

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH PT. PEGADAIAN UPC PULAU INDAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS

Sania Umma¹, Dessy Handa Sari², Sisca Santika³

¹ Mahasiswa Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

² Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

³ Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Balikpapan

saniaumma0@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine what factors influence customer decisions in using gold pawn products at PT. Pegadaian UPC Pulau Indah. The method used is quantitative. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires with a Likert scale. The sampling technique used simple random sampling with a sample size of 321 respondents who used gold pawn products. The data analysis technique used an instrument test consisting of validity and reliability tests, classical assumption tests, namely normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression tests, coefficients of determination, and hypothesis tests including f-tests and t-tests, with the help of IBM SPSS Version 23. The results of the study indicate that the variables Motivation, Knowledge, Service, and Estimated Value simultaneously influence customer decisions. In addition, partially the variables Motivation, Service, and Estimated Value have a positive and significant effect on customer decisions. Conversely, the variable Knowledge partially has a negative and significant effect on customer decisions.

Keywords: Motivation, Knowledge, Service, Estimated Value, Customer Decisions.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan skala likert. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 321 responden pengguna produk gadai emas. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis meliputi uji-f dan uji-t, dengan bantuan IBM SPSS Versi 23. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Motivasi, Pengetahuan, Pelayanan, dan Nilai Taksiran secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Secara parsial variabel Motivasi, Pelayanan, dan Nilai Taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sebaliknya, variabel Pengetahuan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata kunci: Motivasi, Pengetahuan, Pelayanan, Nilai Taksiran, Keputusan Nasabah.

1. Pendahuluan

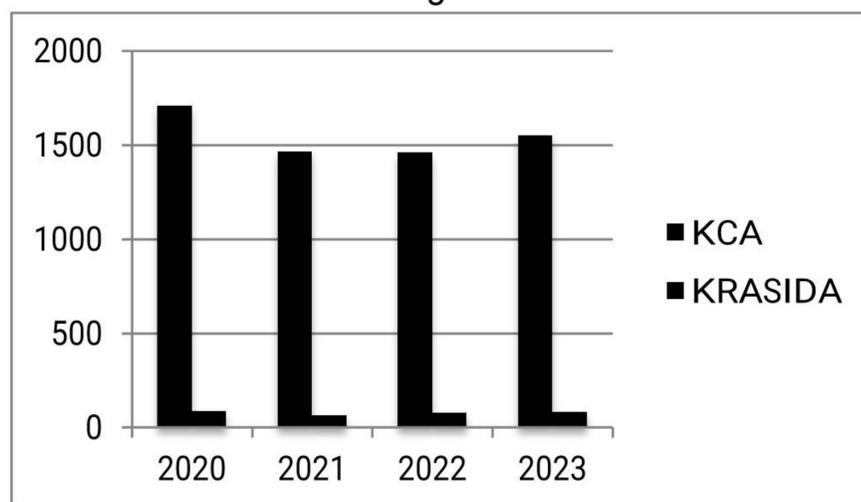
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan perekonomian yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, kebutuhan masyarakat juga ikut meningkat. Kebutuhan akan sumber daya keuangan untuk memenuhi kebutuhannya juga semakin meningkat (Rozak 2016). Hal ini tentunya dapat membuat masyarakat mengalami perubahan dalam preferensi dan standar hidup. Karena itu, dibutuhkan perencanaan keuangan yang efisien agar dapat menciptakan kestabilan finansial. Namun, tidak menutup kemungkinan terkadang masyarakat berada dalam situasi perekonomian yang tidak menentu sehingga menyebabkan masyarakat mengalami keterbatasan biaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Upaya mengatasi hambatan tersebut, masyarakat tentunya akan mencari sumber dana yang tepat untuk mencapai tujuan keuangan dengan memanfaatkan jasa lembaga keuangan yaitu melalui kegiatan pinjam meminjam.

Pegadaian adalah sebuah lembaga keuangan non-bank yang menyediakan layanan kepada masyarakat berupa jasa gadai dengan menyerahkan barang jaminan guna memperoleh suatu pinjaman (Pegadaian 2024). Salah satu produk utama di pegadaian syariah dan konvensional yaitu produk gadai emas. Gadai Emas adalah pemberian kredit melalui sistem gadai yang diberikan kepada masyarakat dengan barang jaminan berupa emas guna memperoleh sejumlah uang tertentu untuk mencukupi biaya hidup (Pegadaian 2024). Gadai emas menjadi salah satu alternatif pilihan bagi masyarakat yang membutuhkan keuangan untuk memperoleh pinjaman secara cepat, mudah, dan aman. Berikut perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai emas:

Tabel 1. 1

Data Jumlah Nasabah Gadai Emas PT. Pegadaian UPC Pulau Indah Tahun 2020-2023



Sumber: PT. Pegadaian UPC Pulau Indah (2024)

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah nasabah dimana pada produk KCA tahun 2021-2022 terjadi penurunan jumlah nasabah dan pada tahun 2023 jumlah nasabah sedikit meningkat namun tidak sebanyak pada tahun 2020. Sama halnya dengan produk KRASIDA pada tahun 2021 terjadi penurunan jumlah nasabah dan pada tahun 2022-2023 jumlah nasabah kembali meningkat namun tidak sebanyak pada tahun 2020. Setiap perusahaan pegadaian tentunya diberi target untuk meningkatkan jumlah nasabah di setiap tahunnya. Namun karena terdapat fluktuasi jumlah nasabah tersebut, maka tentunya akan berpengaruh pada omzet perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah bertujuan untuk memperkuat ruang lingkup objek yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang yang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:

1. Apakah faktor motivasi, pengetahuan, pelayanan, dan nilai taksiran secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas?
2. Apakah faktor motivasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas?
3. Apakah faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas?
4. Apakah faktor pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas?
5. Apakah faktor nilai taksiran secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mencakup apa saja yang dapat dicapai dalam suatu penelitian. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor motivasi, pengetahuan, pelayanan, dan nilai taksiran secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.
2. Untuk mengetahui faktor motivasi secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.
3. Untuk mengetahui faktor pengetahuan secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.
4. Untuk mengetahui faktor pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.
5. Untuk mengetahui faktor nilai taksiran secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.

1.4 Penelitian Terdahulu

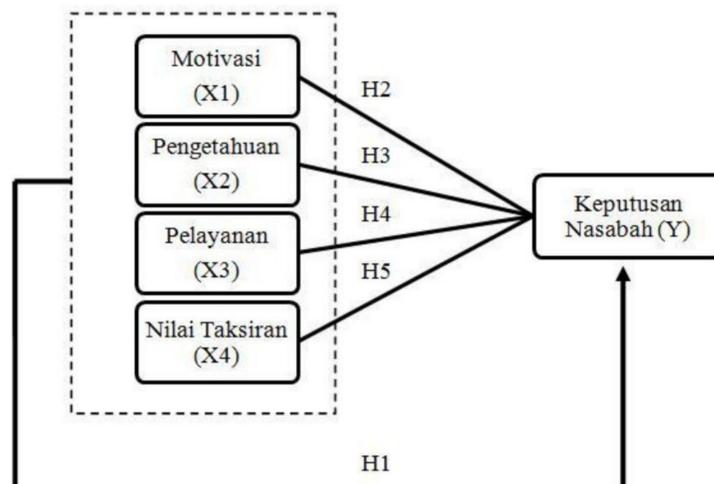
Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Asy'ari (2021) menyatakan bahwa pemilihan produk perbankan syariah dipengaruhi secara positif baik secara parsial maupun simultan oleh variabel motivasi. Selain itu dalam penelitian ini variabel yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah adalah variabel motivasi. Demikian juga dengan penelitian Resti dkk. (2021) menyatakan bahwa motivasi secara simultan maupun parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Penelitian Resti dkk. (2021) menyatakan bahwa pengambilan keputusan nasabah dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan produk. Demikian juga penelitian Kumalasari dan Rizal (2023) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan. Fahim (2019) mengemukakan bahwa variabel kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pelanggan. Demikian juga penelitian kartika dkk. (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk Rahn pada PT. Pegadaian Syariah Sungai Liput.

Menurut penelitian oleh Jumiarni (2019) menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memanfaatkan produk gadai emas dipengaruhi secara positif oleh nilai taksiran, baik secara parsial maupun secara simultan. penelitian Kartika dkk. (2023) menyatakan bahwa keputusan

pelanggan dalam menggunakan produk Rahn dipengaruhi secara positif oleh nilai taksiran, baik secara parsial maupun simultan.

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir
Sumber : Peneliti (2024)

1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Motivasi, pengetahuan, pelayanan, dan nilai taksiran secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah.
- H2 : Motivasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah.
- H3 : Pengetahuan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah.
- H4 : Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah.
- H5 : Nilai Taksiran secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah.

2. Metodologi

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian UPC Pulau Indah yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 33h, Batu Ampar, Kec. Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76125, Indonesia. Penelitian akan mulai dilaksanakan pada bulan Maret 2024.

2.2 Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah dari tahun 2020 hingga 2023. Sedangkan data primer dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner/angket yang disebarlangsung ke responden yaitu nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah yang menggunakan produk gadai emas.

Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Skala Likert merupakan skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Skala Likert adalah alat untuk mengetahui sikap atau pendapat seseorang tentang suatu peristiwa.

2.3 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merujuk kepada data yang telah diolah sehingga hasilnya lebih mudah dimengerti oleh pembaca penelitian. Analisis data melibatkan penggunaan metode statistik untuk memproses dan menginterpretasi data numerik (Hardani dkk., 2020: 160).

Peneliti menggunakan analisis regresi berganda untuk menganalisis data dalam penelitian ini, yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

3. Hasil dan Pembahasan
 3.1 Uji Instrumen Penelitian
 1. Uji Validitas

Tabel 3. 1 Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel (df=N-2)	Keterangan
Motivasi (X1)	X1.1	,684	0,0920	Valid
	X1.2	,600	0,0920	Valid
	X1.3	,676	0,0920	Valid
	X1.4	,651	0,0920	Valid
	X1.5	,732	0,0920	Valid
	X1.6	,709	0,0920	Valid
	X1.7	,675	0,0920	Valid
	X1.8	,624	0,0920	Valid
Pengetahuan (X2)	X2.1	,594	0,0920	Valid
	X2.2	,565	0,0920	Valid
	X2.3	,594	0,0920	Valid
	X2.4	,604	0,0920	Valid
	X2.5	,597	0,0920	Valid
	X2.6	,584	0,0920	Valid
Pelayanan (X3)	X3.1	,424	0,0920	Valid
	X3.2	,605	0,0920	Valid
	X3.3	,540	0,0920	Valid
	X3.4	,648	0,0920	Valid
	X3.5	,465	0,0920	Valid
	X3.6	,668	0,0920	Valid
	X3.7	,469	0,0920	Valid
	X3.8	,350	0,0920	Valid
	X3.9	,421	0,0920	Valid
	X3.10	,396	0,0920	Valid
Nilai Taksiran (4)	X2.1	,746	0,0920	Valid
	X2.2	,669	0,0920	Valid
	X2.3	,771	0,0920	Valid
	X2.4	,631	0,0920	Valid
	X2.5	,721	0,0920	Valid
	X2.6	,471	0,0920	Valid
Keputusan Nasabah (5)	Y1	,609	0,0920	Valid
	Y2	,609	0,0920	Valid
	Y3	,639	0,0920	Valid
	Y4	,607	0,0920	Valid
	Y5	,386	0,0920	Valid
	Y6	,535	0,0920	Valid
	Y7	,448	0,0920	Valid
	Y8	,399	0,0920	Valid
	Y9	,396	0,0920	Valid
	Y10	,574	0,0920	Valid

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3.1 memberikan penjelasan mengapa seluruh variabel baik dependen maupun independen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid. Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan pada kuesioner dianggap tepat sebagai alat ukur variabel dalam penelitian ini karena menghasilkan nilai r hitung > r tabel atau sebesar 0,0920.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha (α)	Keterangan
Motivasi (X1)	8	,822	Reliabel
Pengetahuan (X2)	6	,621	Reliabel
Pelayanan (X3)	10	,679	Reliabel
Nilai Taksiran (X4)	6	,758	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	10	,706	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3.2 dapat dijelaskan bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas untuk semua variabel baik dependen maupun independen dinyatakan reliabel dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan konsistensi dan stabilitas hasil penelitian untuk digunakan di masa depan. Setelah kuesioner telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

3.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. 3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		321
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,51169806
Most Extreme Differences	Absolute	,040
	Positive	,024
	Negative	-,040
Test Statistic		,040
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa N (jumlah data) yang digunakan sebanyak 321 responden. Selain itu dapat dilihat hasil dari output SPSS uji normalitas diketahui nilai signifikansi pada data penelitian ini dengan melihat Asymp. Sig sebesar 0,200 yang artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data penelitian ini telah terdistribusi normal karena nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	MOTIVASI	,840	1,190
	PENGETAHUAN	,775	1,290
	PELAYANAN	,964	1,038
	TAKSIRAN	,888	1,126

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini menghasilkan nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 sehingga dapat dinyatakan tidak adanya gejala multikolinearitas yang artinya semua variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,458	2,122		,216	,829
	MOTIVASI	,076	,044	,105	1,732	,084
	PENGETAHUAN	,066	,064	,064	1,017	,310
	PELAYANAN	-,018	,030	-,033	-,587	,557
	TAKSIRAN	-,062	,036	-,103	-1,740	,083

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 3.5 diatas, dapat dilihat pada nilai signifikansi uji heteroskedastisitas menghasilkan nilai untuk variabel Motivasi (X1) sebesar 0,084, variabel Pengetahuan (X2) sebesar 0,310, selanjutnya untuk variabel Pelayanan (X3) sebesar 0,557, dan untuk variabel Nilai Taksiran (X4) sebesar 0,083. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.3 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,850	1,491		22,696	,000
	MOTIVASI	,236	,031	,344	7,619	,000
	PENGETAHUAN	-,503	,045	-,522	-11,116	,000
	PELAYANAN	,157	,021	,316	7,502	,000
	TAKSIRAN	,248	,025	,435	9,908	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel 3.6 hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat bahwa variabel Motivasi, Pelayanan, dan Nilai Taksiran bertanda positif, sedangkan variabel Pengetahuan bertanda negatif. Hal ini menunjukkan bahwa Motivasi, Pelayanan, dan Nilai Taksiran berpengaruh positif, sedangkan Pengetahuan berpengaruh negatif.

$$Y = 33,850 + 0,236 (X1) - 0,503 (X2) + 0,157 (X3) + 0,248 (X4) + e$$

3.4 Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,678 ^a	,460	,453	1,48422

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3.7 di atas, nilai koefisien determinasi atau R-squared pada tabel summary adalah sebesar 0,460. Nilai R-squared 0,460 berasal dari kuadrat nilai koefisien korelasi R yaitu $0,678 \times 0,678 = 0,460$. Besarnya angka 0,460 sama dengan 46%. Grafik ini menggambarkan bagaimana 46% keputusan konsumen dipengaruhi oleh variabel Motivasi, Pengetahuan, Pelayanan, dan Nilai Taksiran. Sedangkan faktor lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini memberikan dampak terhadap sisanya sebesar 54%.

3.5 Uji Hipotesis

1. Uji f

Tabel 3. 8 Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	591,852	4	147,963	67,167	,000 ^b
	Residual	696,118	316	2,203		
	Total	1287,970	320			

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan perhitungan uji f pada tabel 3.8 dapat diketahui bahwa hasil dari uji ANOVA diperoleh F_{hitung} sebesar 67,167 dan F_{tabel} diperoleh dari (k ; n-k) sebesar (5 ; 316) dengan hasil sebesar 2,40. Hal tersebut menunjukkan bahwa $67,167 > 2,40$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yakni Motivasi (X1), Pengetahuan (X2), Pelayanan (X3), dan Nilai Taksiran (X4) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah (Y).

2. Uji t

Tabel 3. 9 Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,850	1,491		22,696	,000
	MOTIVASI	,236	,031	,344	7,619	,000
	PENGETAHUAN	-,503	,045	-,522	-11,116	,000
	PELAYANAN	,157	,021	,316	7,502	,000
	TAKSIRAN	,248	,025	,435	9,908	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperlihatkan pada tabel 3.9 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Diketahui nilai sig Motivasi (X1) sebesar 0,000 artinya nilai sig $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun nilai t_{hitung} variabel motivasi (X1) sebesar 7,619 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,650, sehingga menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,619 > 1,650$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X1) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).
- Diketahui nilai sig Pengetahuan (X2) sebesar 0,000 artinya nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun nilai t_{hitung} variabel pengetahuan (X2) sebesar -11,116 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,650, sehingga menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-11,116 < 1,650$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X2) secara parsial mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).
- Diketahui nilai sig Pelayanan (X3) sebesar 0,000 artinya nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun nilai t_{hitung} variabel pelayanan (X3) sebesar 7,502 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,650, sehingga menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($7,502 > 1,650$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X3) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).
- Diketahui nilai sig Nilai Taksiran (X4) sebesar 0,000 artinya nilai sig $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun nilai t_{hitung} variabel nilai taksiran (X4) sebesar 9,908 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,650, sehingga menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,908 > 1,650$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel nilai taksiran (X4) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah (Y).

4. Kesimpulan

- Motivasi, Pengetahuan, Pelayanan, dan Nilai Taksiran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT.
- Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah dalam menggunakan produk gadai emas.
- Pengetahuan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah dalam menggunakan produk gadai emas.
- Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah dalam menggunakan produk gadai emas.
- Nilai Taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian UPC Pulau Indah dalam menggunakan produk gadai emas.

5. Saran

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sekaligus masukan bagi PT. Pegadaian UPC Pulau Indah untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk gadai emas, sehingga akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk menggunakan produk gadai emas dan menjamin keberhasilan operasional produk gadai emas menjadi lebih baik.
2. Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi ataupun acuan bagi peneliti selanjutnya dengan menggunakan istilah dan variabel lainnya sehingga dapat memberikan wawasan baru dan berbeda kepada publik

6. Ucapan Terimakasih

Sebagai akhir dari penulis tentang penyusunan penelitian ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dengan segala keterbatasan dan jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dari berbagai pihak yakni Kedua orang tua penulis, Ibu Dessy Handa Sari, S.E., M.M dan Ibu Sisca Santika, S.E., M.S.A selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan dan menyempurnakan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Asy'ari, Abul Hasan. 2021. "Pengaruh Persepsi, Motivasi, Dan Pengetahuan Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah Di Banjarmasin." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* Vol. 5
- Fahim, Achmad. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan." 5(2): 179–95.
- Hardani dkk. 2020. 5 Pustaka Ilmu Group *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cetakan 1. ed. Abadi Husnu. Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Jumiarni, Yasin Soumena, dan Rusnaena. 2019. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk gadai Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Polewali."
- Kumalasari, Marta Della, dan Fitra Rizal. 2023. "Analysis of Customer Decision Determinants in Choosing Small Medium Enterprise Products at Bank Muamalat."
- Pegadaian. 2024. "Tentang Pegadaian." <https://www.pegadaian.co.id/>.
- Resti, Erinda, Havis Aravik, dan Choirunnisak Choirunnisak. 2021. "Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 1(2): 135–44.
- Rozak, Abdul. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Artikel ini telah direvisi dan disetujui oleh pembimbing 1 & 2:

Pembimbing 1



Dessy Handa Sari, S.E., M.M
NIP. 198812312019032014

Pembimbing 2



Sisca Santika, S.E., M.S.A
NIP. 199309072022032015