

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK DIGITAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA APLIKASI TRING PADA PT PEGADAIAN CABANG KRAMAT RAYA

¹Hidayah Rizki Amelia ²Wangsit Supeno

¹²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

E-mail: ¹hidayahrizkiamelia74@gmail.com, ²wangsit.wss@bsi.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan jasa keuangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta mengembangkan produk digital guna memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. PT Pegadaian melalui aplikasi Tring berupaya memberikan kemudahan layanan kepada nasabah, namun masih terdapat beberapa kendala yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk digital terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring pada PT Pegadaian Cabang Kramat Raya. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden yang merupakan nasabah pengguna aplikasi Tring. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan produk digital diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial ($t = 6.061$ & $6.634 > 1.991$) maupun simultan ($50.682 > 3.115$). Kualitas pelayanan yang semakin baik mampu meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang cepat, tepat, dan responsif, sedangkan produk digital yang mudah digunakan, aman, dan memiliki fitur yang lengkap mampu memberikan pengalaman layanan yang lebih baik. Penelitian ini memberikan implikasi bagi PT Pegadaian agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dan pengembangan aplikasi Tring sehingga kepuasan serta loyalitas nasabah dapat terus meningkat.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Produk Digital, Kepuasan Nasabah, Aplikasi Tring*

ABSTRACT

The development of digital technology encourages financial services companies to improve service quality and develop digital products to meet customer needs and expectations. PT Pegadaian, through its Tring app, strives to provide convenient services to customers, but several obstacles remain that could potentially impact user satisfaction. This study aims to analyze the influence of service quality and digital products on customer satisfaction of Tring app users at PT Pegadaian Kramat Raya Branch. The study used a quantitative method with an associative approach. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 67 respondents, who are Tring app users. Data analysis techniques used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-tests), simultaneous tests (F-tests), and coefficient of determination (R^2) tests. The results indicate that the service quality and digital products variables are suspected to have a positive and significant effect on customer satisfaction partially ($t = 6.061$ & $6.634 > 1.991$) and simultaneously ($50.682 > 3.115$). Improved service quality can increase customer satisfaction through fast, accurate, and responsive service, while

digital products that are easy to use, secure, and feature-rich provide a better service experience. This research provides implications for PT Pegadaian to continue improving service quality and developing the Tring application to further enhance customer satisfaction and loyalty.

Keyword : Service Quality, Digital Products, Customer Satisfaction, Tring Application.

1. PENDAHULUAN

Lanskap bisnis terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi dalam satu dekade terakhir (Agustina et al., 2022), termasuk perubahan yang terjadi di sektor jasa keuangan. Setiap perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi agar tetap kompetitif di pasar (Ardianto et al, 2022). Bagi perusahaan jasa keuangan, melakukan transformasi digital merupakan langkah penting untuk menjaga daya saing dan memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah (Isnoue et al, 2024). Pemanfaatan layanan berbasis digital dalam industri jasa keuangan dinilai mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan (Gunawan et al, 2024).

PT Pegadaian, sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor jasa keuangan, turut merespons dinamika tersebut dengan mengembangkan layanan berbasis aplikasi digital (Rahmawati, 2023). Aplikasi Tring merupakan salah satu inovasi digital yang diciptakan oleh PT Pegadaian. Nasabah dapat menggunakan aplikasi ini untuk mengakses berbagai layanan Pegadaian secara daring dengan lebih mudah, tanpa perlu datang langsung ke kantor, seperti layanan gadai, pembayaran angsuran, layanan emas, pengecekan informasi produk, dan berbagai layanan lainnya.

Kehadiran aplikasi Tring diharapkan dapat memberikan dampak positif, baik bagi perusahaan maupun nasabah. Layanan digital dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi serta mengurangi antrean di kantor cabang

(Panggohong et al, 2023). Bagi nasabah, aplikasi Tring memberikan kemudahan akses layanan kapan saja dan di mana saja. Kemudahan ini merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah terhadap perusahaan (Agustina et al, 2022).

Meskipun telah meluncurkan inisiatif digitalisasi melalui aplikasi Tring, terdapat sejumlah kendala dalam implementasi layanan digital ini yang berpotensi berdampak negatif terhadap tingkat kepuasan nasabah. Berdasarkan data ulasan pengguna di platform Google Play Store, aplikasi Pegadaian Digital (yang kini bernama Tring) masih terus menerima berbagai keluhan dari pengguna terkait aspek teknis maupun layanan. Keluhan terbesar nasabah pengguna aplikasi Tring berkaitan dengan gangguan sistem atau aplikasi yang mengalami *error* sebesar 28,3%, diikuti oleh aplikasi yang lambat diakses sebesar 21,6%, dan kesulitan dalam proses *login* atau verifikasi akun sebesar 16,4%. Ketiga kategori keluhan tersebut secara kumulatif menyumbang 66,3% dari total keluhan pengguna, yang mengindikasikan bahwa permasalahan teknis pada produk digital masih menjadi isu utama yang dihadapi nasabah.

Permasalahan tersebut tidak hanya memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas produk digital, tetapi juga berdampak pada penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan nilai google rating, terlihat bahwa terjadi penurunan rating dari 3,8 pada tahun 2021 menjadi 3,4 pada tahun 2025. Peringkat di bawah 4,0 mengindikasikan adanya ruang perbaikan yang luas bagi aplikasi tersebut

untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna.

Data menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan dengan skor terendah adalah dimensi "Daya Tanggap" (Responsiveness) sebesar 3,4, diikuti oleh "Keandalan" (Reliability) sebesar 3,6. Skor daya tanggap yang rendah mengindikasikan bahwa staf tidak merespons kebutuhan dan keluhan pelanggan dengan cukup cepat atau tidak memberikan tanggapan yang menyeluruh. Di sisi lain, skor keandalan yang juga berada di bawah 4,0 menunjukkan perlunya peningkatan konsistensi dan keandalan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Sebagaimana telah disoroti sebelumnya, tantangan terkait produk digital dan kualitas layanan memiliki kaitan langsung dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai rasa puas atau tidak puas yang dirasakan pelanggan ketika membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan mereka (Agustina et al, 2022). Kepuasan terjadi ketika kinerja produk atau layanan setara atau lebih baik daripada harapan, sedangkan ketidakpuasan terjadi ketika kinerja produk atau layanan berada di bawah harapan. Kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan penggunaan layanan perusahaan (Kotler & Keller, 2025). Terkait penggunaan aplikasi digital, beberapa penelitian terdahulu menegaskan bahwa terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain kemudahan penggunaan, kecepatan akses sistem, keamanan data, dan kualitas dukungan perusahaan bagi pengguna (Ighomereho et al 2022).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung fenomena ini. Penelitian yang dilakukan oleh Destyani et al (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan di PT Pegadaian Cabang Kendal. Demikian pula, menurut Ponggohong et al (2023), kualitas layanan berperan penting dalam mencapai kepuasan pelanggan di unit PT Pegadaian UPC Paniki. Selain itu, penelitian Rahmawati et al (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh layanan digital itu sendiri. Temuan-temuan ini mendukung teori bahwa kualitas layanan dan produk digital merupakan dua faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Namun, belum ada penelitian spesifik yang mengkaji pengaruh produk digital, khususnya aplikasi Tring, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Pegadaian. Oleh karena itu, teridentifikasi adanya celah penelitian yang perlu ditangani untuk memperoleh wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan pada aplikasi Tring.

Lebih dari sepertiga keluhan (66,3%) berkaitan dengan masalah teknis pada produk digital; peringkat aplikasi tampak tidak stabil dan belum mencapai angka di atas 4,0 serta penilaian kualitas layanan, seperti aspek responsivitas dan keandalan, masih tergolong rendah.

Peneliti bermaksud melakukan studi dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Digital terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Tring di PT Pegadaian." Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan digital, serta menjadi acuan bagi PT Pegadaian dalam merumuskan strategi untuk terus meningkatkan kualitas produk digital dan layanan pelanggannya.

2. LANDASAN TEORI

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau jasa yang

diterima. Kepuasan nasabah menjadi salah satu indikator penting dalam perusahaan jasa karena berkaitan dengan loyalitas pelanggan dan keberlangsungan perusahaan.

Menurut Riyadi et al. (2024) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila hasil yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Menurut Ponggohong et al. (2023), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan terhadap pengalaman penggunaan produk atau jasa yang menunjukkan apakah harapan pelanggan terpenuhi atau tidak. Kepuasan nasabah memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan. Nasabah yang merasa puas akan cenderung menggunakan kembali layanan perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Kualitas Layanan

Produk digital merupakan layanan berbasis teknologi yang digunakan untuk mempermudah aktivitas pengguna secara elektronik. Pada era digital saat ini, perusahaan jasa keuangan dituntut untuk mampu menghadirkan layanan digital yang efektif, efisien, cepat, dan mudah digunakan oleh pelanggan.

Menurut (Pratama et al., 2024), produk digital merupakan produk atau layanan yang disampaikan melalui media digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan internet. Produk digital memungkinkan pelanggan untuk memperoleh layanan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke perusahaan.

Aplikasi Tring merupakan salah satu inovasi digital PT Pegadaian yang digunakan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi secara *online*. Produk digital yang memiliki kualitas baik akan memberikan pengalaman positif kepada pengguna sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Menurut (Rahmawati et al., 2023), digital service memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada perusahaan jasa keuangan.

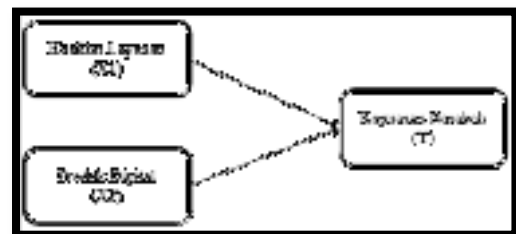
H1 : Diduga kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring PT Pegadaian (Y).

Produk Digital

Menurut Pratama et al (2024), produk digital adalah produk atau layanan yang disediakan melalui media digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan internet. Produk digital memungkinkan pelanggan untuk menggunakan layanan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang secara fisik ke perusahaan. Rahmawati et al (2023) menunjukkan bahwa layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan digital memegang peranan yang sangat krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan jasa keuangan.

H2 : Diduga produk digital (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring PT Pegadaian (Y).

H3 : Diduga kualitas pelayanan (X1) dan produk digital (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring PT Pegadaian (Y).



Gambar1. Model penelitian

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Digital terhadap Kepuasan Nasabah pengguna aplikasi Tring pada PT Pegadaian Cabang Kramat Raya. Responden penelitian merupakan nasabah aktif PT Pegadaian yang menggunakan aplikasi Tring, pernah melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut minimal dua kali, dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pengguna aplikasi Tring PT Pegadaian Cabang Kramat Raya yang berjumlah 200 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh jumlah minimum sampel sebanyak 67 responden. Dalam pelaksanaan penelitian, kuesioner yang berhasil dikumpulkan dan digunakan dalam analisis berjumlah 80 responden.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin. Variabel Kualitas Pelayanan diukur menggunakan 15 item, Produk Digital menggunakan 14 item, dan Kepuasan Nasabah menggunakan 12 item. Indikator Kualitas Pelayanan meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan Produk Digital mencakup kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan akses, kelengkapan fitur, dan tampilan aplikasi. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menggunakan 80 responden yang merupakan pengguna aplikasi Tring PT Pegadaian Cabang Kramat Raya. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 37 responden laki-laki (46,25%) dan 43 responden perempuan (53,75%). Berdasarkan usia, responden berusia 18–25 tahun berjumlah 31 orang (38,75%), usia 26–30 tahun sebanyak 26 orang

(32,50%), usia 31–40 tahun sebanyak 14 orang (17,50%), dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 9 orang (11,25%).

Tabel 1. Profil Responden

Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	37	46,25
Perempuan	43	53,75
Usia		
18–25 tahun	31	38,75
26–30 tahun	26	32,50
31–40 tahun	14	17,50
>40 tahun	9	11,25
Total	80	100,00

Dengan demikian, responden didominasi oleh perempuan dan kelompok usia 18–25 tahun. Data mengenai karakteristik responden dalam skripsi menunjukkan total 80 responden, meskipun terdapat kesalahan penulisan persentase pada beberapa kategori; persentase di atas telah disesuaikan dengan frekuensi masing-masing kategori.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel penelitian dinyatakan valid. Pada variabel Kualitas Pelayanan, seluruh 15 item memiliki nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel sebesar 0,235 dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Nilai r -hitung berada pada rentang 0,557–0,753. Pada variabel Produk Digital, seluruh 14 item juga dinyatakan valid dengan nilai r -hitung 0,525–0,708. Sementara itu, seluruh 12 item pada variabel Kepuasan Nasabah dinyatakan valid dengan nilai r -hitung 0,568–0,696.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	15	0,903
Produk Digital	14	0,868
Kepuasan Nasabah	12	0,851

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,903 untuk Kualitas Pelayanan, 0,868 untuk Produk Digital, dan 0,851 untuk

Kepuasan Nasabah. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel/Indikator	Nilai	Kriteria
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Sig. = 0,239	> 0,05
Multikolinearitas		
Kualitas Pelayanan	Tol. = 0,596; VIF = 1,041	Tol. > 0,10; VIF < 10
Produk Digital	Tol. = 0,596; VIF = 1,041	Tol. > 0,10; VIF < 10
Heteroskedastisitas		
Kualitas Pelayanan	Sig. = 0,181	> 0,05
Produk Digital	Sig. = 0,286	> 0,05

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi seluruh persyaratan yang diperlukan. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,239 > 0,05, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,596 dan VIF sebesar 1,041 untuk variabel independen, sehingga tidak ditemukan gejala multikolinearitas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,181 untuk Kualitas Pelayanan dan 0,286 untuk Produk Digital, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien B	t-hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan	0,341	6,061	0,001
Produk Digital	0,456	6,634	<0,001
Uji F	50,682		<0,001

Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,341 menunjukkan hubungan positif terhadap Kepuasan Nasabah. Sementara itu, Produk Digital memiliki koefisien regresi sebesar 0,456 yang juga menunjukkan hubungan positif terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan maupun kualitas produk digital cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah.

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 6,061 > 1,991 dengan signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.

Produk Digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai t-hitung sebesar 6,634 > 1,991 dengan signifikansi <0,001, sehingga hipotesis kedua diterima.

Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Produk Digital berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 50,682 > F-tabel 3,115 dengan signifikansi <0,001. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Nilai koefisien determinasi yang dilaporkan dalam skripsi menunjukkan R² sebesar 0,568, yang berarti Kualitas Pelayanan dan Produk Digital secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 56,8% variasi Kepuasan Nasabah, sedangkan 43,2% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Namun, pada bagian lain skripsi terdapat angka Adjusted R² sebesar 0,557 dan pada kesimpulan tertulis 0,564. Untuk artikel jurnal, angka ini sebaiknya diverifikasi kembali langsung dari tabel Model Summary SPSS sebelum publikasi agar tidak terdapat tiga angka koefisien determinasi yang berbeda.

Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan PT Pegadaian, semakin tinggi pula kepuasan yang

dirasakan nasabah pengguna aplikasi Tring. Kualitas pelayanan yang cepat, akurat, responsif, ramah, dan mampu memberikan rasa aman dapat membentuk pengalaman positif bagi nasabah. Temuan ini mendukung teori SERVQUAL yang menempatkan tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy sebagai dimensi penting dalam evaluasi kualitas pelayanan. Hasil penelitian juga konsisten dengan penelitian Ponggohong et al. (2023) dan Ryanto et al. (2023) yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Temuan tersebut juga relevan dengan fenomena awal penelitian, khususnya masih rendahnya aspek responsiveness dan reliability. Survei internal yang dikutip dalam skripsi menunjukkan skor responsiveness sebesar 3,4 dan reliability sebesar 3,6. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kecepatan merespons keluhan dan konsistensi pelayanan masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Berdasarkan perspektif SERVQUAL dan Expectation-Disconfirmation Theory, kepuasan akan meningkat ketika pelayanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah. Sebaliknya, keterlambatan respons dan ketidakandalan layanan dapat menciptakan kesenjangan antara harapan dan pengalaman aktual sehingga menurunkan kepuasan.

Produk Digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan koefisien regresi sebesar 0,456, Produk Digital memiliki koefisien yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan sebesar 0,341, sehingga dalam model penelitian ini Produk Digital menjadi variabel dengan pengaruh relatif lebih besar. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan akses, kelengkapan fitur, dan tampilan aplikasi merupakan aspek

penting dalam membentuk kepuasan pengguna Tring.

Hasil tersebut sejalan dengan Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean yang menekankan pentingnya kualitas sistem dalam membentuk kepuasan pengguna. Stabilitas sistem, kecepatan pemrosesan, kemudahan penggunaan, dan keandalan aplikasi menjadi bagian penting dari pengalaman pengguna. Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM), khususnya persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan teknologi. Ketika aplikasi mudah digunakan dan memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan, pengguna cenderung memiliki pengalaman yang lebih positif dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Produk Digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna Tring tidak hanya ditentukan oleh kualitas aplikasi, tetapi juga oleh kualitas interaksi pelayanan yang diterima nasabah. Aplikasi yang mudah digunakan, aman, dan memiliki fitur yang lengkap akan memberikan manfaat yang lebih besar apabila didukung oleh pelayanan yang cepat, responsif, dan mampu menyelesaikan masalah nasabah. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan nasabah perlu dilakukan secara terintegrasi melalui pengembangan kualitas produk digital sekaligus peningkatan kualitas pelayanan.

Temuan tersebut juga memperlihatkan bahwa permasalahan teknis aplikasi dan kualitas pelayanan merupakan dua aspek yang saling berkaitan. Tingginya keluhan terkait gangguan sistem, lambatnya akses, serta masalah login atau verifikasi menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas sistem digital. Pada saat yang sama, rendahnya responsiveness dan reliability menunjukkan perlunya peningkatan kualitas interaksi antara

perusahaan dan nasabah. Dengan demikian, strategi peningkatan kepuasan nasabah tidak cukup hanya dilakukan melalui pembaruan teknologi, tetapi juga perlu disertai peningkatan kemampuan pegawai dalam memberikan layanan dan menangani keluhan secara cepat dan tepat

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Digital terhadap Kepuasan Nasabah pengguna aplikasi Tring pada PT Pegadaian Cabang Kramat Raya, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, terutama dalam aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik pelayanan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan PT Pegadaian.

Produk Digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan akses, kelengkapan fitur, serta tampilan aplikasi menjadi aspek penting dalam membentuk pengalaman positif pengguna aplikasi Tring. Dalam penelitian ini, Produk Digital memiliki koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan, sehingga peningkatan kualitas aplikasi menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Produk Digital berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, peningkatan kepuasan pengguna aplikasi Tring perlu dilakukan secara terintegrasi melalui peningkatan kualitas sistem digital sekaligus peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain di luar Kualitas Pelayanan dan Produk Digital yang dapat memengaruhi Kepuasan Nasabah.

PT Pegadaian Cabang Kramat Raya disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek responsiveness dan reliability. Peningkatan dapat dilakukan melalui percepatan respons terhadap pertanyaan dan keluhan nasabah, peningkatan konsistensi pelayanan, serta

pemberian solusi yang lebih cepat dan tepat terhadap permasalahan yang dialami pengguna aplikasi Tring.

Dari sisi Produk Digital, PT Pegadaian perlu melakukan evaluasi dan pengembangan aplikasi Tring secara berkelanjutan, terutama terkait stabilitas sistem, kecepatan akses, kemudahan login dan verifikasi, keamanan transaksi, serta kelengkapan fitur. Pengembangan tersebut perlu mempertimbangkan pengalaman dan kebutuhan pengguna agar aplikasi tidak hanya memiliki fitur yang lengkap, tetapi juga mudah dan nyaman digunakan.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Nasabah, seperti persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, persepsi manfaat, kualitas informasi, atau loyalitas nasabah. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada cabang PT Pegadaian lainnya dengan jumlah responden yang lebih besar sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kepuasan pengguna aplikasi Tring.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., & Abdillah, W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(2), 120–134.
- Ardianto, E., Lukiastuti, F., & Putri, A. (2022). Desain penelitian kuantitatif dalam bidang manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 45–58.
- Gunawan, C., Febriani, E., & Kusumah, A. (2024). Trust and User Satisfaction in Digital Application: An Analysis of GoPay E-Money Service. *Journal of Accounting for Sustainable Society*, 6(1), 15–24.
- Ighomereho, S. O., Ojo, A. A., Omoyele, S. O., & Olabode, S. O. (2022). From Service Quality to E-Service Quality: Measurement, Dimensions and Model.
- Isnoe, M. Z. M., & Azis, A. M. (2024). Analisis E-Service Quality Aplikasi DANA dalam Memenuhi

- Customer Satisfaction Menggunakan Dimensi E-SERVQUAL. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 199–214.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2025). *Marketing Management* (17th ed.). Pearson.
- Panggohong, R., Sondakh, J., & Rumokoy, F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa. *Jurnal EMBA*, 11(2), 210–223.
- Ponggohong, E. H. P., Tiwatu, I., Walangitan, M., & Pesak, R. O. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Paniki. *Manajemen Administrasi Bisnis dan Pemasaran (MABP)*, 5(2).
- Pratama, D. R., Febrian, A., Wiryawan, D., & Husna, N. (2024). The Effect of Electronic Service Quality on Increasing Customer Loyalty with a Focus on Adding Diverse Product Segments. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 26(3), 323–336.
- Rahmawati, D. (2023). Pengaruh kualitas produk digital terhadap kepuasan pengguna layanan digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(1), 65–80.
- Riyadi, A. S., Hadi, E. D., & Rusdi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Offline) dan Kualitas Digitalisasi Layanan (Online) terhadap Kepuasan Peserta pada PT Taspen (Persero). *Student Journal of Business and Management*, 6(2), 87–97.