ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics Technology & Entrepreneur

http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/ecotechnopreneur/index
DOI : https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v4i04.2049
Email : info@azramediaindonesia.com

Open Access

PENGARUH APLIKASI PEGADAIAN *DIGITAL SERVICE* (PDS) DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP MINAT NASABAH BARU DALAM MENABUNG EMAS PADA PT PEGADAIAN CABANG PRABUMULIH

Hema Malini*[1], Yopi Yunsepa[2], Novisah[3]
[1,2,3] Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwi Sakti Baturaja, Sumatra Selatan, Indonesia
*Corresponding Author: hemamalinistie@gmail.com

Info Article
Received :
02 Oktober 2025
Revised :
03 November 2025
Accepted :
02 Desember 2025
Publication :
30 Desember 2025

Keywords:
Digital Service Pawanshop Application (PDS), Customer Trust, New Customers Interst In Saving Gold.

Kata Kunci:
Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS), Kepercayaan, Minat Nasabah Baru Menabung Emas.

Licensed Under a *Creative Commons Attribution 4.0 International License*

Abstract: *The purpose of this study is to ascertain how customer trust and the Pegadaian Digital Service (PDS) application affect new customers' interest in saving gold at the PT Pegadaian Prabumulih Branch. A descriptive technique and accidental sampling with a sample of 48 respondents were employed in this investigation. Multiple linear regresion analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient, and the t and f tests were utilized to test the study hypothesis. According to the results of the determination test, there is a very significant asociation between the Pegadaian Digital Service application variable (X1), customer trust (X2), and new customer interest in storing gold at the PT Pegadaian Prabumulih branch (Y). whereas the coefficient of determination (R Square) is 0.764, or 76.4%, and other unstudied factors account for the remaining 23.6%. The data procesing findings showed that the value of F count > F table, or 72.890 > 3.20, indicates that Ha is approved and Ho is refused. This indicates that New Customer Interest in Saving Gold (Y) significantly influenced by both the Pegadaian Digital Service (PDS) Application (X1) and Customer Trust (X2).*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dan kepercayaan nasabah memengaruhi minat nasabah baru dalam menabung emas pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih. Teknik deskriptif dan accidental sampling dengan sampel sebanyak 48 responden digunakan dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t dan f digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil uji determinasi, terdapat hubungan yang sangat signifikan antara variabel aplikasi pegadaian digital service (X1), kepercayaan nasabah (X2), dan minat nasabah baru dalam menabung emas pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih (Y). Sedangkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,764 atau 76,4%, dan sisanya sebesar 23,6% merupakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel, atau 72,890 > 3,20, yang menunjukkan Ha diterima dan Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2).

INTRODUCTION

Perbankan dan non-perbankan telah mengalami perkembangan yang sangat pesat akibat globalisasi, yang membuat mereka semakin kompetitif dan ketat. Setiap bisnis atau penyedia layanan harus berfokus pada keinginan dan kebutuhan pelanggan agar dapat memenangkan persaingan. Pada kenyataannya, setiap bisnis harus menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat pelanggan.

Winkel (1996:188) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan berkelanjutan seseorang untuk merasa tertarik pada bidang studi atau topik tertentu dan menikmati pembelajarannya. Sebaliknya, minat, menurut Sardiman (2013:57), adalah keadaan yang muncul ketika seseorang menyadari ciri-ciri atau signifikansi sementara dari suatu keadaan yang berkaitan dengan kebutuhan atau aspirasinya sendiri. Pratiwi (2015:88–89) menegaskan bahwa minat berfungsi sebagai pendorong keinginan seseorang, sumber penguat keinginan tersebut, dan katalisator tindakan yang timbul dari dalam diri seseorang dengan tujuan dan arah tingkah laku sehari-hari yang dapat menggerakkan orang untuk berbuat, memilih arah perbuatan, dan menyelesaikan perbuatan.

Kotler dan Keller (2012:5) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu pemilihan target pasar serta akuisisi, retensi, dan pertumbuhan pelanggan melalui peningkatan penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai pelanggan. Dengan demikian, mengingat persaingan perusahaan yang semakin ketat saat ini, kita dapat melihat bahwa strategi pemasaran yang canggih sangat dibutuhkan.

Salah satu perusahaan keuangan non-bank di Indonesia, PT Pegadaian, menggunakan hukum gadai untuk membiayai kebutuhan konsumtif maupun produktif. Agar tetap terdepan dalam perkembangan zaman yang cepat, PT Pegadaian, sebuah lembaga keuangan non-bank, senantiasa berinovasi dalam merespons kemajuan informasi dan teknologi, meningkatkan kualitas dan kuantitas layanannya. Hal ini penting untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada, serta memastikan loyalitas mereka terhadap produk dan layanan PT Pegadaian.

Setiap tahun, PT Pegadaian terus berkembang. Meningkatnya jumlah pengguna produk dan perbaikan internal perusahaan yang berkelanjutan untuk menarik klien agar terus berbisnis merupakan pendorong utama ekspansi ini. Seiring pertumbuhannya, PT Pegadaian telah mendirikan sejumlah kantor cabang atau unit baru di wilayah-wilayah yang dianggap menjanjikan untuk ekspansi dan terus berupaya menciptakan layanan serta produk baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Setelah menyelesaikan tahap diagnosis, Sunarso, Direktur Utama PT Pegadaian, menyatakan dalam artikel

tirto.id April 2018 bahwa perusahaan kini telah memasuki tahap bermimpi untuk menjadi organisasi keuangan. Melalui strategi Generasi G-5Star, yang meliputi perluasan bisnis yang sudah ada (*Grow Core*), meraih peluang baru (*Grab New*), mengembangkan talenta internal (*Groon Talent*), mengembangkan teknologi terbaru (*Gen-Z Tech*), dan menciptakan budaya yang dibangun *(Great Culture*), PT Pegadaian telah memulai transformasi perusahaan. Peluncuran Aplikasi Pegadaian Digital Service pada tahun 2018, yang berupaya memperluas target demografisnya untuk menarik minat generasi milenial, menandai pergeseran ini. Baik untuk transaksi gadai maupun non-gadai, program Pegadaian Digital Service (PDS) akan membantu nasabah dan calon nasabah yang mencari informasi seputar produk pegadaian, termasuk cara menyimpan emas dengan mudah melalui perangkat seluler.

Adapun indikator-indikator Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) yang akan digunakan dalam penelitian ini menurut Santoso (2012:84) adalah: Prosedur Pendaftaran yang Mudah, Keamanan dan Perlindungan Data, Layanan Pelanggan yang Responsif, Kemudahan Pengajuan dan Verifikasi Dokumen, dan Akses Informasi Rekening. Aksesibilitas dan Kompatibilitas. Karena basis penggunanya yang besar, Pegadaian telah memperbarui Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) secara berkala sejak diluncurkan untuk menjamin kelancaran operasional dan meminimalkan waktu henti. Nasabah kini dapat bertransaksi secara online melalui ponsel pintar kapan pun dan dari mana pun selama terhubung internet, sehingga tidak perlu lagi datang langsung ke gerai.

Nasabah dapat berinvestasi emas dengan mudah, aman, dan terpercaya berkat Tabungan Emas Pegadaian, sebuah layanan penyimpanan emas. Singkatnya, nasabah dapat menyetorkan uang berapa pun jumlahnya ke dalam sistem tabungan emas Pegadaian. Setelah terkumpul, uang tersebut dikonversi menjadi gram emas batangan berdasarkan harga emas 24 karat saat ini. Tabungan Emas adalah salah satu dari banyak pilihan yang tersedia di Aplikasi PDS. Konsumen dapat memantau perubahan harga emas setiap hari. Karena Aplikasi PDS memungkinkan pengguna bertransaksi kapan saja dan dari mana saja termasuk saat hari libur dan di luar jam operasional pegadaian menabung emas menjadi sangat efisien. Nasabah dapat dengan mudah menabung emas saat harga sedang rendah atau saat mereka memiliki uang karena sistem tabungan dapat diakses melalui transfer bank. Banyak pengguna baru telah menabung emas dengan Aplikasi PDS sejak diluncurkan. Nasabah yang membuka rekening tabungan emas melalui Aplikasi PDS pada bulan Oktober, November, dan Desember 2023 tercantum di bawah ini:

Tabel 1. Transaksi PDS Bulan Oktober, November, Desember 2023

Bulan								
Oktober			**November**			**Desember**		
Tgl	**Harga Emas (per-gram)**	**Jumlah Nasabah**	**Tgl**	**Harga Emas (per-gram)**	**Jumlah Nasabah**	**Tgl**	**Harga Emas (per-gram)**	**Jumlah Nasabah**
1	Rp.919.390	0	1	Rp.1.011.772	0	1	Rp.992.814	2
2	Rp.919.390	1	2	Rp.1.013.808	0	2	Rp.1.010.134	1
3	Rp.912.485	2	3	Rp.1.011.890	0	3	Rp.1.010.134	0
4	Rp.912.733	2	4	Rp.1.008.944	0	4	Rp.1.011.499	0
5	Rp.914.350	2	5	Rp.1.008.944	0	5	Rp.986.398	1
6	Rp.913.274	4	6	Rp.1.008.944	0	6	Rp.984.998	1
7	Rp.919.840	1	7	Rp.990.160	1	7	Rp.987.858	2
8	Rp.919.840	0	8	Rp.987.915	2	8	Rp.990.280	2
9	Rp.928.068	1	9	Rp.981.101	3	9	Rp.978.338	3
10	Rp.937.577	0	10	Rp.985.847	2	10	Rp.978.338	0
11	Rp.939.576	2	11	Rp.978.531	3	11	Rp.979.070	3
12	Rp.945.933	2	12	Rp.978.531	0	12	Rp.974.144	2
13	Rp.943.561	2	13	Rp.978.531	3	13	Rp.974.353	1
14	Rp.975.506	0	14	Rp.982.426	1	14	Rp.998.465	0
15	Rp.975.506	0	15	Rp.989.442	1	15	Rp.993.271	2
16	Rp.971.771	1	16	Rp.976.694	4	16	Rp.985.322	2
17	Rp.970.024	2	17	Rp.990.963	3	17	Rp.985.322	0
18	Rp.971.454	1	18	Rp.986.547	4	18	Rp.983.043	1
19	Rp.983.823	1	19	Rp.986.547	0	19	Rp.990.848	2
20	Rp.1.003.339	1	20	Rp.986.547	2	20	Rp.995.366	1
21	Rp.1.009.533	0	21	Rp.965.000	1	21	Rp.992.168	2
22	Rp.1.009.533	0	22	Rp.991.171	1	22	Rp.1.000.268	0
23	Rp.1.005.254	1	23	Rp.992.655	2	23	Rp.1.000.268	0
24	Rp.1.009.006	0	24	Rp.996.828	2	24	Rp.1.000.268	0
25	Rp.1.004.396	1	25	Rp.1.000.950	0	25	Rp.1.000.268	0
26	Rp.1.009.563	0	26	Rp.1.000.950	0	26	Rp.1.000.268	0
27	Rp.1.013.610	0	27	Rp.1.000.950	0	27	Rp.1.007.836	0
28	Rp.1.025.726	0	28	Rp.1.003.159	0	28	Rp.1.010.050	0
29	Rp.1.025.726	0	29	Rp.1.012.620	0	29	Rp.1.002.533	0
30	Rp.1.025.675	0	30	Rp.990.560	0	30	Rp.1.002.533	0
31	Rp.987.973	4	31			31	Rp.1.002.533	0
Total		**31**	**Total**		**35**	**Total**		**28**

Sumber : Aplikasi PDS Cabang Prabumulih, 2023

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa 31 nasabah membuka rekening tabungan emas pada bulan Oktober 2023, 35 nasabah membuka rekening tabungan emas pada bulan November 2023, dan 28 nasabah membuka rekening tabungan emas pada bulan Desember 2023. Dapat disimpulkan bahwa seiring dengan penurunan harga emas, semakin banyak konsumen yang ingin membuka rekening tabungan emas. Selain aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), minat nasabah baru untuk menabung emas juga dapat dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah. Menurut Rofiq (2007) *dalam* Suprapto & Azizi (2020:21), kepercayaan adalah anggapan bahwa setiap individu yang dipercaya telah memenuhi semua tanggung jawabnya sesuai dengan harapan. Di sisi lain, kepercayaan adalah keinginan untuk mencapai tujuan jangka panjang, menurut Gassenheimer dan Manolis (2001) *dalam* Suprapto & Azizi (2020:21). Fakta bahwa emas yang

diberikan adalah emas murni 24 karat dan harganya sejalan dengan harga emas dunia yaitu, kenaikan dan penurunan harga tercermin secara jelas dalam aplikasi Layanan Digital Pegadaian merupakan salah satu alasan pengguna mempercayai Aplikasi PDS. Menurut Ridwan *dalam* Militina dan Achmad (2020:54) Persepsi Integritas (Integrity), Persepsi Kebaikan (Benevolence), Persepsi Kompetensi (Competence), dan Konsistensi Perilaku Penjual (Predictability) merupakan empat komponen indikator kepercayaan yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Adapun fenomena yang terjadi saat ini pada Aplikasi PDS yaitu adanya perubahan harga di jam tertentu, dan keterbatasan waktu bertransaksi dimana Aplikasi PDS hanya bisa di akses sampai jam 9 malam, sehingga menyebabkan nasabah tidak bisa bertransaksi di jam-jam tertentu ketika terjadinya perubahan harga emas. Sedangkan fenomena yang terjadi pada kepercayaan nasabah bahwa emas yang ditabung yaitu secara digital sehingga nasabah tidak memegang secara fisik emas yang mereka beli.

METHOD

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif. Sugiyono (2015:29) mendefinisikan pendekatan deskriptif sebagai cara untuk menilai atau menjelaskan temuan penelitian tanpa membuat generalisasi. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan di PT Pegadaian Cabang Prabumulih, yang beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 28C (Sebelah PalComTech Prabumulih, Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Kode Pos 32191). Penelitian ini dilaksanakan antara Bulan Januari dan Juni 2024.

Populasi penelitian ini adalah 94 nasabah baru yang membuka rekening tabungan emas melalui program Layanan Digital Pegadaian (PDS) pada bulan Oktober, November, dan Desember 2023. Jumlah sampel sebanyak 48 responden diperoleh menggunakan rumus Slovin dan Teknik penarikan sampel yang digunakan peneliti adalah *accidental sampling*

RESULTS AND DISCUSSION

Results

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Aplikasi PDS (X_1)

Butir Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,781	0,285	Valid
Pernyataan 2	0,803	0,285	Valid
Pernyataan 3	0,680	0,285	Valid
Pernyataan 4	0,764	0,285	Valid
Pernyataan 5	0,678	0,285	Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Aplikasi PDS (X1) dapat diterima dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian karena nilai r hitung masing-masing butir pernyataan lebih besar dari nilai r tabel (0,285).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Nasabah (X_2)

Butir Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,751	0,285	Valid
Pernyataan 2	0,808	0,285	Valid
Pernyataan 3	0,878	0,285	Valid
Pernyataan 4	0,859	0,285	Valid
Pernyataan 5	0,888	0,285	Valid

Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dalam variabel Kepercayaan Pelanggan (X2) sah dan tepat untuk digunakan sebagai alat penelitian karena nilai r hitung untuk setiap item pernyataan lebih tinggi dari nilai r tabel (0,285).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y)

Butir Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,767	0,285	Valid
Pernyataan 2	0,942	0,285	Valid
Pernyataan 3	0,823	0,285	Valid
Pernyataan 4	0,859	0,285	Valid
Pernyataan 5	0,548	0,285	Valid

Tabel 4 menunjukkan bahwa setiap item pernyataan pada variabel Minat Nasabah Baru Menabung Emas (Y) dapat diterima dan layak digunakan sebagai alat penelitian karena nilai r hitung untuk setiap item pernyataan lebih besar dari nilai r tabel (0,285).

Uji Reliabilitas

Berikut hassil perhitungan uji reliabilitass penelitian ini

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	R alpha teori	Keterangan
Aplikasi Pegadaian Digital Service (X_1)	0,891	0,60	Reliabel
Kepercayaan Nasabah (X_2)	0,936	0,60	Reliabel
Minat Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y)	0,914	0,60	Reliabel

Variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1), Kepercayaan Nasabah (X2), dan Minat Nasabah Baru Menabung Emas (Y) memiliki nilai di atas 0,60, berdasarkan nilai reliabilitas butir-butir pernyataan pada Tabel 5 dalam kuesioner yang diuji. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner tersebut terpercaya, konsisten, dan layak digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,070	1,574		1,315	,195
	APLIKASI PDS	,409	,115	,423	3,555	,001
	KEPERCAYAAN	,484	,115	,500	4,197	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Persamaan regresi linier berganda berikut dihasilkan dari tabel koefisien: Y sama dengan 2,070 + 0,409X1 + 0,484X2.

1) Konstantanya adalah 2,070, yang menunjukkan bahwa minat nasabah baru untuk menabung emas (Y) adalah 2,070 jika Aplikasi PDS (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) bernilai nol (tidak diterapkan).
2) Aplikasi PDS (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,409, yang berarti bahwa dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan, minat nasabah baru untuk menabung emas (Y) meningkat sebesar 0,409 jika Aplikasi PDS (X1) tumbuh sebesar 1 satuan.
3) Kepercayaan Nasabah (X2) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,484 yang berarti bahwa dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Minat Nasabah Baru Menabung Emas (Y) akan meningkat sebesar 0,484 apabila Kepercayaan Nasabah (X2) meningkat sebesar 1 satuan.

Hasil Analisis Korelasi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Koefisien Korelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
d1	,874[a]	,764	,754	1,777

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, APLIKASI PDS
b. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi (r) antara variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap Minat Nasabah Baru Menabung Emas (Y), korelasi antar variabel berada pada rentang skala interval 0,80-1.000. Hal ini menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara variabel independen, Aplikasi Digital Pegadaian Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2), dengan variabel dependen, Minat Nasabah Baru Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Determinasi (r^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
d1	,874[a]	,764	,754	1,777

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, APLIKASI PDS
b. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Koefisien determinasi (R Square) berdasarkan tabel di atas adalah 0,764. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) berkontribusi sebesar 76,4% terhadap Minat Nasabah Baru Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih, sedangkan sisanya sebesar 23,6% dipengaruhi atau divariasikan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Perangkat lunak SPSS digunakan untuk pengujian hipotesis, dan tingkat signifikansi penelitian (α) ditetapkan sebesar 5%, atau α = 0,05:2 = 0,025 (uji 2 sisi). Rumus n-k-1 (0,05 df: 48-2-1 = 45 = 2,014) digunakan untuk mencari derajat kebebasan (df), dan hasilnya adalah t_{tabel} 2,014.

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	Sig.	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan
Aplikasi Pegadaian Digital Service (X_1)	0,001	3,555	2,01410	Ho ditolak Ha diterima
Kepercayaan Nasabah (X_2)	0,000	4,197	2,01410	Ho ditolak Ha diterima

Bedasarkan hasil pengolahan data yang terdapat dalam tabel 4 diatas diperoleh:

a. Uji-t Variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) (X1) Terhadap Minat Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y) Pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih**.** Aplikasi (X1) diketahui memiliki t-hitung sebesar 3,555 dan t-tabel sebesar 2,01410 (df = n-k-1 = 48 -2-1 = 45; t-tabel sebesar 2,01410 pada tingkat signifikansi 5%). Oleh karena itu, dapat dikatakan Ho ditolak dan Ha diterima karena t-hitung > t-tabel, yaitu 3,555 > 2,01410. Hal ini menunjukkan bahwa Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) berpengaruh terhadap Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih.
b. Uji-t Variabel Kepercayaan Nasabah (X_2) Terhadap Minat Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y) Pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih. Kepercayaan Nasabah (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,197 dan t tabel sebesar 2,01410 (df=n-k-1=48-

2-1=45; t tabel sebesar 2,01410 pada tingkat signifikansi 5%). Oleh karena itu, dapat dikatakan Ho ditolak dan Ha diterima karena t hitung > t tabel, yaitu 4,197 > 2,01410. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Nasabah (X2) berpengaruh terhadap Minat Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih.

Uji Secara Simultan (Uji-F)

Tabel 10. Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	460,370	2	230,185	72,890	,000[a]
	Residual	142,110	45	3,158		
	Total	602,479	47			

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, APLIKASI PDS
b. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengolahan data menunjukkan nilai F hitung > F tabel, yaitu 72,890 > 3,20, yang menunjukkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) di PT Pegadaian Cabang Prabumulih dipengaruhi secara simultan maupun bersama-sama oleh Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2). Dengan demikian, hipotesis penelitian bahwa Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) secara signifikan dan bersama-sama memengaruhi Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih, teruji.

CONCLUSION

Berdasarkan analisis data dan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi berganda Y = 2,070 + 0,409X1 + 0,484X2. Korelasi antara Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) adalah sekitar 2,070, dengan korelasi yang sangat kuat. Koefisien determinasi (R Square) adalah sekitar 0,764. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap Minat Nasabah Baru Dalam Menabung Emas (Y) adalah sekitar 76,4%, sedangkan variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model ini adalah sekitar 23,6%.

Hasil Uji-t, Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) memiliki nilai t sebesar 3,555 dan t-tabel sebesar 2,01410. Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) berpengaruh terhadap Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) di PT Pegadaian Cabang Prabumulih, yang ditunjukkan dengan penolakan Ho dan penerimaan Ha. Kepercayaan

Nasabah (X2) memiliki nilai t sebesar 4,197 dan t-tabel sebesar 2,01410. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kepercayaan Nasabah (X2) terhadap Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih karena Ho ditolak dan Ha diterima.

Selain itu, hasil pengolahan datapada uji F, Ho ditolak dan Ha diterima karena nilai F-hitung > F-tabel, yaitu 72,890 > 3,20. Hal ini menunjukkan bahwa pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih, Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) dipengaruhi oleh Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2). Dengan demikian, hipotesis penelitian bahwa Aplikasi Pegadaian Digital Service (X1) dan Kepercayaan Nasabah (X2) secara signifikan dan bersama-sama mempengaruhi Minat Nasabah Baru dalam Menabung Emas (Y) pada PT Pegadaian Cabang Prabumulih, teruji.

REFERENCES

Arikunto, Suhasimi. 2006. *PROSEDUR PENELITIAN SUATU PENDEKATAN PRAKTIK*. RinekaCipta. Jakarta.

Arikunto. 2010. *PROSEDUR PENELITIAN SUATU PENDEKATAN PRAKTIK.* Rineka Cipta.Jakarta.

Arikunto. 2012. *PROSEDUR PENELITIAN SUATU PENDEKATAN PRAKTIK*. Rineka Cipta.Jakarta

Crow dan Crow. 2015. *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMEPENGARUHI MINAT MASYARAKAT*. Fortal Media. Jakarta.

Ferdinand Augusty. 2002. *METODE PENELITIAN MANAJEMEN.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Foerthino dan Sadjiarto. 2019. *PENGEMBANGAN MINAT DALAM PEMBELAJARAN*. Jakarta.

Komarudin. 1994. *KAMUS PERBANKAN*. Grafindo.Jakarta.

Kotler, Amstrong. 2017. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta.

Kotler, Amstrong. 2016. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta.

Kotler, Keller. 2012. *MANAJEMEN PEMASARAN.* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.

Pegadaian, 2023. *LAPORAN HARIAN PEMBUKAAN TABUNGAN EMAS BULAN DESEMBER 2023*. Prabumulih.

Pegadaian. 2020. *PEGADAIAN DIGITAL SERVICE*. Pegadaian. https://sahabat.pegadaian.co.id

Philip, Keller. 2017. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta.

Ridwan dan Sunarto, 2018. *PENGANTAR STATISTIK.*Alfaberta. Bandung.

Sunarso. 2012. *DASAR ILMU PENGETAHUAN PEGADAIAN DIGITAL SERVICE.* Deepublish, Penerbit CV Budi. Sleman.

Susanto, Ahmad. 2013. *TEORI BELAJAR DAN PEMBELAJARAN DI SEKOLAH DASAR.* Prenadamedia Group. Jakarta.

Suprapto, Azizi 2020. *MANAJEMEN PEMASARAN, EDISI PERTAMA*. Myria Publisher. Ponorogo.

Sugiyono. 2019. *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D.* Alfabeta. Bandung

Sugiyono. 2020. Metode *PENELITIAN PENDIDIKAN PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D.* Alfabeta. Bandung