14	Dewi lestari	Perempuan	28	S1	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
15	Sri Dewi	Perempuan	31	DIPLOMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
16	Suryati	Perempuan	45	SMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
17	Halimah	Perempuan	52	SMA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
18	Sasmita	Perempuan	29	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
19	Sri eka suryaningsih	Perempuan	43	DIPLOMA	Pegawai Negeri	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
20	bilaa	Perempuan	25	S1	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
21	Siti nurfauziah	Perempuan	28	DIPLOMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
22	Elisa	Perempuan	23	SD	Ibu Rumah Tangga	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
23	Syamsinar	Perempuan	23	SMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
24	Muh Nur Adrian S	Laki-Laki	25	S1	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
25	Dwi Margahayu	Perempuan	27	S1	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
26	Mardiana Mahmud	Perempuan	32	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
27	Suriyanti S	Perempuan	53	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
28	Herna	Perempuan	35	S1	Pegawai Negeri	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
29	Sumarni	Perempuan	53	SMA	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
30	Nurjhana wisal	Perempuan	35	DIPLOMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
31	Mansia	Perempuan	45	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
32	Sri dewi hastuti B	Perempuan	29	DIPLOMA	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
33	Anggry Yulia Nengsi	Perempuan	28	S1	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
34	Sartika	Perempuan	25	DIPLOMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.000.000
35	M asril batara aska	Laki-Laki	27	S1	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
36	Yacob silandai	Laki-Laki	42	SMA	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
37	Maylani putri mustari	Perempuan	36	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
38	Lilis anggraeni	Perempuan	25	SMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
39	Risma amaliah S.Pd., M.Pd	Perempuan	40	S1	Pegawai Negeri	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
40	Indrianti	Perempuan	26	SMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
41	Rosmini	Perempuan	38	DIPLOMA	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
42	Lisma damayanti	Perempuan	28	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
43	Pratiwi ika puspita sari	Perempuan	33	S1	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
44	Wahyunis	Perempuan	27	SMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
45	Jumardi lolo allo	Laki-Laki	42	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
46	Ibayana nurdin S.Pd	Perempuan	35	S1	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
47	Erma bachri Sp	Perempuan	34	S1	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
48	Iman S.Sos	Laki-Laki	39	S1	Pegawai Negeri	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
49	Febrianti	Perempuan	24	SMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
50	Sri maryuni putri	Perempuan	27	S1	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
51	Nadhillah	Perempuan	27	SMA	Lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
52	Hasnia	Perempuan	41	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
53	Surya Nur	Laki-Laki	35	SMA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
54	Sri eka jayanti	Perempuan	29	S1	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
55	Tri utami wahyuni	Perempuan	27	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
56	ST. Sri Annisa	Perempuan	34	S1	Pegawai Swasta	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
57	Muhammad	Laki-Laki	42	SMA	Nelayan/Perikanan	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
58	Sukmawati	Perempuan	28	S1	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
59	Surahman	Laki-Laki	45	SMA	Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
60	Hasna	Perempuan	46	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
61	Muh.Ridho	Laki-Laki	26	S1	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
62	Masjawiah	Perempuan	43	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
63	Saenab AR., A. MA	Laki-Laki	40	SMP	Petani/Pekebun	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
64	Sudirman	Laki-Laki	33	SMA	Petani/Pekebun	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
65	Tanrilulu	Perempuan	49	S1	Pegawai Negeri	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
66	Suarni	Perempuan	42	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
67	Salmawati	Perempuan	23	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000

Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik

A. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Kepuasan (X1)

Correlations												
		X1.K1	X1.K2	X1.K3	X1.K4	X1.K5	X1.K6	X1.K7	X1.K8	X1.K9	X1.K10	X1.TOTAL
X1.K1	Pearson Correlation	1	.677**	.778**	.601**	.677**	.636**	.686**	.629**	.706**	.562**	.823**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K2	Pearson Correlation	.677**	1	.727**	.695**	.761**	.701**	.742**	.709**	.684**	.632**	.873**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K3	Pearson Correlation	.778**	.727**	1	.594**	.756**	.665**	.771**	.645**	.779**	.642**	.875**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K4	Pearson Correlation	.601**	.695**	.594**	1	.638**	.651**	.681**	.691**	.660**	.709**	.824**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K5	Pearson Correlation	.677**	.761**	.756**	.638**	1	.623**	.808**	.602**	.706**	.551**	.847**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K6	Pearson Correlation	.636**	.701**	.665**	.651**	.623**	1	.569**	.682**	.605**	.734**	.819**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K7	Pearson Correlation	.686**	.742**	.771**	.681**	.808**	.569**	1	.620**	.733**	.639**	.863**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K8	Pearson Correlation	.629**	.709**	.645**	.691**	.602**	.682**	.620**	1	.580**	.739**	.825**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K9	Pearson Correlation	.706**	.684**	.779**	.660**	.706**	.605**	.733**	.580**	1	.597**	.837**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.K10	Pearson Correlation	.562**	.632**	.642**	.709**	.551**	.734**	.639**	.739**	.597**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.823**	.873**	.875**	.824**	.847**	.819**	.863**	.825**	.837**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

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

b. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah (X2)

Correlations										
		X2.KN1	X2.KN2	X2.KN3	X2.KN4	X2.KN5	X2.KN6	X2.KN7	X2.KN8	X2.TOTAL
X2.KN1	Pearson Correlation	1	.716**	.777**	.782**	.869**	.689**	.722**	.802**	.904**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN2	Pearson Correlation	.716**	1	.650**	.704**	.701**	.716**	.676**	.749**	.838**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN3	Pearson Correlation	.777**	.650**	1	.809**	.758**	.674**	.711**	.754**	.873**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN4	Pearson Correlation	.782**	.704**	.809**	1	.720**	.745**	.744**	.823**	.901**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN5	Pearson Correlation	.869**	.701**	.758**	.720**	1	.694**	.769**	.837**	.904**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN6	Pearson Correlation	.689**	.716**	.674**	.745**	.694**	1	.605**	.764**	.841**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN7	Pearson Correlation	.722**	.676**	.711**	.744**	.769**	.605**	1	.714**	.847**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.KN8	Pearson Correlation	.802**	.749**	.754**	.823**	.837**	.764**	.714**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.904**	.838**	.873**	.901**	.904**	.841**	.847**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52

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

c. Hasil Uji Validitas Retensi Nasabah (Y)

Correlations												
		Y.RN1	Y.RN2	Y.RN3	Y.RN4	Y.RN5	Y.RN6	Y.RN7	Y.RN8	Y.RN9	Y.RN10	Y.TOTAL
Y.RN1	Pearson Correlation	1	.569**	.775**	.694**	.670**	.657**	.708**	.569**	.696**	.670**	.820**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN2	Pearson Correlation	.569**	1	.537**	.726**	.694**	.644**	.632**	.726**	.684**	.789**	.820**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN3	Pearson Correlation	.775**	.537**	1	.710**	.730**	.681**	.712**	.664**	.712**	.721**	.850**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN4	Pearson Correlation	.694**	.726**	.710**	1	.633**	.798**	.696**	.718**	.851**	.738**	.893**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN5	Pearson Correlation	.670**	.694**	.730**	.633**	1	.636**	.734**	.703**	.654**	.810**	.848**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN6	Pearson Correlation	.657**	.644**	.681**	.798**	.636**	1	.518**	.730**	.745**	.678**	.835**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN7	Pearson Correlation	.708**	.632**	.712**	.696**	.734**	.518**	1	.621**	.758**	.746**	.836**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN8	Pearson Correlation	.569**	.726**	.664**	.718**	.703**	.730**	.621**	1	.636**	.786**	.837**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN9	Pearson Correlation	.696**	.684**	.712**	.851**	.654**	.745**	.758**	.636**	1	.705**	.879**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.RN10	Pearson Correlation	.670**	.789**	.721**	.738**	.810**	.678**	.746**	.786**	.705**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.820**	.820**	.850**	.893**	.848**	.835**	.836**	.837**	.879**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

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

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.953	10

b. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Nasabah (X2)

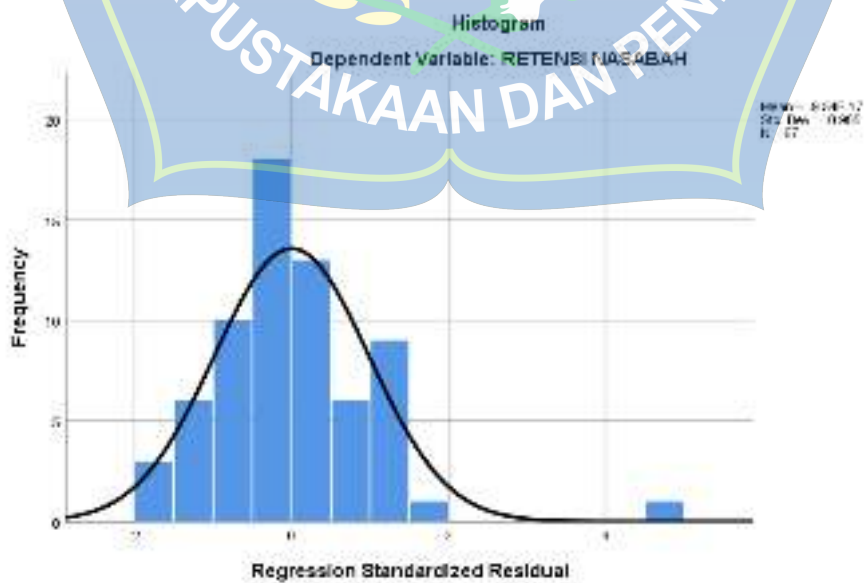
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.957	8

c. Hasil Uji Reliabilitas Retensi Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.958	10

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas



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

a. Dependent Variable: RETENSI NASABAH

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.969 ^a	0.939	0.937	1.79355	1.523

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

b. Dependent Variable: RETENSI NASABAH

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	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 Variable: ABS_RES						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	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 Variable: RETENSI NASABAH

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	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 Variable: RETENSI NASABAH						

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.969 ^a	0.939	0.937	1.79355
a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN NASABAH, KEPUASAN				

B. Daftar r Tabel

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	70	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	80	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	90	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	100	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

C. Tabel Durbin Watson (DW)

No	Kategori		Kategori		Kategori		Kategori		Kategori	
	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori	Sub-Kategori
1	1.1	1.1.1	1.1.1.1	1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1.1.1.1.1	1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1
2	1.2	1.2.1	1.2.1.1	1.2.1.1.1	1.2.1.1.1.1	1.2.1.1.1.1.1	1.2.1.1.1.1.1.1	1.2.1.1.1.1.1.1.1	1.2.1.1.1.1.1.1.1.1	1.2.1.1.1.1.1.1.1.1.1
3	1.3	1.3.1	1.3.1.1	1.3.1.1.1	1.3.1.1.1.1	1.3.1.1.1.1.1	1.3.1.1.1.1.1.1	1.3.1.1.1.1.1.1.1	1.3.1.1.1.1.1.1.1.1	1.3.1.1.1.1.1.1.1.1.1
4	1.4	1.4.1	1.4.1.1	1.4.1.1.1	1.4.1.1.1.1	1.4.1.1.1.1.1	1.4.1.1.1.1.1.1	1.4.1.1.1.1.1.1.1	1.4.1.1.1.1.1.1.1.1	1.4.1.1.1.1.1.1.1.1.1
5	1.5	1.5.1	1.5.1.1	1.5.1.1.1	1.5.1.1.1.1	1.5.1.1.1.1.1	1.5.1.1.1.1.1.1	1.5.1.1.1.1.1.1.1	1.5.1.1.1.1.1.1.1.1	1.5.1.1.1.1.1.1.1.1.1
6	1.6	1.6.1	1.6.1.1	1.6.1.1.1	1.6.1.1.1.1	1.6.1.1.1.1.1	1.6.1.1.1.1.1.1	1.6.1.1.1.1.1.1.1	1.6.1.1.1.1.1.1.1.1	1.6.1.1.1.1.1.1.1.1.1
7	1.7	1.7.1	1.7.1.1	1.7.1.1.1	1.7.1.1.1.1	1.7.1.1.1.1.1	1.7.1.1.1.1.1.1	1.7.1.1.1.1.1.1.1	1.7.1.1.1.1.1.1.1.1	1.7.1.1.1.1.1.1.1.1.1
8	1.8	1.8.1	1.8.1.1	1.8.1.1.1	1.8.1.1.1.1	1.8.1.1.1.1.1	1.8.1.1.1.1.1.1	1.8.1.1.1.1.1.1.1	1.8.1.1.1.1.1.1.1.1	1.8.1.1.1.1.1.1.1.1.1
9	1.9	1.9.1	1.9.1.1	1.9.1.1.1	1.9.1.1.1.1	1.9.1.1.1.1.1	1.9.1.1.1.1.1.1	1.9.1.1.1.1.1.1.1	1.9.1.1.1.1.1.1.1.1	1.9.1.1.1.1.1.1.1.1.1
10	1.10	1.10.1	1.10.1.1	1.10.1.1.1	1.10.1.1.1.1	1.10.1.1.1.1.1	1.10.1.1.1.1.1.1	1.10.1.1.1.1.1.1.1	1.10.1.1.1.1.1.1.1.1	1.10.1.1.1.1.1.1.1.1.1
11	1.11	1.11.1	1.11.1.1	1.11.1.1.1	1.11.1.1.1.1	1.11.1.1.1.1.1	1.11.1.1.1.1.1.1	1.11.1.1.1.1.1.1.1	1.11.1.1.1.1.1.1.1.1	1.11.1.1.1.1.1.1.1.1.1
12	1.12	1.12.1	1.12.1.1	1.12.1.1.1	1.12.1.1.1.1	1.12.1.1.1.1.1	1.12.1.1.1.1.1.1	1.12.1.1.1.1.1.1.1	1.12.1.1.1.1.1.1.1.1	1.12.1.1.1.1.1.1.1.1.1
13	1.13	1.13.1	1.13.1.1	1.13.1.1.1	1.13.1.1.1.1	1.13.1.1.1.1.1	1.13.1.1.1.1.1.1	1.13.1.1.1.1.1.1.1	1.13.1.1.1.1.1.1.1.1	1.13.1.1.1.1.1.1.1.1.1
14	1.14	1.14.1	1.14.1.1	1.14.1.1.1	1.14.1.1.1.1	1.14.1.1.1.1.1	1.14.1.1.1.1.1.1	1.14.1.1.1.1.1.1.1	1.14.1.1.1.1.1.1.1.1	1.14.1.1.1.1.1.1.1.1.1
15	1.15	1.15.1	1.15.1.1	1.15.1.1.1	1.15.1.1.1.1	1.15.1.1.1.1.1	1.15.1.1.1.1.1.1	1.15.1.1.1.1.1.1.1	1.15.1.1.1.1.1.1.1.1	1.15.1.1.1.1.1.1.1.1.1
16	1.16	1.16.1	1.16.1.1	1.16.1.1.1	1.16.1.1.1.1	1.16.1.1.1.1.1	1.16.1.1.1.1.1.1	1.16.1.1.1.1.1.1.1	1.16.1.1.1.1.1.1.1.1	1.16.1.1.1.1.1.1.1.1.1
17	1.17	1.17.1	1.17.1.1	1.17.1.1.1	1.17.1.1.1.1	1.17.1.1.1.1.1	1.17.1.1.1.1.1.1	1.17.1.1.1.1.1.1.1	1.17.1.1.1.1.1.1.1.1	1.17.1.1.1.1.1.1.1.1.1
18	1.18	1.18.1	1.18.1.1	1.18.1.1.1	1.18.1.1.1.1	1.18.1.1.1.1.1	1.18.1.1.1.1.1.1	1.18.1.1.1.1.1.1.1	1.18.1.1.1.1.1.1.1.1	1.18.1.1.1.1.1.1.1.1.1
19	1.19	1.19.1	1.19.1.1	1.19.1.1.1	1.19.1.1.1.1	1.19.1.1.1.1.1	1.19.1.1.1.1.1.1	1.19.1.1.1.1.1.1.1	1.19.1.1.1.1.1.1.1.1	1.19.1.1.1.1.1.1.1.1.1
20	1.20	1.20.1	1.20.1.1	1.20.1.1.1	1.20.1.1.1.1	1.20.1.1.1.1.1	1.20.1.1.1.1.1.1	1.20.1.1.1.1.1.1.1	1.20.1.1.1.1.1.1.1.1	1.20.1.1.1.1.1.1.1.1.1
21	1.21	1.21.1	1.21.1.1	1.21.1.1.1	1.21.1.1.1.1	1.21.1.1.1.1.1	1.21.1.1.1.1.1.1	1.21.1.1.1.1.1.1.1	1.21.1.1.1.1.1.1.1.1	1.21.1.1.1.1.1.1.1.1.1
22	1.22	1.22.1	1.22.1.1	1.22.1.1.1	1.22.1.1.1.1	1.22.1.1.1.1.1	1.22.1.1.1.1.1.1	1.22.1.1.1.1.1.1.1	1.22.1.1.1.1.1.1.1.1	1.22.1.1.1.1.1.1.1.1.1
23	1.23	1.23.1	1.23.1.1	1.23.1.1.1	1.23.1.1.1.1	1.23.1.1.1.1.1	1.23.1.1.1.1.1.1	1.23.1.1.1.1.1.1.1	1.23.1.1.1.1.1.1.1.1	1.23.1.1.1.1.1.1.1.1.1
24	1.24	1.24.1	1.24.1.1	1.24.1.1.1	1.24.1.1.1.1	1.24.1.1.1.1.1	1.24.1.1.1.1.1.1	1.24.1.1.1.1.1.1.1	1.24.1.1.1.1.1.1.1.1	1.24.1.1.1.1.1.1.1.1.1
25	1.25	1.25.1	1.25.1.1	1.25.1.1.1	1.25.1.1.1.1	1.25.1.1.1.1.1	1.25.1.1.1.1.1.1	1.25.1.1.1.1.1.1.1	1.25.1.1.1.1.1.1.1.1	1.25.1.1.1.1.1.1.1.1.1
26	1.26	1.26.1	1.26.1.1	1.26.1.1.1	1.26.1.1.1.1	1.26.1.1.1.1.1	1.26.1.1.1.1.1.1	1.26.1.1.1.1.1.1.1	1.26.1.1.1.1.1.1.1.1	1.26.1.1.1.1.1.1.1.1.1
27	1.27	1.27.1	1.27.1.1	1.27.1.1.1	1.27.1.1.1.1	1.27.1.1.1.1.1	1.27.1.1.1.1.1.1	1.27.1.1.1.1.1.1.1	1.27.1.1.1.1.1.1.1.1	1.27.1.1.1.1.1.1.1.1.1
28	1.28	1.28.1	1.28.1.1	1.28.1.1.1	1.28.1.1.1.1	1.28.1.1.1.1.1	1.28.1.1.1.1.1.1	1.28.1.1.1.1.1.1.1	1.28.1.1.1.1.1.1.1.1	1.28.1.1.1.1.1.1.1.1.1
29	1.29	1.29.1	1.29.1.1	1.29.1.1.1	1.29.1.1.1.1	1.29.1.1.1.1.1	1.29.1.1.1.1.1.1	1.29.1.1.1.1.1.1.1	1.29.1.1.1.1.1.1.1.1	1.29.1.1.1.1.1.1.1.1.1
30	1.30	1.30.1	1.30.1.1	1.30.1.1.1	1.30.1.1.1.1	1.30.1.1.1.1.1	1.30.1.1.1.1.1.1	1.30.1.1.1.1.1.1.1	1.30.1.1.1.1.1.1.1.1	1.30.1.1.1.1.1.1.1.1.1
31	1.31	1.31.1	1.31.1.1	1.31.1.1.1	1.31.1.1.1.1	1.31.1.1.1.1.1	1.31.1.1.1.1.1.1	1.31.1.1.1.1.1.1.1	1.31.1.1.1.1.1.1.1.1	1.31.1.1.1.1.1.1.1.1.1
32	1.32	1.32.1	1.32.1.1	1.32.1.1.1	1.32.1.1.1.1	1.32.1.1.1.1.1	1.32.1.1.1.1.1.1	1.32.1.1.1.1.1.1.1	1.32.1.1.1.1.1.1.1.1	1.32.1.1.1.1.1.1.1.1.1
33	1.33	1.33.1	1.33.1.1	1.33.1.1.1	1.33.1.1.1.1	1.33.1.1.1.1.1	1.33.1.1.1.1.1.1	1.33.1.1.1.1.1.1.1	1.33.1.1.1.1.1.1.1.1	1.33.1.1.1.1.1.1.1.1.1
34	1.34	1.34.1	1.34.1.1	1.34.1.1.1	1.34.1.1.1.1	1.34.1.1.1.1.1	1.34.1.1.1.1.1.1	1.34.1.1.1.1.1.1.1	1.34.1.1.1.1.1.1.1.1	1.34.1.1.1.1.1.1.1.1.1
35	1.35	1.35.1	1.35.1.1	1.35.1.1.1	1.35.1.1.1.1	1.35.1.1.1.1.1	1.35.1.1.1.1.1.1	1.35.1.1.1.1.1.1.1	1.35.1.1.1.1.1.1.1.1	1.35.1.1.1.1.1.1.1.1.1
36	1.36	1.36.1	1.36.1.1	1.36.1.1.1	1.36.1.1.1.1	1.36.1.1.1.1.1	1.36.1.1.1.1.1.1	1.36.1.1.1.1.1.1.1	1.36.1.1.1.1.1.1.1.1	1.36.1.1.1.1.1.1.1.1.1
37	1.37	1.37.1	1.37.1.1	1.37.1.1.1	1.37.1.1.1.1	1.37.1.1.1.1.1	1.37.1.1.1.1.1.1	1.37.1.1.1.1.1.1.1	1.37.1.1.1.1.1.1.1.1	1.37.1.1.1.1.1.1.1.1.1
38	1.38	1.38.1	1.38.1.1	1.38.1.1.1	1.38.1.1.1.1	1.38.1.1.1.1.1	1.38.1.1.1.1.1.1	1.38.1.1.1.1.1.1.1	1.38.1.1.1.1.1.1.1.1	1.38.1.1.1.1.1.1.1.1.1
39	1.39	1.39.1	1.39.1.1	1.39.1.1.1	1.39.1.1.1.1	1.39.1.1.1.1.1	1.39.1.1.1.1.1.1	1.39.1.1.1.1.1.1.1	1.39.1.1.1.1.1.1.1.1	1.39.1.1.1.1.1.1.1.1.1
40	1.40	1.40.1	1.40.1.1	1.40.1.1.1	1.40.1.1.1.1	1.40.1.1.1.1.1	1.40.1.1.1.1.1.1	1.40.1.1.1.1.1.1.1	1.40.1.1.1.1.1.1.1.1	1.40.1.1.1.1.1.1.1.1.1
41	1.41	1.41.1	1.41.1.1	1.41.1.1.1	1.41.1.1.1.1	1.41.1.1.1.1.1	1.41.1.1.1.1.1.1	1.41.1.1.1.1.1.1.1	1.41.1.1.1.1.1.1.1.1	1.41.1.1.1.1.1.1.1.1.1
42	1.42	1.42.1	1.42.1.1	1.42.1.1.1	1.42.1.1.1.1	1.42.1.1.1.1.1	1.42.1.1.1.1.1.1	1.42.1.1.1.1.1.1.1	1.42.1.1.1.1.1.1.1.1	1.42.1.1.1.1.1.1.1.1.1
43	1.43	1.43.1	1.43.1.1	1.43.1.1.1	1.43.1.1.1.1	1.43.1.1.1.1.1	1.43.1.1.1.1.1.1	1.43.1.1.1.1.1.1.1	1.43.1.1.1.1.1.1.1.1	1.43.1.1.1.1.1.1.1.1.1
44	1.44	1.44.1	1.44.1.1	1.44.1.1.1	1.44.1.1.1.1	1.44.1.1.1.1.1	1.44.1.1.1.1.1.1	1.44.1.1.1.1.1.1.1	1.44.1.1.1.1.1.1.1.1	1.44.1.1.1.1.1.1.1.1.1
45	1.45	1.45.1	1.45.1.1	1.45.1.1.1	1.45.1.1.1.1	1.45.1.1.1.1.1	1.45.1.1.1.1.1.1	1.45.1.1.1.1.1.1.1	1.45.1.1.1.1.1.1.1.1	1.45.1.1.1.1.1.1.1.1.1
46	1.46	1.46.1	1.46.1.1	1.46.1.1.1	1.46.1.1.1.1	1.46.1.1.1.1.1	1.46.1.1.1.1.1.1	1.46.1.1.1.1.1.1.1	1.46.1.1.1.1.1.1.1.1	1.46.1.1.1.1.1.1.1.1.1
47	1.47	1.47.1	1.47.1.1	1.47.1.1.1	1.47.1.1.1.1	1.47.1.1.1.1.1	1.47.1.1.1.1.1.1	1.47.1.1.1.1.1.1.1	1.47.1.1.1.1.1.1.1.1	1.47.1.1.1.1.1.1.1.1.1
48	1.48	1.48.1	1.48.1.1	1.48.1.1.1	1.48.1.1.1.1	1.48.1.1.1.1.1	1.48.1.1.1.1.1.1	1.48.1.1.1.1.1.1.1	1.48.1.1.1.1.1.1.1.1	1.48.1.1.1.1.1.1.1.1.1
49	1.49	1.49.1	1.49.1.1	1.49.1.1.1	1.49.1.1.1.1	1.49.1.1.1.1.1	1.49.1.1.1.1.1.1	1.49.1.1.1.1.1.1.1	1.49.1.1.1.1.1.1.1.1	1.49.1.1.1.1.1.1.1.1.1
50	1.50	1.50.1	1.50.1.1	1.50.1.1.1	1.50.1.1.1.1	1.50.1.1.1.1.1	1.50.1.1.1.1.1.1	1.50.1.1.1.1.1.1.1	1.50.1.1.1.1.1.1.1.1	1.50.1.1.1.1.1.1.1.1.1
51	1.51	1.51.1	1.51.1.1	1.51.1.1.1	1.51.1.1.1.1	1.51.1.1.1.1.1	1.51.1.1.1.1.1.1	1.51.1.1.1.1.1.1.1	1.51.1.1.1.1.1.1.1.1	1.51.1.1.1.1.1.1.1.1.1
52	1.52	1.52.1	1.52.1.1	1.52.1.1.1	1.52.1.1.1.1	1.52.1.1.1.1.1	1.52.1.1.1.1.1.1	1.52.1.1.1.1.1.1.1	1.52.1.1.1.1.1.1.1.1	1.52.1.1.1.1.1.1.1.1.1
53	1.53	1.53.1	1.53.1.1	1.53.1.1.1	1.53.1.1.1.1	1.53.1.1.1.1.1	1.53.1.1.1.1.1.1	1.53.1.1.1.1.1.1.1	1.53.1.1.1.1.1.1.1.1	1.53.1.1.1.1.1.1.1.1.1
54	1.54	1.54.1	1.54.1.1	1.54.1.1.1	1.54.1.1.1.1	1.54.1.1.1.1.1	1.54.1.1.1.1.1.1	1.54.1.1.1.1.1.1.1	1.54.1.1.1.1.1.1.1.1	1.54.1.1.1.1.1.1.1.1.1
55	1.55	1.55.1	1.55.1.1	1.55.1.1.1	1.55.1.1.1.1	1.55.1.1.1.1.1	1.55.1.1.1.1.1.1	1.55.1.1.1.1.1.1.1	1.55.1.1.1.1.1.1.1.1	1.55.1.1.1.1.1.1.1.1.1
56	1.56	1.56.1	1.56.1.1	1.56.1.1.1	1.56.1.1.1.1	1.56.1.1.1.1.1	1.56.1.1.1.1.1.1	1.56.1.1.1.1.1.1.1	1.56.1.1.1.1.1.1.1.1	1.56.1.1.1.1.1.1.1.1.1
57	1.57	1.57.1	1.57.1.1	1.57.1.1.1	1.57.1.1.1.1	1.57.1.1.1.1.1	1.57.1.1.1.1.1.1	1.57.1.1.1.1.1.1.1	1.57.1.1.1.1.1.1.1.1	1.57.1.1.1.1.1.1.1.1.1
58	1.58	1.58.1	1.58.1.1	1.58.1.1.1	1.58.1.1.1.1	1.58.1.1.1.1.1	1.58.1.1.1.1.1.1	1.58.1.1.1.1.1.1.1	1.58.1.1.1.1.1.1.1.1	1.58.1.1.1.1.1.1.1.1.1
59	1.59	1.59.1	1.59.1.1	1.59.1.1.1	1.59.1.1.1.1	1.59.1.1.1.1.1	1.59.1.1.1.1.1.1	1.59.1.1.1.1.1.1.1	1.59.1.1.1.1.1.1.1.1	1.59.1.1.1.1.1.1.1.1.1
60	1.60	1.60.1	1.60.1.1	1.60.1.1.1	1.60.1.1.1.1	1.60.1.1.1.1.1	1.60.1.1.1.1.1.1	1.60.1.1.1.1.1.1.1	1.60.1.1.1.1.1.1.1.1	1.60.1.1.1.1.1.1.1.1.1
61	1.61	1.61.1	1.61.1.1	1.61.1.1.1	1.61.1.1.1.1	1.61.1.1.1.1.1	1.61.1.1.1.1.1.1	1.61.1.1.1.1.1.1.1	1.61.1.1.1.1.1.1.1.1	1.61.1.1.1.1.1.1.1.1.1
62	1.62	1.62.1	1.62.1.1	1.62.1.1.1	1.62.1.1.1.1	1.62.1.1.1.1.1	1.62.1.1.1.1.1.1	1.62.1.1.1.1.1.1.1	1.62.1.1.1.1.1.1.1.1	1.62.1.1.1.1.1.1.1.1.1
63	1.63	1.63.1	1.63.1.1	1.63.1.1.1	1.63.1.1.1.1	1.63.1.1.1.1.1	1.63.1.1.1.1.1.1	1.63.1.1.1.1.1.1.1	1.63.1.1.1.1.1.1.1.1	1.63.1.1.1.1.1.1.1.1.1
64	1.64	1.64.1	1.64.1.1	1.64.1.1.1	1.64.1.1.1.1</					

D. Daftar t Tabel

47	0.998	0.002	48	0.998	0.002	49	0.998	0.002	50	0.998	0.002
1	0.994	0.006	51	0.994	0.006	52	0.995	0.005	53	0.995	0.005
2	0.979	0.021	54	0.995	0.005	54	0.995	0.005	55	0.995	0.005
3	0.963	0.037	55	0.995	0.005	56	0.995	0.005	57	0.995	0.005
4	0.947	0.053	56	0.995	0.005	58	0.995	0.005	59	0.995	0.005
5	0.931	0.069	57	0.995	0.005	60	0.995	0.005	61	0.995	0.005
6	0.915	0.085	58	0.995	0.005	62	0.995	0.005	63	0.995	0.005
7	0.899	0.101	59	0.995	0.005	64	0.995	0.005	65	0.995	0.005
8	0.883	0.117	60	0.995	0.005	66	0.995	0.005	67	0.995	0.005
9	0.867	0.133	61	0.995	0.005	68	0.995	0.005	69	0.995	0.005
10	0.851	0.149	62	0.995	0.005	70	0.995	0.005	71	0.995	0.005
11	0.835	0.165	63	0.995	0.005	72	0.995	0.005	73	0.995	0.005
12	0.819	0.181	64	0.995	0.005	74	0.995	0.005	75	0.995	0.005
13	0.803	0.197	65	0.995	0.005	76	0.995	0.005	77	0.995	0.005
14	0.787	0.213	66	0.995	0.005	78	0.995	0.005	79	0.995	0.005
15	0.771	0.229	67	0.995	0.005	80	0.995	0.005	81	0.995	0.005
16	0.755	0.245	68	0.995	0.005	82	0.995	0.005	83	0.995	0.005
17	0.739	0.261	69	0.995	0.005	84	0.995	0.005	85	0.995	0.005
18	0.723	0.277	70	0.995	0.005	86	0.995	0.005	87	0.995	0.005
19	0.707	0.293	71	0.995	0.005	88	0.995	0.005	89	0.995	0.005
20	0.691	0.309	72	0.995	0.005	90	0.995	0.005	91	0.995	0.005
21	0.675	0.325	73	0.995	0.005	92	0.995	0.005	93	0.995	0.005
22	0.659	0.341	74	0.995	0.005	94	0.995	0.005	95	0.995	0.005
23	0.643	0.357	75	0.995	0.005	96	0.995	0.005	97	0.995	0.005
24	0.627	0.373	76	0.995	0.005	98	0.995	0.005	99	0.995	0.005
25	0.611	0.389	77	0.995	0.005	100	0.995	0.005	101	0.995	0.005
26	0.595	0.405	78	0.995	0.005	102	0.995	0.005	103	0.995	0.005
27	0.579	0.421	79	0.995	0.005	104	0.995	0.005	105	0.995	0.005
28	0.563	0.437	80	0.995	0.005	106	0.995	0.005	107	0.995	0.005
29	0.547	0.453	81	0.995	0.005	108	0.995	0.005	109	0.995	0.005
30	0.531	0.469	82	0.995	0.005	110	0.995	0.005	111	0.995	0.005
31	0.515	0.485	83	0.995	0.005	112	0.995	0.005	113	0.995	0.005
32	0.499	0.501	84	0.995	0.005	114	0.995	0.005	115	0.995	0.005
33	0.483	0.517	85	0.995	0.005	116	0.995	0.005	117	0.995	0.005
34	0.467	0.533	86	0.995	0.005	118	0.995	0.005	119	0.995	0.005
35	0.451	0.549	87	0.995	0.005	120	0.995	0.005	121	0.995	0.005
36	0.435	0.565	88	0.995	0.005	122	0.995	0.005	123	0.995	0.005
37	0.419	0.581	89	0.995	0.005	124	0.995	0.005	125	0.995	0.005
38	0.403	0.597	90	0.995	0.005	126	0.995	0.005	127	0.995	0.005
39	0.387	0.613	91	0.995	0.005	128	0.995	0.005	129	0.995	0.005
40	0.371	0.629	92	0.995	0.005	130	0.995	0.005	131	0.995	0.005
41	0.355	0.645	93	0.995	0.005	132	0.995	0.005	133	0.995	0.005
42	0.339	0.661	94	0.995	0.005	134	0.995	0.005	135	0.995	0.005
43	0.323	0.677	95	0.995	0.005	136	0.995	0.005	137	0.995	0.005
44	0.307	0.693	96	0.995	0.005	138	0.995	0.005	139	0.995	0.005
45	0.291	0.709	97	0.995	0.005	140	0.995	0.005	141	0.995	0.005
46	0.275	0.725	98	0.995	0.005	142	0.995	0.005	143	0.995	0.005
47	0.259	0.741	99	0.995	0.005	144	0.995	0.005	145	0.995	0.005
48	0.243	0.757	100	0.995	0.005	146	0.995	0.005	147	0.995	0.005
49	0.227	0.773	101	0.995	0.005	148	0.995	0.005	149	0.995	0.005
50	0.211	0.789	102	0.995	0.005	150	0.995	0.005	151	0.995	0.005
51	0.195	0.805	103	0.995	0.005	152	0.995	0.005	153	0.995	0.005
52	0.179	0.821	104	0.995	0.005	154	0.995	0.005	155	0.995	0.005
53	0.163	0.837	105	0.995	0.005	156	0.995	0.005	157	0.995	0.005
54	0.147	0.853	106	0.995	0.005	158	0.995	0.005	159	0.995	0.005
55	0.131	0.869	107	0.995	0.005	160	0.995	0.005	161	0.995	0.005
56	0.115	0.885	108	0.995	0.005	162	0.995	0.005	163	0.995	0.005
57	0.099	0.901	109	0.995	0.005	164	0.995	0.005	165	0.995	0.005
58	0.083	0.917	110	0.995	0.005	166	0.995	0.005	167	0.995	0.005
59	0.067	0.933	111	0.995	0.005	168	0.995	0.005	169	0.995	0.005
60	0.051	0.949	112	0.995	0.005	170	0.995	0.005	171	0.995	0.005
61	0.035	0.965	113	0.995	0.005	172	0.995	0.005	173	0.995	0.005
62	0.019	0.981	114	0.995	0.005	174	0.995	0.005	175	0.995	0.005
63	0.003	0.997	115	0.995	0.005	176	0.995	0.005	177	0.995	0.005
64			116	0.995	0.005	178	0.995	0.005	179	0.995	0.005
65			117	0.995	0.005	180	0.995	0.005	181	0.995	0.005
66			118	0.995	0.005	182	0.995	0.005	183	0.995	0.005
67			119	0.995	0.005	184	0.995	0.005	185	0.995	0.005
68			120	0.995	0.005	186	0.995	0.005	187	0.995	0.005
69			121	0.995	0.005	188	0.995	0.005	189	0.995	0.005
70			122	0.995	0.005	190	0.995	0.005	191	0.995	0.005
71			123	0.995	0.005	192	0.995	0.005	193	0.995	0.005
72			124	0.995	0.005	194	0.995	0.005	195	0.995	0.005
73			125	0.995	0.005	196	0.995	0.005	197	0.995	0.005
74			126	0.995	0.005	198	0.995	0.005	199	0.995	0.005
75			127	0.995	0.005	200	0.995	0.005	201	0.995	0.005
76			128	0.995	0.005	202	0.995	0.005	203	0.995	0.005
77			129	0.995	0.005	204	0.995	0.005	205	0.995	0.005
78			130	0.995	0.005	206	0.995	0.005	207	0.995	0.005
79			131	0.995	0.005	208	0.995	0.005	209	0.995	0.005
80			132	0.995	0.005	210	0.995	0.005	211	0.995	0.005
81			133	0.995	0.005	212	0.995	0.005	213	0.995	0.005
82			134	0.995	0.005	214	0.995	0.005	215	0.995	0.005
83			135	0.995	0.005	216	0.995	0.005	217	0.995	0.005
84			136	0.995	0.005	218	0.995	0.005	219	0.995	0.005
85			137	0.995	0.005	220	0.995	0.005	221	0.995	0.005
86			138	0.995	0.005	222	0.995	0.005	223	0.995	0.005
87			139	0.995	0.005	224	0.995	0.005	225	0.995	0.005
88			140	0.995	0.005	226	0.995	0.005	227	0.995	0.005
89			141	0.995	0.005	228	0.995	0.005	229	0.995	0.005
90			142	0.995	0.005	230	0.995	0.005	231	0.995	0.005
91			143	0.995	0.005	232	0.995	0.005	233	0.995	0.005
92			144	0.995	0.005	234	0.995	0.005	235	0.995	0.005
93			145	0.995	0.005	236	0.995	0.005	237	0.995	0.005
94			146	0.995	0.005	238	0.995	0.005	239	0.995	0.005
95			147	0.995	0.005	240	0.995	0.005	241	0.995	0.005
96			148	0.995	0.005	242	0.995	0.005	243	0.995	0.005
97			149	0.995	0.005	244	0.995	0.005	245	0.995	0.005
98			150	0.995	0.005	246	0.995	0.005	247	0.995	0.005
99			151	0.995	0.005	248	0.995	0.005	249	0.995	0.005
100			152	0.995	0.005	250	0.995	0.005	251	0.995	0.005
101			153	0.995	0.005	252	0.995	0.005	253	0.995	0.005
102			154	0.995	0.005	254	0.995	0.005	255	0.995	0.005
103			155	0.995	0.005	256	0.995	0.005	257	0.995	0.005
104			156	0.995	0.005	258	0.995	0.005	259	0.995	0.005
105			157	0.995	0.005	260	0.995	0.005	261	0.995	0.005
106			158	0.995	0.005	262	0.995	0.005	263	0.995	0.005
107			159	0.995	0.005	264	0.995	0.005	265	0.995	0.005
108			160	0.995	0.005	266	0.995	0.005	267	0.995	0.005
109			161	0.995	0.005	268	0.995	0.005	269	0.995	0.005
110			162	0.995	0.005	270	0.995	0.005	271	0.995	0.005
111			163	0.995	0.005	272	0.995	0.005	273	0.	

Lampiran 5 Jumlah Nasabah Bulan Terakhir

No	Bulan	Jumlah Nasabah
1	Agustus	72
2	September	68
3	Oktober	60
TOTAL		200 Nasabah

Sumber: *PT. Pegadaian Cabang Jeneponto. 2025*



Lampiran 6 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner





Lampiran 7 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Nomor : 49/05/4.2-II/XI/46/2024
2024

Makassar, 13 November

Lamp : *

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua IP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : ROSDIANA DEWI

Stambuk : 105721109521

Jurusan : Manajemen

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

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.

Dekan,



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si

NPM: 051 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Boulevard No 5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448808
Website : <http://smap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 28965/S.01/PTSP/2024
Lampiran : -
Perihal : Izin penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan PT Pegadaian Cab.
Jenaponto

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMU Makassar Nomor : 5207/05/C.4-VIII/XI/1448/2024 tanggal 13 November 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti/di bawah ini:

Nama : ROSDIANA DEWI
Nomor Pokok : 105721109521
Program Studi : Manajemen
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Siti Alauddin No 259, Makassar
PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP RETENSI NASABAH

[REDACTED]



PEMERINTAH KABUPATEN JENEPONTO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Ishak Iskandar No. 30 Bontosunggu Telp. (0419) 2410344 Kode Pos 92311

IZIN PENELITIAN

Nomor: 73.4/155/IP/DPMPTSP/XI/2024

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada :

Nama : Rosuliana Dewi
Jenis Kelamin : Perempuan
Nomor Pokok : 105721109521
Program Studi : Manajemen
Lembaga : Universitas Muhammadiyah Makassar
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Peneliti : Dusun Bulloe, Desa Bontomatene, Kec. Turatea, Kab. Jeneponto, Prov. Sulawesi Selatan
Alamat Meneliti : Jln Pahlawan, Empoang, Kec. Binamu, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan 92311
Tempat Meneliti : PT PEGADAIAN CABANG JENEPONTO

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Skripsi dengan Judul :
Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Retensi Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Cabang Kabupaten Jeneponto

Lamanya Penelitian : 16/11/2024 s/d 16/01/2025

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menjalani semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Menyerahkan 1 (satu) exemplar Foto Copy hasil penelitian kepada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Jeneponto Cq. Bidang Penelitian & Pengembangan.
4. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jeneponto, 15-11-2024

KEPALA DINAS,



Dr.HI.MERIYANI, SP.M, Si

Pangkat : Pembina Utama Madya

NIP : 19690202 199803 2 010

Tembusan Kepada Yth.:

1. Bupati Jeneponto di Jeneponto
2. Arsip



Halal
Sertifikasi
Elektronik

Dokumen ini telah divalidasi secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik (BSRE), BSSN, untuk pengesahan digital dokumen akan akses laman dibawah ini
<https://hs.keminfo.go.id/war/PDF>

Lampiran 8 Hasil Turnitin



ab II Rosdiana Dewi 105721109521

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

sta-sukperintah.e-journal.id

Internet Source

3%

2

ejournal.45mataram.ac.id

Internet Source

3%

3

jurnal.perimata.or.id

Internet Source

2%

4

publish.or.id

Internet Source

2%

5

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

2%

6

repository.unibos.ac.id

Internet Source

2%

7

repository.unma.ac.id

Internet Source

2%

8

jurnal.stiamak.ac.id

Internet Source

2%

9

ejournal-polnam.ac.id

Internet Source

2%

10

Submitted to unars

Student Paper

2%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

2%

Bab III Rosdiana Dewi 105721109521

ORIGINALITY REPORT

10 SIMILARITY INDEX 11% LULUS 7% PUBLICATIONS 12% STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 digital.library.uin-suka.ac.id Internet Source 4%
- 2 repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source 3%
- 3 Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper 2%
- 4 Submitted to Udayana University Student Paper 2%

Exclude quotes: Off
Exclude bibliography: Off

Exclude matches: On



IV Rosdiana Dewi 105721109521

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX



PRIMARY SOURCES

8%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

1

digilibaamin.unismuh.ac.id

Internet Source

4%

2

repositori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

3%

3

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

2%

4

Submitted to Udayana University

Student Paper

2%

Exclude quotes

0%

Exclude bibliography

0%

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Ab V Rosdiana Dewi 105721109521

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX



5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.trisakti.ac.id

3%

2

www.slideshare.net
Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



BIOGRAFI PENULIS



Rosdiana Dewi panggilan Dewi, lahir dimajalengka pada tanggal 21 Juni 2003. Peneliti Merupakan anak terakhir dari 4 bersaudara. Peneliti bertempat tinggal di Dusun Bulloe, Desa Bontomate'ne, Kecamatan Turatea, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan.

Peneliti memulai memasuki dunia pendidikan sekolah dasar di SDN 20 Gantinga pada tahun 2009 dan tamat pada tahun 2015. Kemudian ditahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikan di MTSN 2 jeneponto selama tiga tahun. Kemudian pada tahun 2018 peneliti melanjutkan sekolah menengah atas di SMAN 8 Jeneponto hingga 2021. Ditahun yang sama peneliti melanjutkan studi kejenjang perguruan tinggi Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang.