

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA PT. PEGADAIAN KANTOR
WILAYAH III PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



DIAJUKAN OLEH

FIRMAN PARSAORAN SINAGA

2001110168

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

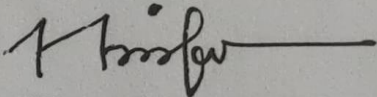
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **FIRMAN PARSAORAN SINAGA**
Nomor Pokok : **2001110168**
Jurusan/Prog. Studi : **Manajemen**
Jenjang Pendidikan : **Strata I**
Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**
Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan,
Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas
Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah
III Palembang**


Pembimbing Skripsi :

Tanggal 1 - 4 - 2024


Pembimbing I : **Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si**

NIDN. 0012116501

Tanggal 1 - 4 - 2024


Pembimbing II : **Umi Hasanah, S.E., M.M**

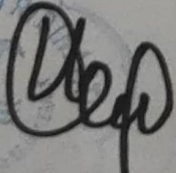
NIDN. 0220016002

93 / PS / DFEB / 29

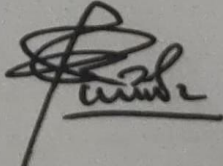
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,


Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS

NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, SE, M.M

NIDN: 0222096301

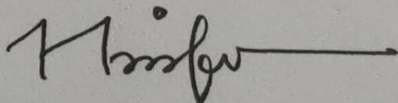
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

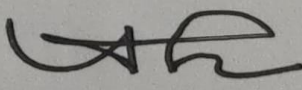
Nama : **FIRMAN PARSAORAN SINAGA**
Nomor Pokok : **2001110168**
Jurusan/Prog. Studi : **Manajemen**
Jenjang Pendidikan : **Strata I**
Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**
Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan,
Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas
Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah
III Palembang**

Pembimbing Skripsi :

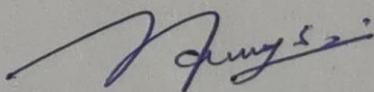
Tanggal 1-4-2024


Ketua Penguji : **Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si**
NIDN. 0012116501

Tanggal 1-4-2024


Penguji I : **Umi Hasanah, S.E., M.M**
NIDN. 0220016002

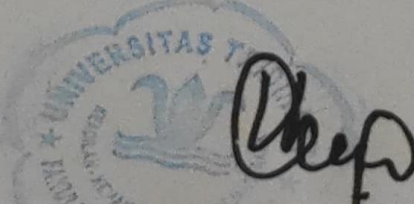
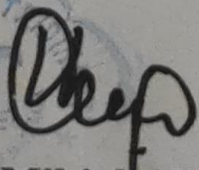
Tanggal 1-4-24

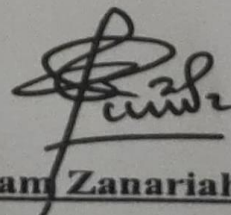

Penguji II : **Alinadia, S.E., M.M**
NIDN. 0207125901

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

/PS/DFEB/

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Iman adalah dasar dari sesuatu yang tidak kita harapkan dan bukti dari segala sesuatu yang tidak kita lihat”

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- **Kepada opung boru**
- **Kepada orang tua**
- **Kepada adik adik saya**
- **Dosen fakultas ekonomi**
- **Oom dan tante**
- **Almamater**
- **Kawan kawan seperjuangan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dalam Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti. Kami menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini, kami mengalami beberapa kesulitan dan hambatan. Kami juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini. Namun, kami akan terus berusaha memperbaiki dan mengembangkan hasil penelitian ini dengan harapan dapat mencapai tingkat kesempurnaan yang lebih optimal di masa mendatang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si Selaku Pembimbing I.
5. Ibu Umi Hasanah, S.E., M.M Selaku Pembimbing II.
6. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

7. PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang yang telah memberikan akses terbuka untuk melakukan penelitian.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, Maret 2024

Penulis

Firman Parsaoran Sinaga

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iiiv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	xivv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Citra Perusahaan.....	9
2.1.3 Kualitas Layanan.....	11
2.1.4 Kepercayaan Nasabah	14

2.1.5	Loyalitas Nasabah	16
2.2	Penelitian Lain yang Relevan	18
2.3	Kerangka Berpikir	20
2.4	Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.1.1	Tempat Penelitian	23
3.1.2	Waktu Penelitian	23
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	24
3.2.1	Sumber Data	24
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	24
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	27
3.3.3	Teknik Sampling	28
3.4	Rancangan Penelitian	31
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	32
3.6	Instrumen Penelitian	34
3.6.1	Uji Validitas	34
3.6.2	Uji Reliabilitas	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	36
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.7.3	Analisis Koefisien Korelasi (r)	39
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40

3.7.5	Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Sejarah PT. Pegadaian	44
4.1.2	Logo PT. Pegadaian	45
4.1.3	Visi dan Misi PT. Pegadaian	45
4.1.4	Karakteristik Responden	46
4.1.5	Hasil Uji Validitas	48
4.1.6	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.1.7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.1.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.1.9	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r)	56
4.1.10	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.1.11	Hasil Uji Hipotesis	57
4.2	Pembahasan	59
4.2.1	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah	59
4.2.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah	59
4.2.3	Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah yang Bertransaksi pada Teller	4
Tabel 2. 1 Penelitian Lain yang Relevan.....	19
Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian	23
Tabel 3. 2 Jumlah Nasabah yang Melakukan Transaksi Juli-September 2023	26
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3. 4 Pemberian Bobot Skor Skala Ordinal	34
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Nasabah.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah.....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	56
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (t).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4. 1 Logo PT. Pegadaian.....	45
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	53

ABSTRAK

Firman Parsaoran Sinaga, Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si dan Ibu Umi Hasanah, S.E., M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 89 responden nasabah PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai signifikansi yang diperoleh dari uji Anova adalah sebesar $0,000 \leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. Citra Perusahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,039 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. Kualitas Layanan memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,011 \leq 0,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. Kepercayaan Nasabah memperoleh nilai signifikansi $0,139 \geq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Nasabah Tidak Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Firman Parsaoran Sinaga, The Influence of Company Image, Service Quality, and Customer Trust on Customer Loyalty at PT. Pawnshop Regional Office III Palembang. (Under the guidance of Mrs. Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si and Mrs. Umi Hasanah, S.E., M.M)

This research aims to determine the influence of company image, service quality and customer trust on customer loyalty at PT. Pawnshop Regional Office III Palembang. The sample used in this research was 89 respondents from PT customers. Pawnshop Regional Office III Palembang. The data analysis technique for this research is multiple linear regression analysis.

The research results show that the significance value obtained from the Anova test is $0.000 \leq 0.05$ so it can be concluded that Company Image, Service Quality and Customer Trust Simultaneously Influence Customer Loyalty at PT. Pawnshop Regional Office III Palembang. Company Image obtained a significance value of $0.039 \leq 0.05$, so it can be concluded that Company Image Partially Influences Customer Loyalty at PT. Pawnshop Regional Office III Palembang. Service Quality obtained a significance value of $0.011 \leq 0.005$, so it can be concluded that Service Quality Partially Influences Customer Loyalty at PT. Pawnshop Regional Office III Palembang. Customer Trust obtained a significance value of $0.139 \geq 0.05$, so it can be concluded that Customer Trust has no partial influence on customer loyalty at PT. Pawnshop Regional Office III Palembang.

Keywords: Company Image, Service Quality, Customer Trust, and Customer Loyalty

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firman Parsaoran Sinaga

NIM : 2001110168

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang”** dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak melakukan penjiplakan/plagiat terhadap karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2024



Firman Parsaoran Sinaga

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- Nama : Firman Parsaoran Sinaga
- TTL : Palembang, 13 Mei 2000
- NIM : 2001110168
- Agama : Kristen
- Alamat Asal : Dwikora 2 Rt 12/Rw 03 Palembang
- HP/WA : 081278988260
- E-Mail : Firmansinaga2000@gmail.com
- Riwayat Pendidikan :
 - a. TK Xaverius 5 Palembang 2005
 - b. SD Xaverius 5 Palembang 2006-2011
 - c. SMP Diponegoro 2012-2015
 - d. SMA Arinda Palembang 2015-2018
 - e. Universitas Tridinanti 2020-2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan harga komoditas bahan pokok akhir-akhir ini menjadi beban finansial bagi sebagian masyarakat, sehingga mereka mencari cara untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari salah satunya melalui pinjaman pada lembaga keuangan. PT. Pegadaian (Persero) adalah salah satu lembaga keuangan non-bank yang memberikan layanan kredit kepada masyarakat dengan tujuan memperoleh dana secara cepat melalui sistem gadai. Perusahaan ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian masyarakat, terutama bagi golongan ekonomi menengah ke bawah. Dalam perkembangannya saat ini, PT. Pegadaian tidak hanya memusatkan perhatian pada pembiayaan gadai konvensional. Perusahaan ini berinovasi dengan cara meluncurkan berbagai produk pembiayaan baru termasuk produk syariah dan tabungan emas sebagai opsi produk yang dapat dipasarkan kepada nasabah.

Mempertahankan loyalitas nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam kegiatan bisnis pada PT. Pegadaian. Loyalitas nasabah merupakan sebuah usaha nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang (Rastini dalam Masruroh & Sugiono, 2022:562). Tjiptono dalam Indah (2018:259) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Sedangkan

menurut Hurriyati dalam Gultom, (2020:173) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. PT. Pegadaian perlu melakukan riset untuk mempertahankan agar nasabah tetap loyal dalam kelangsungan bisnisnya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah citra perusahaan. Citra atau persepsi menurut Maulyan dkk (2022:9) yang dibentuk oleh pelanggan sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Citra perusahaan yang positif dapat terwujud apabila perusahaan memberikan layanan yang memuaskan kepada konsumennya. Citra perusahaan berkaitan dengan kredibilitas suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi psikologi nasabah sehingga tercipta kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putra dkk (2023:8) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Napisah (2023:45) menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas layanan juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Meithiana Indrasari (2019:61) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang

diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan Kotler (2019). Nuari & Riyanto (2023) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan menurut Rahman dkk (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kepercayaan nasabah. Mukuan dkk (2023) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan satu pihak bahwa pihak lain dalam suatu hubungan dapat diandalkan, tahan lama, dan jujur serta keyakinan bahwa tindakannya adalah demi kepentingan terbaik dan akan menghasilkan hasil yang menguntungkan bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syifa Amalia (2021). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Setiabudi dkk (2023:170) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang. Dalam operasi bisnisnya, PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang melayani berbagai nasabah yang ingin bertransaksi ataupun membeli produk PT. Pegadaian tertentu. Adapun jumlah nasabah yang bertransaksi pada *teller* PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang pada bulan Juli sampai dengan September 2023 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah yang Bertransaksi pada Teller
pada PT. Pegadaian Kanwil III Palembang
Juli-September 2023

No	Jenis transaksi	Juli	Agustus	September
1.	Pinjaman Gadai	136	154	104
2.	Pinjaman Non-Gadai	25	38	29
3.	Layanan Jasa (Tabungan Emas dll)	112	124	93
Total		273	316	226

(Sumber : PT. Pegadaian Kanwil III Palembang, 2023)

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dan penurunan jumlah nasabah yang bertransaksi pada *teller* PT. Pegadaian Kanwil III Palembang bulan Juli sampai dengan September 2023, hal ini bisa dikatakan jumlah nasabah yang bertransaksi tidak merata atau bisa dikatakan berubah-ubah setiap bulan nya. Melihat adanya masalah terhadap ketidakstabilan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Kanwil III Palembang peneliti ingin membahas masalah yang terjadi mulai mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah di PT. Pegadaian Kanwil III Palembang dengan mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena penelitian diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang?
2. Apakah Citra Perusahaan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang?
3. Apakah Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang?
4. Apakah Kepercayaan Nasabah Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai dari peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Nasabah Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Nasabah Secara Parsial Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alasan untuk, dan konsekuensi terhadap suatu set keadaan khusus.

1. Bagi Peneliti

Dapat menambahkan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang citra perusahaan, kualitas layanan, kepercayaan nasabah, dan loyalitas nasabah terhadap minat masyarakat menjadi nasabah PT. Pegadaian Kantor Wilayah III Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Untuk menjadi referensi bagi PT. Pegadaian Kantor Wilayah III dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan judul penelitian.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi pada penelitian-penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 393-399.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Amalia, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan di PT. Bank BNI Syariah Kantor Kas Cinunuk. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 30-41.
- Anwar Sanusi, 2011, Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Indah, P. M. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop (Studi Kasus Pada Pelanggan The Body Shop Semarang) (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2019): *Marketing Managemen and Brand management, 17th Edition New Jersey*: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Maharani, N. R., & Idris, I. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Nasabah Bank BCA di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Masruroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grugugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 561-570.
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh service excellent terhadap citra perusahaan dan loyalitas pelanggan: theoretical review. *jurnal sains manajemen*, 4(1), 8-17.
- Mukuan, K., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 642-652.
- Napisah, S. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Pembantu Sungailiat. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(1), 31-46.

- Nuari, A., & Riyanto, K. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Kedekatan Emosional Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Auto2000 Cikarang Utara. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2185-2203.
- Purba, R. P., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasuspt. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Putra, A. P. J. P., Tantra, I. G. L. P., & Giri, N. P. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPR Sukawati Pancakanti. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 6(1), 1-8.
- Rahman, A. S., Sulfiani, M. H., & Rahman, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bri Unit Mangasa Somba Opu Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2)
- Setiabudi, G. M., Tampi, J. B., & Jeisy, L. G. (2023). Dampak Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Perbankan Elektronik BCA Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(2), 161-172.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarelati, S., Rizkiya, D., & Hasbiyah, D. (2023). KOMPETENSI KOMUNIKASI INTERPERSONAL MARKETING OFFICER DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH UMKM. *JURNAL KOMUNIKATIO*, 9(1), 31-39.
- Tim Penyusun Fakultas Ekonomi (2022). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*. Palembang : Universitas Tridianti
- Wiguna, M. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 379-394.
- Zusmawati, Z., Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 470-482.