

### PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEGADAIAN UPC. KUALA TANJUNG BATU BARA

Yusman<sup>1</sup>, Iskandar Zulkarnain<sup>2</sup> Nurul Fadila Ramadani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tebing Tinggi Deli, Sumatera Utara, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Corresponding Author: [yusmanyusuf127@gmail.com](mailto:yusmanyusuf127@gmail.com)<sup>1</sup> [iskandarzulkarnain8892@gmail.com](mailto:iskandarzulkarnain8892@gmail.com)<sup>2</sup> [nurulfadilaramadani@gmail.com](mailto:nurulfadilaramadani@gmail.com)<sup>3</sup>

#### Abstrak

Kepuasan nasabah merupakan indikator keberhasilan lembaga keuangan non-bank dalam menghadapi persaingan, sementara harga emas yang berubah-ubah dan mutu pelayanan diduga memengaruhi penilaian nasabah. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang (UPC) Kuala Tanjung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan angket skala Likert yang disebar kepada 60 nasabah yang dipilih melalui *accidental sampling*. Data dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 27. Hasil penelitian menunjukkan seluruh butir pernyataan valid, instrumen reliabel (Cronbach's Alpha 0,842–0,879), dan model memenuhi uji asumsi klasik. Fluktuasi harga emas ( $t = 4,133$ ; sig. 0,000) dan kualitas pelayanan ( $t = 5,085$ ; sig. 0,000) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial, serta keduanya berpengaruh signifikan secara simultan ( $F = 46,821$ ; sig. 0,000) dengan  $R^2$  sebesar 0,621. Kualitas pelayanan menjadi variabel yang lebih dominan. Temuan ini menegaskan pentingnya pelayanan prima dan keterbukaan informasi harga emas bagi Pegadaian.

**Kata Kunci:** fluktuasi harga emas, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, Pegadaian

#### Abstract

*Customer satisfaction is a key indicator of success for non-bank financial institutions facing competition, while fluctuating gold prices and service quality are assumed to shape customers' assessments. This study aims to determine the effect of gold price fluctuation and service quality on customer satisfaction at PT Pegadaian (Persero) Kuala Tanjung Service Unit. The study used a quantitative associative approach, with a Likert-scale questionnaire distributed to 60 customers selected by accidental sampling. The data were analyzed using multiple linear regression in IBM SPSS Statistics 27. The results show that all items were valid, the instrument was reliable (Cronbach's Alpha 0.842–0.879), and the model met the classical assumption tests. Gold price fluctuation ( $t = 4.133$ ; sig. 0.000) and service quality ( $t = 5.085$ ; sig. 0.000) each had a positive and significant partial effect, and together they had a significant simultaneous effect ( $F = 46.821$ ; sig. 0.000) with an  $R^2$  of 0.621. Service quality was the more dominant variable. These findings underline the importance of excellent service and transparent gold price information for Pegadaian.*

**Keywords:** gold price fluctuation, service quality, customer satisfaction, Pegadaian

#### PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian membuat kebutuhan masyarakat terhadap lembaga keuangan terus meningkat, baik pada lembaga perbankan maupun non-bank. PT Pegadaian (Persero) adalah salah satu lembaga keuangan non-bank yang banyak dimanfaatkan masyarakat melalui

layanan gadai, pembiayaan, dan investasi emas, terutama oleh mereka yang membutuhkan dana cepat dengan prosedur yang sederhana (PT Pegadaian, 2023). Emas berperan sebagai barang jaminan utama sekaligus instrumen investasi yang dipandang aman dan mudah dicairkan, sehingga minat masyarakat terhadap produk emas di Pegadaian cenderung meningkat.

Harga emas bergerak mengikuti inflasi, nilai tukar mata uang, permintaan dan penawaran, serta kondisi ekonomi global. Bagi nasabah, perubahan tersebut berhubungan langsung dengan nilai jaminan dan nilai investasi yang dimiliki. Ketika harga naik, nasabah merasa diuntungkan; ketika harga turun, sebagian nasabah kecewa atau menunda transaksi. Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Kasmir, 2017), sehingga perubahan harga emas dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap layanan Pegadaian.

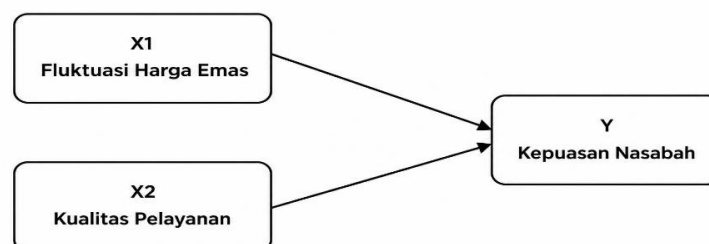
Selain harga, kualitas pelayanan menentukan kepuasan nasabah pada perusahaan jasa. Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 2018), sedangkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Dimensi kualitas pelayanan dalam model SERVQUAL meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Nasabah yang puas cenderung menggunakan kembali jasa perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dalam perspektif Islam, pelayanan yang baik sejalan dengan anjuran untuk memberikan yang terbaik dalam bermuamalah sebagaimana tersirat dalam QS. Al-Baqarah ayat 267.

Di PT Pegadaian (Persero) UPC Kuala Tanjung, berdasarkan kondisi di lapangan, sebagian nasabah merasa puas ketika harga emas naik tetapi khawatir ketika harga turun. Masih terdapat keluhan mengenai waktu pelayanan yang cukup lama saat jumlah nasabah meningkat, pemahaman nasabah terhadap informasi produk yang belum merata, serta perbedaan persepsi mengenai perubahan harga emas. Kondisi ini menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan perlu dikaji sebagai faktor penentu kepuasan nasabah.

Kerangka berpikir penelitian ini menempatkan fluktuasi harga emas ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas serta kepuasan nasabah ( $Y$ ) sebagai variabel terikat (Gambar 1). Fluktuasi harga emas diukur melalui kenaikan harga, penurunan harga, kestabilan harga, kesesuaian harga dengan nilai investasi, dan pengaruh perubahan harga terhadap keputusan transaksi. Kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui perasaan puas, kesesuaian harapan, keinginan menggunakan kembali jasa, kesediaan merekomendasikan, dan loyalitas. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub>: Fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- H<sub>3</sub>: Fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## KERANGKA KONSEPTUAL



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) UPC Kuala Tanjung, baik secara parsial maupun simultan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif dan deskriptif, yaitu menguji hubungan atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat berdasarkan data berupa angka yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan di PT Pegadaian (Persero) UPC Kuala Tanjung, Kecamatan Sei Suka, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara, pada April hingga Agustus 2026. Lokasi ini dipilih karena aktif melayani gadai dan investasi emas serta mudah dijangkau peneliti.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Kuala Tanjung yang menggunakan layanan gadai emas maupun investasi emas. Sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling*, yaitu nasabah yang secara kebetulan bertemu peneliti dan bersedia mengisi angket. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 60 responden dengan mengacu pada pendapat Arikunto (2019) bahwa pengambilan sampel dapat dilakukan sebesar 10–25% dari populasi.

Data dikumpulkan melalui observasi, angket (kuesioner), dan dokumentasi. Angket disusun berdasarkan indikator setiap variabel (Tabel 1) dengan skala Likert lima alternatif jawaban: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Setiap indikator diwakili satu butir pernyataan sehingga instrumen terdiri atas 15 butir.

Tabel 1. Variabel, Indikator, dan Butir Instrumen

| Variabel                               | Indikator                                                                                                                                                        | Butir     |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Fluktuasi Harga Emas (X <sub>1</sub> ) | Kenaikan harga emas; penurunan harga emas; kestabilan harga emas; kesesuaian harga dengan nilai investasi; pengaruh perubahan harga terhadap keputusan transaksi | X1.1–X1.5 |
| Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )   | <i>Tangible</i> (bukti fisik); <i>reliability</i> (keandalan); <i>responsiveness</i> (daya tanggap); <i>assurance</i> (jaminan); <i>empathy</i> (empati)         | X2.1–X2.5 |
| Kepuasan Nasabah (Y)                   | Perasaan puas terhadap pelayanan; kesesuaian harapan dengan pelayanan; keinginan menggunakan kembali jasa; kesediaan merekomendasikan; loyalitas nasabah         | Y1–Y5     |

Sumber: Diolah peneliti (2026)

Analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics 27 dengan tahapan: (1) uji validitas dengan korelasi butir-total terkoreksi, di mana butir valid jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  ( $0,254$ ;  $n = 60$ ;  $\alpha = 0,05$ ); (2) uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha, di mana instrumen reliabel jika nilainya  $> 0,60$  (Sugiyono, 2022); (3) uji asumsi klasik yang terdiri atas normalitas (Kolmogorov-Smirnov, Asymp. Sig.  $> 0,05$ ; Widiyanto, 2019), multikolinearitas (*tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10$ ), dan heteroskedastisitas (*scatterplot*) (Ghozali, 2018); serta (4) analisis regresi linear berganda, uji *t* (parsial), uji *F* (simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada taraf signifikansi 5%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Objek Penelitian

PT Pegadaian (Persero) UPC Kuala Tanjung berlokasi di Kecamatan Sei Suka, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Unit ini melayani gadai emas, tabungan emas, cicil emas, dan produk pembiayaan lainnya dengan mengutamakan pelayanan yang cepat, ramah, profesional, dan transparan (PT Pegadaian, 2023).

### Karakteristik Responden

Responden berjumlah 60 nasabah. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki (Tabel 2). Hal ini dapat dikaitkan dengan kebutuhan perempuan terhadap layanan gadai dan investasi emas sebagai bagian dari pengelolaan keuangan keluarga maupun investasi jangka panjang.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Laki-laki     | 26        | 43,3           |
| Perempuan     | 34        | 56,7           |
| <b>Total</b>  | <b>60</b> | <b>100</b>     |

Sumber: Hasil olah angket penelitian (Simulasi)

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh butir pada ketiga variabel memiliki nilai  $r \text{ hitung}$  di atas  $r \text{ tabel}$  ( $0,254$ ) sehingga dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha setiap variabel juga melampaui  $0,60$ , sehingga instrumen dinyatakan reliabel (Tabel 3). Nilai Cronbach's Alpha untuk keseluruhan 15 butir adalah  $0,872$ .

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

| Variabel                       | Butir | Rentang $r \text{ hitung}$ | $r \text{ tabel}$ | Cronbach's Alpha | Ket.            |
|--------------------------------|-------|----------------------------|-------------------|------------------|-----------------|
| Fluktuasi Harga Emas ( $X_1$ ) | 5     | 0,658–0,734                | 0,254             | 0,842            | Valid, reliabel |
| Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )   | 5     | 0,689–0,774                | 0,254             | 0,879            | Valid, reliabel |
| Kepuasan Nasabah ( $Y$ )       | 5     | 0,694–0,752                | 0,254             | 0,861            | Valid, reliabel |

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 27 (Simulasi)

### Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,200$  ( $> 0,05$ ), sehingga residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai

*tolerance* 0,684 dan VIF 1,462 untuk kedua variabel bebas (*tolerance* > 0,10; VIF < 10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Pada uji heteroskedastisitas, titik-titik *scatterplot* menyebar acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian model regresi memenuhi seluruh asumsi klasik.

### Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 4 dengan persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 5,327 + 0,356X_1 + 0,478X_2$$

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

| Variabel                       | B     | Std. Error | Beta  | t hitung | Sig.  | Ket.       |
|--------------------------------|-------|------------|-------|----------|-------|------------|
| (Konstanta)                    | 5,327 | 2,108      | –     | 2,528    | 0,015 | –          |
| Fluktuasi Harga Emas ( $X_1$ ) | 0,356 | 0,086      | 0,416 | 4,133    | 0,000 | Signifikan |
| Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )   | 0,478 | 0,094      | 0,492 | 5,085    | 0,000 | Signifikan |

Variabel terikat: Kepuasan Nasabah ( $Y$ );  $t$  tabel = 2,002 ( $df = 57$ ;  $\alpha = 0,05$ ). Sumber: Output IBM SPSS Statistics 27 (Simulasi)

Konstanta sebesar 5,327 berarti kepuasan nasabah diperkirakan bernilai 5,327 apabila fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan dianggap nol. Koefisien  $X_1$  sebesar 0,356 dan  $X_2$  sebesar 0,478 sama-sama bernilai positif: setiap kenaikan satu satuan pada  $X_1$  meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,356 satuan, dan setiap kenaikan satu satuan pada  $X_2$  meningkatkannya sebesar 0,478 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Pada uji t, fluktuasi harga emas memperoleh  $t$  hitung 4,133 >  $t$  tabel 2,002 (sig. 0,000 < 0,05) dan kualitas pelayanan memperoleh  $t$  hitung 5,085 > 2,002 (sig. 0,000 < 0,05). Dengan demikian  $H_1$  dan  $H_2$  diterima: kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

### Uji F dan Koefisien Determinasi

Uji F menghasilkan F hitung 46,821 yang lebih besar dari F tabel 3,16 ( $df_1 = 2$ ;  $df_2 = 57$ ;  $\alpha = 0,05$ ) dengan sig. 0,000 < 0,05 (Tabel 5), sehingga  $H_3$  diterima. Nilai R sebesar 0,788 menunjukkan hubungan yang kuat, dan  $R^2$  sebesar 0,621 berarti fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan menjelaskan 62,1% variasi kepuasan nasabah, sedangkan 37,9% dipengaruhi faktor lain di luar model (Tabel 6).

Tabel 5. Hasil Uji F (ANOVA)

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.  |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Regression | 528,614        | 2  | 264,307     | 46,821 | 0,000 |
| Residual   | 321,703        | 57 | 5,644       |        |       |
| Total      | 850,317        | 59 |             |        |       |

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 27 (Simulasi)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model Summary)

| R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | N  |
|-------|----------|-------------------|----------------------------|----|
| 0,788 | 0,621    | 0,608             | 2,376                      | 60 |

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 27 (Simulasi)

## Pembahasan

**Pengaruh fluktuasi harga emas terhadap kepuasan nasabah.** Fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $t = 4,133$ ; sig. 0,000). Perubahan harga emas menjadi pertimbangan nasabah dalam bertransaksi: kenaikan harga memberi keuntungan bagi nasabah gadai maupun investasi emas, sedangkan penurunan harga membuat sebagian nasabah menunda transaksi karena mengharapkan harga yang lebih baik. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa harga memengaruhi keputusan konsumen (Kasmir, 2017) dan bahwa harga yang sesuai dengan harapan meningkatkan nilai yang dirasakan sehingga kepuasan pelanggan ikut meningkat (Kotler & Keller, 2016).

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.** Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $t = 5,085$ ; sig. 0,000). Semakin baik pelayanan yang diterima, semakin tinggi kepuasan nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, sopan, responsif, dan disertai informasi yang jelas menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi, sejalan dengan konsep kualitas pelayanan sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 2018). Koefisien regresi (0,478 dibandingkan 0,356) dan nilai  $t$  hitung yang lebih besar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lebih dominan daripada fluktuasi harga emas; meskipun harga emas berubah, pelayanan yang baik tetap menjadi alasan utama nasabah memilih Pegadaian.

**Pengaruh simultan.** Fluktuasi harga emas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $F = 46,821$ ; sig. 0,000) dengan  $R^2$  0,621. Kedua faktor saling melengkapi: nasabah tidak hanya mempertimbangkan perubahan harga emas, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan selama berinteraksi dengan Pegadaian. Karena 37,9% variasi kepuasan dijelaskan oleh faktor lain, seperti kualitas produk, promosi, kepercayaan nasabah, lokasi, dan kemudahan transaksi, penelitian selanjutnya perlu memasukkan variabel-variabel tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

Fluktuasi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Kuala Tanjung ( $t = 4,133 > 2,002$ ; sig. 0,000). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan ( $t = 5,085 > 2,002$ ; sig. 0,000) dan menjadi variabel yang lebih dominan. Secara simultan, keduanya berpengaruh positif dan signifikan ( $F = 46,821 > 3,16$ ; sig. 0,000) dengan kontribusi sebesar 62,1% ( $R^2 = 0,621$ ).

Bagi Pegadaian UPC Kuala Tanjung, disarankan mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi pegawai, pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif, serta penyampaian informasi perkembangan harga emas yang akurat dan transparan, termasuk melalui layanan digital dan informasi harga secara *real-time*. Bagi nasabah, disarankan mengikuti perkembangan harga emas dan memberikan masukan atas pelayanan yang diterima. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambah variabel lain (kepercayaan, kualitas produk, promosi, citra perusahaan, kemudahan transaksi digital), memperbesar jumlah responden, dan memperluas lokasi ke beberapa kantor cabang.

## REFERENSI

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- PT Pegadaian (Persero). (2023). *Profil dan Produk Pegadaian*. Jakarta: PT Pegadaian (Persero).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyanto, M. A. (2019). *Statistika Terapan*. Jakarta: Gramedia.