

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya tatanan dalam perekonomian suatu negara memiliki peran utama dalam menyediakan fasilitas jasa dibidang keuangan oleh lembaga keuangan. Lembaga keuangan tersebut adalah Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).¹ Salah satu lembaga keuangan selain Bank yang dapat memberikan pinjaman pada masyarakat yaitu PT Pegadaian. Dimana lembaga keuangan non Bank ini adalah lembaga keuangan yang sudah BUMN yang dapat memberikan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai.

Perkembangan ekonomi terus berubah seiring perubahan zaman serta hal-hal yang disukai pada saat ini. “Melihat perkembangan ekonomi islam pada saat ini, Perum Pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan pegadaian syariah.”² Hal ini selaras dengan pernyataan Direktur Utama PT Pegadaian (Persero) Sunarso menyampaikan bahwa mulai tanggal 1 Juli 2018 seluruh Pegadaian di Madura dikonversi menjadi syariah sehingga nanti pelayanan Pegadaian yang ada di Madura sebanyak 87 unit semuanya syariah, tidak ada yang konvensional.³ Pamekasan merupakan salah satu kabupaten yang juga merasakan peran serta manfaat adanya Pegadaian Syariah. Yaitu ditandai dengan berdirinya salah satu outlet Pegadaian yang berlokasi di Jl Diponegoro No. 98, Pamekasan, Jawa Timur.

¹Irsyadi Zain dan Rahmat Akbar, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Sleman: CV Budi Utama, 2020), hlm. 138.

²Firman Setiawan, *Buku Ajar Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017), hlm. 36.

³<https://www.pegadaian.co.id/berita/detail/23/pegadaian-mengkonversi-78-outlet-konvensional-di-madura-menjadi-pegadaian-syariah> Diakses pada tanggal 27 Februari 2021 pukul 08.23

Dalam realitas sosial ekonomi masyarakat kerap ditemukan kondisi masyarakat yang memiliki kekayaan dalam bentuk barang berharga dan pada saat yang sama, yang bersangkutan mengalami kesulitan dana hingga membutuhkan dana cepat.⁴ Untuk membantu memecahkan permasalahan tersebut peran Pegadaian sangat diperlukan bagi masyarakat karena proses pencairan relatif cepat dan biaya penggunaan jasa relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan proses peminjaman di lembaga keuangan lainnya.

Seiring berkembangnya zaman saat ini kita berada di tengah-tengah industri 4.0 pemicunya adalah penyebaran global internet dan teknologi baru seperti sensor nirkabel serta kecerdasan buatan (AI). Seperti pendahulunya, industri 4.0 akan secara radikal mengubah cara manusia hidup dan bekerja. Di era ini, web sedang berkembang untuk menyatukan orang, bisnis, mesin, dan logistik ke dalam *Internet of Things* (IoT). Pada tingkat fundamental, industri 4.0 dapat menyatukan dunia digital dan fisik serta menawarkan peluang baru untuk mengumpulkan dan menggunakan informasi. Hal ini berpotensi meningkatkan efisiensi dan mendorong inovasi dalam skala besar.⁵

Hampir semua lembaga keuangan yang ada di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile Banking*.⁶ Pada era digitalisasi, perkembangan teknologi informasi makin hari makin terus berkembang dan memberikan dampak yang sangat luas. Dimana pada era yang semakin modern. Hal ini tidak menutup kemungkinan untuk perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, lebih mudah, lebih murah, lebih cepat dan aman. Hal ini juga dirasakan Pegadaian

⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga keuangan syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 275

⁵Astrid Savitri, *Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*, (Yogyakarta: Penerbit Genesis 2019), hlm. 66

⁶Wiji Nurastusi, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 110

yang sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pelayanannya, agar tidak tergerus oleh perkembangan era digitalisasi yang semakin pesat misalnya dalam berbagai macam aplikasi yang digunakan pada perusahaan dan Lembaga keuangan syariah. Salah satu fenomena yang ada di dalam penelitian ini yaitu mengenai fasilitas *Pegadaian Syariah Digital Service* yang merupakan fasilitas yang ada di Pegadaian yang dapat diakses melalui telekomunikasi bergerak seperti Handphone.

Dalam upaya peningkatan pelayanan, pegadaian syariah juga mengikuti Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet. Maka pada tanggal 1 April 2018 saat memperingati hari ulang tahun ke-117 pegadaian syariah meluncurkan sebuah aplikasi yang diberi nama *Pegadaian Syariah Digital service* (PSDS). *Pegadaian Syariah Digital service* adalah aplikasi layanan digital pegadaian syariah dalam bentuk aplikasi berbasis web atau mobile yang dapat membantu memberikan pelayanan Pegadaian Syariah kepada masyarakat.⁷ Pelayanan pegadaian syariah sudah bertransformasi menjadi layanan Digital. Dengan adanya pelayanan tersebut, ruang lingkup pegadaian lebih luas. Bentuk dari pegadaian syariah digital yakni aplikasi yang berbasis web dan mobile sehingga dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi milenial.⁸ Salah satu layanan yang dapat diakses pada aplikasi *Pegadaian Syariah Digital service* adalah Rahn. Pelayanan Rahn berbasis digital ini merupakan sebuah langkah maju Pegadaian dalam merespon persaingan pasar, karena pada kondisi sekarang semua lembaga keuangan baik bank atau non bank juga mempunyai produk gadai (Rahn). Hal ini dapat memicu persaingan pasar yang

⁷<https://digital.pegadaiansyariah.co.id/faq> Diakses pada tanggal 11 Januari 2021 pukul 11.00

⁸Moro; *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol.2, No.2 (November 2019) hlm. 99

ketatsehingapegadaianmengambilangkahmajudenganmenyediakan proses transaksiRahnsecara digital denganmenggunakansebuahaplikasiPegadaian Syariah Digital Service.⁹ Pelayanan prodak Rahn berbasis digital ini memberikan wajah baru bagi nasabah. Tentunya perlu adanya perhatian khusus karena perlu menciptakan kepercayaan baru terhadap aplikasi ini. Seperti yang diketahui bahwasannya prodak Rahn adalah penjaminan barang untuk memperoleh sejumlah uang yang senilai dengan barang jaminannya. Penggunaan aplikasi ini sangat mempermudah calon nasabah untuk bertransaksi dengan lembaga Pegadaian karena calon nasabah tidak harus ke pegadaian langsung untuk melakukan transaksinya. Namun dalamtransaksi Rahn dimana dalam proses transaksinya pasti, ada barang yang perlu dijamin yang artinya proses transaksinya diperlukan pengecekan secara langsung terhadap barang yang dijamin untuk memastikan kesesuaian data dengan kondisi barang yang sebenarnya yang dijamin. PSDS ini merupakan sebuah aplikasi yang diluncurkan Pegadaian syariah guna untuk membantu serta meningkatkan layanan dari pegadaian. Karena PSDS ini merupakan layanan baru dari pegadaian tentu harus bisa konsisten dalam membantu layanan pegadaian secara maksimal Kepada masyarakat.

Dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, pihak bank memerlukan suatu konsep kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).Pihak bank memerlukan nasabah atau pelangganyang percaya terhadap ekselensi jasa elektronik agar bank dapat mempertahankan eksistensinya dalam era *elektronik banking*. Seiring dengan maraknya kejahatan elektronik

⁹ Hasil wawancaralangsungDeputiPegadaian Syariah Pamekasan, tgl 3 mei 2021

seperti pembobolan akun (*account hacking*), faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan (PSDS) dalam transaksi di pegadaian. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan nasabah terhadap teknologi sangat menentukan keputusan nasabah tersebut dalam menggunakan layanan aplikasi seperti Pegadaian Syariah Digital service ini.

Pengguna layanan aplikasi Pegadaian syariah Digital service pada produk Rahn ini masih terbilang sedikit hal ini dikarenakan aplikasi ini belum lumrah dikalangan masyarakat yang selama ini hanya bertransaksi secara manual. Kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam semua aktifitas termasuk dalam penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi pegadaian syariah digital service. Menurut Moorman et al dan Wahyu Nugroho berpendapat bahwa kepercayaan merupakan suatu keinginan atau perasaan yang timbul dalam diri seseorang dan merasa sangat nyaman terhadap sesuatu hal.¹⁰ Untuk menimbulkan kepercayaan perlu adanya kualitas produk yang baik yang diberikan.

Menurut Sudaryona mendefinisikan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Sedangkan Kotler dan Keller mendefinisikan secara luas tentang produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi dan ide. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk bukanlah sesuatu yang berwujud saja, tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud, yang ditawarkan ke pasar

¹⁰Wahyu Nugroho & Euis Soliha, *E-Banking, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan* jurnal *Bisnis dan Ekonomi JBE*. Vol. 25, (2), (2018), hlm. 136.

sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.¹¹ Menurut Wykof kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).¹² Maka dari itu baik buruknya kualitas produk tergantung pada konsistensinya memberikan pelayanan maksimal bagi konsumen. Apakah kinerja pelayanan aktual telah sesuai atau gagal memenuhi harapan pelanggan. Mengingat semua yang berbasis digital atau secara online sering terkendala jaringan (*error*) dan membuat pelayanan dalam aplikasi tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen. Sehingga kepuasan nasabah akan terganggu

Menurut Kolter dan Keller dalam Asmara Indahingwati menyatakan bahwa Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari nasabah yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkannya.¹³ Pengertian ini mendefinisikan bahwa nasabah akan mempunyai anggapan terhadap aplikasi ini. Sehingga kepuasan nasabah akan tercipta jika anggapan itu terpenuhi atau memberikan penawaran yang lebih terhadap nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka kepercayaan merupakan faktor penting dalam keputusan penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan kualitas produk dapat diberi pengertian sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk

¹¹Farid Firmasyah & Rudy Haryanto, *manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan, Duta Media Publishing, 2019)

¹²Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014) hlm, 268

¹³Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), hlm. 31.

(barang/jasa) yang menunjang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai gejala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau sesuai dengan persyaratan kebutuhan. Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service Terhadap Kepuasan Nasabah Rahn di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan”**.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Apakah pengaruh kepercayaan dan kualitas produk aplikasi Pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan?
2. Apakah pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi Pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan?
3. Apakah pengaruh kualitas produk aplikasi Pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diperoleh beberapa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas produk aplikasi Pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahndalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi Pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk aplikasi Pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Pegadian Syariah Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁴ Dalam hal ini, beberapa penelitian mengasumsikan bahwa *kepuasan nasabah* dipengaruhi

¹⁴ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi, (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 10.

oleh *kepercayaan*¹⁵, dan *kualitas produk*¹⁶ sedang variabel lain yang tidak digunakan adalah *Persepsi nilai*, *kualitas Layanan* dan *pengetahuandimana* nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁷ Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu menerima atau menolak hipotesis tersebut. Salah satu tujuan peneliti menggunakan hipotesis adalah agar peneliti dapat berfokus pada data-data maupun informasi yang diperlukan bagi penguji.¹⁸

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh kepercayaan dan kualitas produk aplikasi Pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (persero) Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan.

¹⁵HeriSetiawan, Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 20, No. 3 (September, 2016), hlm. 519.

¹⁶Dindi Fadila, Pengaruh Kualitas Produk dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Kepuasan Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pondok Indah, (Skripsi: Fakultas dan Bisnis, prodi Perbankan UIN syarif Hidayatullah Jakarta)

¹⁷Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 76

¹⁸*Ibid.* 78

H₂: Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (persero) Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan.

H₃: Terdapat pengaruh kualitas produk aplikasi Pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di PT Pegadaian (persero) Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sebagai sarana pembelajaran dalam melatih ketajaman analisis atau berpikir kritis dalam penelitian. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas produk aplikasi pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn. Sehingga, nantinya dapat bermanfaat bagi dunia Lembaga keuangan syariah.

b. Bagi Civitas Akademika

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi seluruh civitas akademika apabila ingin melakukan penelitian yang sejenis. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh antar variabel yaitu kepercayaan

dan kualitas produk aplikasi pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn khususnya bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk aplikasi pegadaian syariah digital service untuk memberikan keyakinan serta kepercayaan nasabah pada aplikasi ini. Sehingga manfaat dari aplikasi ini sangat dirasakan nasabah.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bagi masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi di pegadaian syariah khususnya yang mempunyai keinginan menggunakan produk rahn, karena penelitian ini berisi tentang kepercayaan dan kualitas produk aplikasi pegadaian syariah digital service terhadap kepuasan nasabah rahn. Penelitian ini sangat bermanfaat mengingat saat ini penyebaran Covid-19 masih aktif, sehingga penelitian ini sebagai sarana informasi masyarakat yang ruang geraknya sangat terbatas akibat pandemi Covid-19.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian digunakan untuk membatasi variabel yang akan diteliti, populasi atau objek penelitian, dan lokasi penelitian. Didalamnya juga

dipaparkan mengenai penjabaran variabel menjadi subvariabel beserta indikator-indikatornya.¹⁹ Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Variabel Penelitian.

Variabel adalah suatu sifat-sifat yang dipelajari, suatu simbol atau lambang yang padanya melekat bilangan atau nilai, dapat dibedakan, memiliki variasi nilai atau perbedaan nilai.²⁰ Ada tiga variabel yang menjadi fokus kegiatan pada penelitian ini, yaitu:

a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dengan kata lain variabel bebas adalah sesuatu yang menjadi sebab terjadinya perubahan nilai pada variabel terikat.²¹ Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kepercayaan (Variabel X₁)

Kepercayaan dapat diukur dengan beberapa indikator pengukuran. Indikator kepercayaan dibagi menjadi 2 yaitu:²²

- a) Brand Reliability
- b) Brand Intention (Niat merek)

2. Kualitas Produk (Variabel X₂)

Kualitas produk dalam penelitian ini dapat diukur dengan beberapa indikator pengukur. Berdasarkan riset kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan, Janda et al mengidentifikasi lima indikator kualitas jasa ritel internet yaitu:²³

¹⁹ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi, (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 11.

²⁰ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, (Medan, UMSU PRESS, 2014), hlm. 21.

²¹ Ibid. hlm. 22.

²² Prasetya, M Adit (2015), *Pengaruh e-Service Quality dan Trust pada Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta) hlm. 36-37

- a) *Performance* (kinerja)
- b) Akses
- c) Keamanan
- d) *Sensation* (sensasi)
- e) Informasi

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi, terikat, tergantung oleh variabel lain yakni variabel bebas.²⁴Variabel dependen (Variabel Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah rahn dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital service di Pegadaian (persero) cabang pegadaian syariah Pamekasan.

kepuasan dapat diukur melalui beberapa indikator pengukuran. Indikator kepuasan menurut Tjiptono dalam Methiana Idrasari yaitu:²⁵

- a) Kesesuaian harapan.
- b) Minat berkunjung kembali.
- c) Kesiediaan merekomendasikan.

2. Ruang Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan menjadi objek dalam penelitian ini adalah PT Pegadaian CPS (Cabang Pegadaian Syariah) Pamekasan.

²³FandiTjiptono, *PemasaranJasa*, Yogyakarta: Andi Offset 2014), hlm. 362

²⁴AzuarJuliandi, dkk, *MetodologiPenelitianBisnis: Konsep dan Aplikasi*, (Medan, UMSU PRESS, 2014), hlm. 22.

²⁵Lili Suryati, *ManajemenPemasaran: SuatuStrategidalamMeningkatkanLoyalitasPelanggan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2009) hlm.96

H. Definisi Istilah

Adapun definisi istilah bertujuan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kurang jelasnya makna. Maka dari itu peneliti mendefinisikan istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian.²⁶ Berikut merupakan definisi istilah dari penelitian ini yaitu :

1. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keinginan atau perasaan yang timbul dalam diri seseorang dan merasa sangat nyaman terhadap sesuatu hal.²⁷

2. Kualitas Produk

Menurut Sudaryona mendefinisikan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.²⁸

3. Kepuasan

Kepuasan adalah suatu pengukuran nasabah terhadap penggunaan produk atau jasa perusahaan dengan perasaan sangat senang terhadap produk atau jasa yang diterima oleh nasabah.²⁹

4. Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service

Aplikasi pegadaian syariah digital service adalah aplikasi smartphone untuk berbagai transaksi pegadaian syariah secara online sehingga lebih praktis.³⁰

²⁶ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi, (Pamekasan: STAIN Press, 2015), hlm. 12.

²⁷ Wahyu Nugroho & Euis Soliha, *E-Banking, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan* jurnal *Bisnis dan Ekonomi JBE*. Vol. 25, (2), (2018), hlm. 136.

²⁸ Farid Firmasyah & Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan* (Pamekasan, Duta Media Publishing, 2019)

²⁹ Anang Firmasyah, *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), hlm. 132

³⁰ Booklet produk pegadaian, hlm. 69

5. Rahn

Rahn adalah menahan barang jaminan yang bersifat materi milik peminjam (rahin) sebagai jaminan atau pinjaman yang diterimanya, dan barang yang diterima tersebut bernilai ekonomi.³¹

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu digunakan untuk memberikan kajian empiris dan kerangka teori sebagai dasar untuk penulisan menentukan beberapa penelitian yang serupa dengan penelitian yang diangkat, yaitu:

- a. Irfan Nurahmahdi Haris dengan judul skripsi “ Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah”. Penelitian ini menggunakan data Primer yaitu dengan sampel sebanyak 60 responden yaitu nasabah yang sudah mengunduh serta sudah menggunakan fasilitas *Mobile Banking*. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} 2,073. Untuk variabel kualitas layanan, t_{hitung} yang didapat sebesar 8,564. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan, kedua variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F_{hitung} sebesar 61,339. Pada uji koefisien determinasi (R^2), variasi variabel independen yang digunakan dalam model

³¹M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia 2012), hlm.276

mampu menjelaskan sebesar 68,3% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.³²

- b. Dyah Pikanthi Diwanti dan Linda Anindita dengan judul jurnal “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Brand Equiti Aplikasi Pegadaian Syariah Digital terhadap Kepuasan Nasabah” Pendekatan ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan pengumpulan data secara langsung sebanyak 42 responden dengan 2 variabel X (Kualitas pelayanan dan Brand Equity) dan variabel Y (Kepuasan). Hasil dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan $t = 1,76$. Brand Equity pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan $t = 2,956$, dan uji f pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,842 atau 84,2% yang artinya bahwa kualitas pelayanan dan *brand equity* mempengaruhi kepuasan nasabah dan sisanya sebesar 15,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.³³
- c. Anis Ayunda Putri judul Jurnal “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Nasabah” Penelitian ini menggunakan data Primer yaitu pengambilan data secara langsung dengan sampel sebanyak 43. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh

³²Irfan Nurahmahdi Haris dengan judul skripsi “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta 2017) hlm, 75-83

³³Dyah Pikanthi Diwanti dan Linda Anindita, “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Brand Equiti Aplikasi Pegadaian Syariah Digital terhadap Kepuasan Nasabah” (Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta 2019) hlm 148-152

terhadap kepuasan nasabah dari nilai t_{hitung} , 24,199 lebih besar daripada nilai t_{tabel} 1,684. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t_{hitung} 45,062 lebih besar daripada nilai t_{tabel} 1,684. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan uji secara simultan Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh yaitu sebesar 0,981 atau 98,1 persen. Nilai ini menunjukkan bahwa pembentukan tinggi rendahnya kepuasan pelanggan disumbangkan oleh kualitas layanan dan kualitas produk sebesar 98,1 persen, sisanya sebesar 1,9 persen disumbangkan oleh variabel lain diluar kualitas layanan dan kualitas produk³⁴

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Peneliti

Identitas	Judul	Persamaan
Irfan Nurahmahdi Harisa ³⁴ (2017)	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	Persamaannya adalah variabel independen yaitu Kepercayaan variabel dependen yaitu kepuasan seragam menggunakan pendekatan kuantitatif
Dyah Pikanthi Diwanti dan Linda Anindita (2019)	Pengaruh Kualitas pelayanan dan Brand Equiti Aplikasi Pegadaian Syariah Digital terhadap Kepuasan Nasabah	Persamaannya adalah variabel independen yaitu Kualitas pelayanan (Brand Equiti), variabel dependen yaitu kepuasan seragam menggunakan pendekatan kuantitatif

³⁴Anis Ayunda Putri judul Jurnal “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Nasabah” (Jurnal, UNKRIS Jatiwaringin Jakarta Timur, Jakarta 2017) hlm. 6-11

Anis Ayunda Putri (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Nasabah	Persamaannya adalah variabel independen yaitu Produk, variabel dependen yaitu kepuasan se sama menggunakan pendekatan kua
-----------------------------	--	--

Sumber. Data Olahan 2021