



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 619-627

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Kewajaran Harga Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan

Nadia¹, Reflin Hinele², Dewi Indrayani Hamini³

Universitas Negeri Gorontalo

nadiasauda677@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya kepuasan nasabah sebagai faktor utama dalam mempertahankan loyalitas dan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan pegadaian, terutama pada produk yang berkaitan dengan emas. Dalam praktiknya, nasabah tidak hanya menilai pelayanan dari kecepatan dan keramahan petugas, tetapi juga dari kejelasan informasi, ketepatan prosedur, serta kesesuaian harga emas yang dianggap wajar dan transparan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, persepsi kewajaran harga emas juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang berarti dalam membentuk kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,481 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas mampu menjelaskan 48,1% variasi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya sebesar 51,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan dan transparansi harga perlu menjadi perhatian utama perusahaan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam merancang strategi pelayanan yang lebih responsif, adil, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah agar daya saing Pegadaian semakin kuat, khususnya dalam menghadapi persaingan lembaga keuangan yang semakin berkembang saat ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Nasabah

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan keterpaduan ekonomi global telah membentuk dinamika baru dalam sistem keuangan modern. Dalam konteks ini, lembaga keuangan berbasis aset seperti PT Pegadaian tetap memegang peranan penting sebagai institusi yang inklusif bagi masyarakat Indonesia. Dengan menitikberatkan pada komoditas klasik seperti emas yang relatif tahan terhadap fluktuasi ekonomi, Pegadaian mampu menjadi alternatif pembiayaan yang stabil di tengah ketidakpastian pasar global. Namun demikian, industri pegadaian tidak terlepas dari berbagai tantangan, terutama fluktuasi harga emas yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi global, yang pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku dan keputusan transaksi nasabah.

Dalam sektor jasa keuangan, khususnya industri pegadaian, kepuasan nasabah menjadi aspek yang sangat krusial. Kepuasan nasabah mencerminkan evaluasi subjektif atas kinerja layanan yang diterima dibandingkan dengan ekspektasi yang dimiliki. Konsep ini tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga memiliki implikasi terhadap perilaku nasabah di masa mendatang, seperti loyalitas, pembelian ulang, dan rekomendasi kepada pihak lain. Sasongko (2021) menyatakan bahwa kepuasan nasabah muncul dari hasil penilaian terhadap kinerja produk atau layanan yang digunakan, di mana tingkat kepuasan akan tercapai apabila kinerja tersebut mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan realitas akan menimbulkan ketidakpuasan. (Mumtaza dan Millanyani 2023)

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Kewajaran Harga Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan

Kepuasan nasabah dalam industri pegadaian sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas. Kualitas pelayanan, berdasarkan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), mencakup lima dimensi utama, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Dimensi-dimensi ini berperan penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan. Sejalan dengan itu, Tjiptono (2020) menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah secara optimal. (Wardhana 2024)

Selain kualitas pelayanan, persepsi kewajaran harga emas juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan nasabah. Konsep ini berkaitan dengan teori perceived value yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009), yang menjelaskan bahwa nilai yang dirasakan merupakan selisih antara manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen. Dalam konteks pegadaian, nasabah cenderung merasa puas apabila harga emas yang ditetapkan dianggap wajar, transparan, dan sebanding dengan manfaat serta kualitas layanan yang diterima. Sebaliknya, apabila harga dipersepsikan tidak adil, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan dan berdampak negatif terhadap citra perusahaan.

Dengan demikian, kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan nasabah di industri pegadaian. Kedua faktor ini tidak hanya berperan dalam meningkatkan pengalaman nasabah, tetapi juga menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah menjadi penting untuk dilakukan, guna memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi pelayanan dan penetapan harga yang lebih efektif di PT Pegadaian.

Secara lebih khusus, konteks PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan menjadi menarik untuk ditelaah karena cabang tersebut berada pada lingkungan masyarakat yang memiliki kebutuhan pembiayaan beragam, mulai dari kebutuhan konsumtif, modal usaha kecil, pendidikan, hingga kebutuhan mendesak lainnya. Pegadaian sering dipilih karena prosedurnya relatif mudah, jaminan yang digunakan jelas, serta pencairan dana dapat dilakukan dalam waktu singkat. Dalam kondisi seperti ini, kualitas pelayanan tidak hanya dipahami sebagai keramahan petugas, tetapi juga mencakup kecepatan proses, ketepatan informasi, keamanan transaksi, dan kemampuan perusahaan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Apabila pelayanan yang diberikan mampu memberikan rasa aman dan nyaman, maka nasabah akan lebih mudah membangun kepercayaan terhadap perusahaan.

Kepercayaan tersebut menjadi modal penting bagi Pegadaian dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dalam industri jasa keuangan, hubungan antara perusahaan dan nasabah tidak hanya berlangsung pada satu kali transaksi, melainkan dapat berkembang menjadi hubungan berkelanjutan. Nasabah yang merasa puas cenderung kembali menggunakan layanan yang sama ketika membutuhkan pembiayaan atau investasi berbasis emas. Sebaliknya, nasabah yang kecewa terhadap pelayanan atau merasa tidak memperoleh penjelasan harga yang memadai dapat berpindah ke lembaga keuangan lain. Oleh sebab itu, kepuasan nasabah menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan daya saingnya.

Kualitas pelayanan yang baik juga berperan dalam mengurangi ketidakpastian nasabah ketika bertransaksi. Produk dan layanan Pegadaian, khususnya yang berhubungan dengan emas, sering kali membutuhkan pemahaman yang cukup mengenai nilai taksiran, harga jual, harga beli, biaya administrasi, serta ketentuan lainnya. Tidak semua nasabah memiliki tingkat literasi keuangan yang sama. Sebagian nasabah mungkin belum memahami perubahan harga emas atau mekanisme penilaian barang jaminan. Dalam kondisi tersebut, petugas pelayanan memiliki peran strategis sebagai pihak yang menjembatani informasi antara perusahaan dan nasabah. Pelayanan yang jelas, sabar, dan komunikatif dapat membantu nasabah memahami transaksi yang dilakukan sehingga mengurangi potensi kesalahpahaman.

Selain pelayanan, kewajaran harga emas menjadi perhatian yang tidak kalah penting karena emas merupakan komoditas yang nilainya sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar. Perubahan harga emas dapat terjadi karena faktor kurs, inflasi, suku bunga, permintaan global, hingga kondisi geopolitik internasional. Bagi nasabah, perubahan harga tersebut sering kali tidak sepenuhnya dipahami secara teknis. Oleh karena itu, persepsi terhadap kewajaran harga tidak hanya ditentukan oleh angka harga itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan menjelaskan dasar penetapan harga kepada nasabah. Semakin transparan informasi yang diberikan, semakin besar kemungkinan nasabah menilai harga tersebut sebagai sesuatu yang wajar dan dapat diterima.

Persepsi kewajaran harga emas juga berkaitan dengan rasa keadilan dalam transaksi. Nasabah akan merasa puas apabila harga yang ditawarkan perusahaan dianggap sesuai dengan harga pasar, kualitas produk, serta manfaat layanan yang diterima. Dalam transaksi gadai, misalnya, nasabah memperhatikan nilai taksiran emas dan besaran dana yang dapat diperoleh. Dalam transaksi pembelian atau tabungan emas, nasabah memperhatikan selisih harga, biaya layanan, dan kemudahan akses informasi. Apabila nasabah merasa bahwa harga yang diberikan terlalu tinggi, tidak transparan, atau berbeda jauh dari ekspektasi, maka kepuasan dapat menurun meskipun pelayanan yang diterima cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa aspek harga dan pelayanan saling melengkapi dalam membentuk pengalaman nasabah.

Kondisi persaingan lembaga keuangan saat ini juga menuntut Pegadaian untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga. Masyarakat kini memiliki banyak pilihan akses keuangan, mulai dari bank, koperasi, perusahaan pembiayaan, hingga platform keuangan digital. Setiap lembaga berusaha menawarkan kemudahan, kecepatan, dan harga yang kompetitif. Dalam situasi tersebut, Pegadaian perlu memperkuat keunggulan yang dimiliki, yaitu layanan berbasis agunan yang mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Namun, keunggulan tersebut harus didukung oleh pelayanan profesional dan informasi harga yang transparan agar nasabah tetap merasa yakin dalam memilih Pegadaian sebagai mitra keuangan.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah menjadi relevan karena dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang paling menentukan kepuasan nasabah. Melalui penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan selama ini telah sesuai dengan harapan nasabah, serta apakah harga emas yang ditetapkan telah dipersepsikan secara adil. Hasil penelitian juga dapat menjadi dasar bagi manajemen dalam menyusun kebijakan perbaikan layanan, seperti peningkatan kompetensi petugas, penyederhanaan prosedur, penyediaan informasi harga yang mudah diakses, serta penguatan komunikasi dengan nasabah.

Lebih lanjut, penelitian ini juga memiliki nilai akademis karena menggabungkan dua variabel penting dalam perilaku konsumen jasa keuangan, yaitu kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga. Banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan menempatkan kualitas pelayanan sebagai faktor utama, tetapi dalam konteks pegadaian, aspek harga emas memiliki karakteristik khusus yang tidak dapat diabaikan. Harga emas bersifat dinamis dan sensitif terhadap perubahan pasar, sehingga persepsi nasabah terhadap kewajaran harga dapat berubah dari waktu ke waktu. Dengan memasukkan variabel tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kepuasan nasabah pada layanan Pegadaian.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan dalam meningkatkan kualitas hubungan dengan nasabah. Apabila ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan, maka perusahaan perlu memfokuskan perhatian pada peningkatan kemampuan sumber daya manusia, ketepatan pelayanan, dan kenyamanan fasilitas. Namun, apabila persepsi kewajaran harga emas juga terbukti berpengaruh kuat, maka perusahaan perlu memperkuat transparansi informasi harga, menyediakan penjelasan yang mudah dipahami, serta memastikan bahwa nasabah memperoleh akses informasi yang akurat dan terbaru. Kedua aspek tersebut perlu dikelola secara seimbang agar kepuasan nasabah dapat meningkat secara berkelanjutan.

Dengan memperhatikan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah bukan hanya hasil dari satu faktor tunggal, melainkan terbentuk melalui pengalaman menyeluruh yang dirasakan nasabah selama berinteraksi dengan perusahaan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan dapat dipercaya akan memberikan kesan positif, sedangkan harga emas yang dinilai wajar akan memperkuat keyakinan nasabah bahwa transaksi yang dilakukan menguntungkan dan adil. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan, sehingga hasilnya dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan layanan pegadaian yang lebih responsif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Pada akhirnya, keberhasilan Pegadaian dalam menjaga kepuasan nasabah akan sangat bergantung pada konsistensi perusahaan dalam menghadirkan layanan yang manusiawi, informatif, dan adil. Upaya tersebut tidak hanya meningkatkan citra perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi Pegadaian sebagai lembaga keuangan terpercaya, terutama bagi masyarakat yang membutuhkan akses pembiayaan yang cepat dan aman setiap waktu.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk memperoleh gambaran objektif mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel melalui data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas, terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah. Metode survei digunakan karena dinilai sesuai untuk mengumpulkan data secara langsung dari responden dalam jumlah tertentu dengan menggunakan instrumen yang telah disusun berdasarkan indikator penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan yang pernah menggunakan layanan berkaitan dengan transaksi emas maupun layanan pegadaian lainnya. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik random sampling. Teknik ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi responden, sehingga data yang diperoleh diharapkan dapat mewakili kondisi nasabah secara lebih objektif. Jumlah sampel tersebut dianggap memadai untuk menggambarkan persepsi nasabah terhadap pelayanan, kewajaran harga emas, dan tingkat kepuasan yang dirasakan selama menggunakan layanan Pegadaian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan setiap variabel penelitian. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator kualitas pelayanan, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara itu, variabel persepsi kewajaran harga emas diukur melalui indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat, transparansi informasi harga, dan keadilan harga. Variabel kepuasan nasabah diukur melalui indikator kesesuaian harapan, pengalaman positif, keinginan menggunakan kembali layanan, dan kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui beberapa tahap pengujian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, analisis dilanjutkan dengan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara simultan. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah. Dengan tahapan analisis tersebut, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang jelas, terukur, dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Gorontalo Selatan.

Selain itu, proses pengumpulan data dilakukan dengan memperhatikan prinsip kejelasan, kerahasiaan, dan kesukarelaan responden. Setiap responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian sebelum mengisi kuesioner, sehingga jawaban yang diberikan benar-benar mencerminkan pengalaman dan penilaian pribadi mereka. Penelitian ini juga membatasi analisis pada dua variabel bebas agar pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan rumusan masalah. Dengan menggunakan prosedur penelitian yang sistematis, hasil analisis diharapkan tidak hanya menggambarkan kondisi empiris di lapangan, tetapi juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Pegadaian dalam meningkatkan mutu pelayanan, menjaga transparansi harga emas, serta memperkuat kepuasan nasabah secara berkelanjutan di masa yang akan datang.

3. Hasil dan Diskusi

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan diterima. Ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik perhitungan uji t, dimana pengujian tersebut menghasilkan nilai t-hitung sebesar 15,813 sedangkan t-tabel dengan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah sebesar 1,66055. Hasil tersebut menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel (15,813 > 1,66055). Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan pada Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga mendorong mereka untuk kembali menggunakan

layanan yang ditawarkan.. Hal ini sejalan dengan teori SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) yang menyatakan bahwa dimensi keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik memengaruhi kepuasan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk kepuasan nasabah, terutama karena layanan Pegadaian berhubungan langsung dengan kebutuhan finansial masyarakat. Dalam konteks PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan, nasabah tidak hanya datang untuk memperoleh dana atau melakukan transaksi emas, tetapi juga membutuhkan rasa aman, kejelasan informasi, dan kepastian prosedur. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang menentukan apakah nasabah merasa nyaman selama proses transaksi berlangsung. Apabila petugas mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, akurat, dan mudah dipahami, maka nasabah akan menilai bahwa perusahaan mampu memenuhi harapan mereka secara baik.

Dimensi keandalan menjadi salah satu aspek penting dalam pelayanan Pegadaian. Keandalan dapat dilihat dari kemampuan pegawai dalam memberikan layanan sesuai janji, seperti ketepatan waktu pelayanan, kesesuaian prosedur, serta akurasi informasi mengenai taksiran emas, biaya, maupun ketentuan lainnya. Ketika pelayanan yang diberikan konsisten dan tidak menimbulkan kebingungan, nasabah akan merasa lebih percaya kepada perusahaan. Kepercayaan tersebut kemudian berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan karena nasabah merasa bahwa transaksi yang dilakukan berada dalam sistem yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Selain itu, daya tanggap juga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa lebih dihargai apabila petugas Pegadaian mampu merespons pertanyaan, keluhan, atau kebutuhan mereka secara cepat. Dalam praktiknya, tidak semua nasabah memiliki pemahaman yang sama mengenai produk Pegadaian, khususnya layanan yang berkaitan dengan emas. Oleh sebab itu, kemampuan pegawai dalam menjelaskan informasi secara sabar dan komunikatif menjadi bagian penting dari kualitas pelayanan. Respons yang cepat dan tepat akan mengurangi rasa ragu nasabah serta meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan layanan.

Dimensi jaminan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah karena berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya. Dalam transaksi keuangan, terutama yang menggunakan emas sebagai objek jaminan atau investasi, nasabah membutuhkan keyakinan bahwa aset mereka ditangani dengan aman. Pelayanan yang profesional, sopan, dan transparan dapat memberikan rasa aman tersebut. Apabila nasabah merasa terlindungi dan memperoleh penjelasan yang meyakinkan, maka tingkat kepuasan mereka akan semakin tinggi.

Empati dalam pelayanan juga tidak kalah penting. Nasabah Pegadaian memiliki latar belakang, kebutuhan, dan tingkat pemahaman yang berbeda-beda. Petugas yang mampu memahami kondisi nasabah, memberikan perhatian personal, serta tidak memperlakukan nasabah secara kaku akan menciptakan pengalaman layanan yang lebih positif. Sikap empati membuat nasabah merasa tidak hanya dianggap sebagai pihak yang bertransaksi, tetapi juga sebagai individu yang kebutuhannya diperhatikan. Hal ini dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan nasabah.

Bukti fisik turut mendukung terbentuknya kepuasan, seperti kenyamanan ruang pelayanan, kebersihan kantor, kerapian pegawai, ketersediaan fasilitas, dan tampilan sistem pelayanan. Lingkungan pelayanan yang tertata dengan baik akan menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan bukan hanya sekadar aspek teknis, tetapi juga mencakup pengalaman emosional nasabah selama berinteraksi dengan perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar pula kemungkinan nasabah merasa puas, percaya, dan bersedia kembali menggunakan layanan PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan di masa mendatang.

Pada akhirnya, kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan persepsi positif terhadap citra Pegadaian sebagai lembaga keuangan yang dekat dengan masyarakat. Kepuasan yang timbul dari pelayanan yang memuaskan dapat berdampak pada loyalitas, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta peningkatan kepercayaan publik. Hal ini penting karena persaingan layanan keuangan semakin ketat, baik dari lembaga konvensional maupun layanan digital. Jika Pegadaian mampu menjaga kualitas pelayanan secara konsisten, maka perusahaan tidak hanya mempertahankan nasabah lama, tetapi juga berpeluang menarik nasabah baru. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui pelatihan pegawai, evaluasi standar pelayanan, perbaikan fasilitas, dan penguatan komunikasi dengan nasabah. Upaya tersebut menjadi strategi

penting untuk memastikan bahwa setiap interaksi nasabah dengan Pegadaian mampu memberikan pengalaman yang memuaskan dan bernilai secara nyata, konsisten, terukur, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah.

Pengaruh Persepsi Kewajaran Harga Emas Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi kewajaran harga emas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian cabang Gorontalo selatan diterima. Ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik perhitungan uji-t yang dimana pengujian tersebut menghasilkan nilai t-hitung sebesar 13,661 sedangkan t-tabel dengan taraf signifikan 5% (0,05) adalah sebesar 1,66055. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($13,661 > 1,66055$). Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi kewajaran harga emas di Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah. Apabila nilai taksiran emas, bunga, dan biaya yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima, maka nasabah akan merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan teori Perspektif Value yang menyatakan bahwa kepuasan ditentukan oleh perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan, sehingga semakin tinggi nilai yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

Temuan mengenai pengaruh persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa aspek harga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan nasabah menggunakan layanan Pegadaian. Dalam transaksi yang berkaitan dengan emas, nasabah tidak hanya memperhatikan besaran harga atau nilai taksiran, tetapi juga menilai apakah harga tersebut dianggap adil, transparan, dan sesuai dengan manfaat yang diterima. Persepsi kewajaran harga terbentuk ketika nasabah merasa bahwa nilai yang mereka bayarkan, biaya yang dikenakan, maupun hasil taksiran yang diterima memiliki dasar yang jelas dan dapat diterima secara rasional. Oleh karena itu, kewajaran harga menjadi bagian penting dari pengalaman nasabah secara keseluruhan.

Dalam konteks PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan, persepsi nasabah terhadap harga emas sangat berkaitan dengan kepercayaan terhadap perusahaan. Emas merupakan komoditas yang nilainya berubah mengikuti kondisi pasar, sehingga perbedaan harga dari waktu ke waktu merupakan hal yang wajar. Namun, tidak semua nasabah memahami penyebab perubahan tersebut. Sebagian nasabah mungkin hanya membandingkan harga Pegadaian dengan harga emas di tempat lain tanpa memahami adanya komponen biaya, nilai taksiran, atau kebijakan perusahaan. Dalam situasi ini, transparansi informasi menjadi faktor penting agar nasabah tidak salah menilai harga yang ditetapkan.

Apabila nasabah memperoleh penjelasan yang jelas mengenai dasar penentuan harga emas, nilai taksiran, bunga, biaya administrasi, maupun ketentuan transaksi lainnya, maka mereka akan lebih mudah menerima harga tersebut sebagai sesuatu yang wajar. Sebaliknya, apabila informasi harga disampaikan secara kurang jelas, nasabah dapat merasa dirugikan meskipun harga yang ditetapkan sebenarnya telah mengikuti ketentuan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kewajaran harga bukan hanya ditentukan oleh angka nominal, tetapi juga oleh cara perusahaan mengkomunikasikan harga kepada nasabah. Komunikasi yang terbuka dan mudah dipahami dapat meningkatkan rasa percaya serta kepuasan nasabah.

Kewajaran harga juga berhubungan dengan kesesuaian antara pengorbanan dan manfaat yang diterima. Nasabah akan merasa puas apabila biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat layanan, seperti kemudahan proses, keamanan barang jaminan, kecepatan pencairan dana, dan kenyamanan pelayanan. Dalam perspektif nasabah, harga yang wajar adalah harga yang tidak menimbulkan kesan memberatkan dan tetap memberikan nilai manfaat. Oleh karena itu, ketika nasabah merasa bahwa layanan Pegadaian memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan biaya yang dibayarkan, maka tingkat kepuasan mereka akan meningkat.

Selain itu, persepsi kewajaran harga emas dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan kembali layanan Pegadaian. Nasabah yang merasa harga emas atau nilai taksiran yang diberikan adil cenderung memiliki pengalaman positif dan tidak ragu untuk melakukan transaksi berikutnya. Sebaliknya, persepsi harga yang tidak wajar dapat menimbulkan ketidakpuasan, bahkan mendorong nasabah mencari alternatif lembaga lain. Hal ini penting diperhatikan karena kepuasan nasabah tidak hanya berkaitan dengan transaksi saat ini, tetapi juga berpengaruh terhadap loyalitas di masa mendatang.

Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa harga memiliki dimensi psikologis dalam perilaku konsumen. Harga tidak hanya dilihat sebagai angka, tetapi juga sebagai simbol keadilan, kepercayaan, dan nilai yang diterima. Dalam industri pegadaian, persepsi tersebut menjadi semakin penting karena transaksi sering

dilakukan dalam kondisi kebutuhan finansial tertentu. Nasabah yang datang ke Pegadaian umumnya membutuhkan proses yang cepat, aman, dan dapat dipercaya. Jika pada saat yang sama harga yang ditawarkan dinilai wajar, maka kepuasan nasabah akan semakin kuat terbentuk.

Dengan demikian, PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan perlu menjaga agar informasi harga emas disampaikan secara transparan, mudah diakses, dan konsisten. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan menyediakan informasi harga terbaru, menjelaskan komponen biaya secara sederhana, serta memastikan bahwa petugas mampu memberikan jawaban yang jelas terhadap pertanyaan nasabah. Upaya ini akan membantu nasabah memahami bahwa harga yang ditetapkan bukan bersifat sepihak, melainkan didasarkan pada mekanisme dan ketentuan yang dapat dipertanggungjawabkan. Semakin baik persepsi nasabah terhadap kewajaran harga emas, semakin besar pula peluang terciptanya kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas terhadap layanan Pegadaian secara berkelanjutan dalam setiap bentuk transaksi keuangan berbasis emas yang dilakukan oleh nasabah.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Kewajaran Harga Emas Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas terhadap kepuasan nasabah dinyatakan diterima. Temuan ini didukung oleh hasil uji statistik uji-F, di mana nilai F-hitung sebesar 290,508 terbukti lebih besar dibandingkan nilai F-tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05), yaitu 3,09 ($290,508 > 3,09$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan serta semakin wajar persepsi harga emas yang dirasakan nasabah, maka tingkat kepuasan nasabah cenderung meningkat.

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas secara simultan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman nasabah. Kepuasan tidak hanya muncul karena nasabah menerima pelayanan yang baik, tetapi juga karena mereka merasa bahwa harga emas, nilai taksiran, bunga, dan biaya perusahaan dianggap wajar. Dengan kata lain, pelayanan yang berkualitas akan semakin kuat pengaruhnya apabila didukung oleh persepsi harga yang adil dan transparan. Sebaliknya, harga wajar akan lebih mudah diterima jika disertai pelayanan profesional.

Dalam konteks PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan, hubungan antara kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas menjadi penting karena layanan Pegadaian berkaitan dengan kebutuhan finansial nasabah. Nasabah yang datang ke Pegadaian sering kali membutuhkan proses transaksi yang cepat, aman, dan tidak menyulitkan. Pada saat yang sama, mereka juga berharap memperoleh nilai yang sesuai dari emas yang dimiliki atau harga yang masuk akal ketika melakukan transaksi. Jika kedua harapan terpenuhi, nasabah akan memiliki pengalaman positif yang membentuk kepuasan.

Kualitas pelayanan berperan sebagai dasar utama dalam menciptakan kenyamanan transaksi. Pelayanan cepat, sopan, akurat, dan informatif akan membuat nasabah merasa dihargai. Namun, kepuasan tersebut dapat menurun apabila nasabah merasa harga emas tidak wajar atau kurang jelas. Sebaliknya, meskipun harga cukup wajar, nasabah tetap dapat merasa kurang puas apabila pelayanan lambat, kurang ramah, atau tidak pasti. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kewajaran harga emas tidak dapat dipisahkan dalam membentuk kepuasan nasabah.

Pengaruh simultan kedua variabel juga dapat dipahami melalui pengalaman nasabah secara menyeluruh. Nasabah menilai layanan Pegadaian bukan hanya dari satu aspek, tetapi dari keseluruhan proses, mulai dari kedatangan, penjelasan informasi, proses penaksiran, penetapan harga, hingga penyelesaian transaksi. Apabila seluruh proses tersebut berjalan dengan baik, maka nasabah akan merasa bahwa Pegadaian mampu memberikan layanan sesuai kebutuhan. Kepuasan nasabah terbentuk dari gabungan aspek fungsional, yaitu manfaat dan harga, serta aspek emosional, yaitu kenyamanan dan kepercayaan.

Nilai F-hitung yang lebih besar dari F-tabel memperkuat bahwa kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menggambarkan bahwa upaya peningkatan kepuasan tidak dapat hanya berfokus pada satu sisi. Pegadaian

perlu meningkatkan mutu pelayanan sekaligus menjaga transparansi harga. Jika perusahaan hanya memperbaiki pelayanan tanpa memperhatikan persepsi harga, maka kepuasan nasabah belum tentu meningkat optimal. Begitu pula sebaliknya, harga yang kompetitif perlu didukung oleh pelayanan yang baik.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi manajemen PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan. Perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap standar pelayanan, mulai dari kompetensi pegawai, kecepatan layanan, kenyamanan fasilitas, hingga kemampuan petugas dalam menjelaskan informasi kepada nasabah. Di sisi lain, perusahaan juga perlu memastikan bahwa informasi mengenai harga emas, nilai taksiran, bunga, dan biaya lainnya dapat dipahami dengan mudah. Transparansi tersebut akan membantu mengurangi kesalahpahaman dan memperkuat persepsi bahwa Pegadaian memberikan harga yang adil.

Selain itu, peningkatan kepuasan nasabah juga dapat dilakukan melalui komunikasi yang lebih terbuka. Petugas perlu memberikan penjelasan yang tidak hanya teknis, tetapi juga mudah dipahami oleh nasabah dari berbagai latar belakang. Dengan cara tersebut, nasabah akan merasa lebih yakin terhadap keputusan transaksi yang dilakukan. Kepercayaan inilah yang menjadi dasar terbentuknya loyalitas. Nasabah yang puas cenderung akan kembali menggunakan layanan Pegadaian dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas merupakan dua faktor strategis yang harus dikelola secara seimbang. Keduanya berkontribusi dalam menciptakan kepuasan nasabah yang lebih kuat dan berkelanjutan. Bagi PT Pegadaian Cabang Gorontalo Selatan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pelayanan yang responsif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. Apabila pelayanan terus ditingkatkan dan harga emas dipersepsikan wajar, maka Pegadaian akan semakin mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat serta memperkuat posisinya sebagai lembaga keuangan yang inklusif dan terpercaya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai kualitas pelayanan berpengaruh terhadap terhadap kepuasan nasabah diterima. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi kewajaran harga emas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mengenai persepsi kewajaran harga emas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan persepsi kewajaran harga emas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima.

Referensi

1. Afif, Muhammad. 2019. "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT . Singa Mas Pandaan." 1: 103–25.
2. Aisyah, Siti Noor, dan Syaiko Rosyidi. 2023. "Pengaruh persepsi harga, customer review, customer rating dan promosi flash sale terhadap keputusan pembelian di shopee." 12(1): 48–60.
3. Apriliana, dan Sukaris. 2022. "Analisa Kualitas Layanan Pada CV. Singoyudho Nusantara." 11(2): 498–504.
4. Assaukani, Asep Nizar dkk. 2024. "Pengaruh Persepsi Harga , Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PD. Gudmal Toko Bahan Sendal Kota Tasikmalaya)." (4).
5. Badu, Ronald S dkk. 2024. "Analisis Implementasi Gadai Emas pada Pegadaian Syariah dan Konvensional di Gorontalo." Jurnal Mahasiswa Akuntansi 3(3)(3): 198–206.
6. Dewi, Ni Putu Gayatri Wahyunia dkk. 2025. "Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Fenomena Rental Bali." 6: 2318–34.
7. Dzikri, Muhammad. 2021. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt. pegadaian (persero) area surabaya 2." IV: 35–46.
8. Ekonomi, Fakultas dkk. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea." (3): 217–26.
9. Fadillah, M Daffa. 2025. "Pengaruh Price Fairness, Product Quality Dan Promotion Terhadap Customer Satisfaction Pada Pembelian." 20(2): 58–64.
10. Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
11. Iba, Zainuddin, dan Aditya Wardahana. 2023. Metode Penelitian. ed. Mahir Pradana. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara.
12. Ibrahim, Darmawansah dkk. 2024. "Persepsi Nilai dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace." 11(2): 95–101.
13. Kualitas, Pengaruh dkk. 2020. "Customer Satisfaction, Customer." 7(3): 330–41.

14. Masili, Veronika dkk. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Prosiding* 3(4): 10–17. doi:10.59134/prosidng.v3i.288.
15. Maulidiah, Eka Putri dkk. 2023. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." 2.
16. Muhadjir Avicenna dkk. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kedekatan Hubungan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 1(2): 1–9.
17. Mumtaza, Firga Alia, dan Heppy Millanyani. 2023. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan pada urbans travel." *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol. 7 No. 2, 2023 7(2): 1645–61.
18. Pratama, Adi Ghiffari dkk. 2021. "Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Identification dengan Dimediasi Customer Satisfaction pada Store Brand Indomaret." 4: 156–64.
19. Setia, Astutik, dan Innocentius Bernarto. 2025. "Pengaruh Kewajaran Harga dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Apotek Setia Medika di Jakarta Barat." 7(4): 2474–81.
20. Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Manajemen*. ed. M.Pd Setiyawami, SH. Bandung: Alfabeta, CV.
21. Syafa'at, Siti, dan Agus Sumitra. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Cikampek." 4(April): 1–10.
22. Syahdina, Novita dkk. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi." 6(4): 7919–33.
23. Tahunan, Laporan, dan Annual Report. 2024. "Laporan Tahunan 2024 Annual Report."
24. Ulfa, Santi Nofria Dkk. 2024. "Berfikir Teoritis Dan Grand Teori Dalam Ilmu Sosial." 4(4): 533–39.
25. Umar, Marlan, dan Harlindah Harniati Arfan. 2022. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan taruna politeknik pelayaran barombong makassar." 2: 188–97.
26. Walangitan, Olivia. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi Pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua." *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi* 4(5): 650–57.
27. Wardhana, Aditya. 2024. *Service Quality & e-Service Quality in The Digital Edge*. ed. Ph.D Mahir Pradana. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara.