

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *TRUST* TERHADAP KEPUASAN NASABAH APLIKASI TRING! BY PEGADAIAN

(Studi Pada Nasabah Pegadaian Cabang Blimbing)

Sabila Firdausi Atma Saputri, Daris Zunaida, Karina Utami Anastuti

*Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang
Jalan MT Haryono 193 Malang, 6514, Indonesia*

LPPM Universitas Islam Malang, Jalan MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: 22201092073@unisma.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi sektor jasa keuangan mendorong PT Pegadaian melakukan transformasi layanan melalui pengembangan *platform* digital. PT Pegadaian kemudian menghadirkan aplikasi Tring! by Pegadaian sebagai *platform* layanan keuangan digital terintegrasi yang menyatukan seluruh layanan Pegadaian, baik konvensional maupun syariah. Meskipun demikian, dalam penggunaannya masih ditemukan berbagai kendala terkait kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah yang dapat memengaruhi Kepuasan Nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terhadap Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian Cabang Blimbing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner secara langsung dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Trust* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Secara simultan, *Perceived Ease Of Use* dan *Trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, *Perceived Ease of Use* dan *Trust* merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian.

Kata Kunci: *Perceived Ease of Use; Trust; Kepuasan Nasabah; Tring! by Pegadaian.*

ABSTRACT

The development of digitalization in the financial services sector has encouraged PT Pegadaian to transform its services through the development of digital platforms. PT Pegadaian subsequently introduced the Tring! by Pegadaian application as an integrated digital financial services platform that combines all Pegadaian services, both conventional and sharia. Nevertheless, its use still encounters various issues related to ease of use and customer trust that may affect Customer Satisfaction. This study aims to analyze the effect of Perceived Ease Of Use and Trust on Customer Satisfaction of the Tring! by Pegadaian application at the Blimbing Branch. This study uses a quantitative approach with an explanatory research design. The research sample consisted of 96 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through direct

questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 25. The results show that Perceived Ease of Use and Trust each have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Simultaneously, Perceived Ease of Use and Trust also have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Thus, Perceived Ease of Use and Trust are factors that play a role in improving Customer Satisfaction of the Tring! by Pegadaian application.

Keywords: *Perceived Ease of Use; Trust; Kepuasan Nasabah; Tring! by Pegadaian.*

PENDAHULUAN

Perkembangan digitalisasi di sektor jasa keuangan Indonesia terus mengalami percepatan sebagai respon terhadap dinamika ekonomi dan kemajuan teknologi digital. Otoritas Jasa Keuangan menegaskan bahwa transformasi digital telah menjadi fokus utama sejak tahun 2022 guna meningkatkan efektivitas layanan serta memperluas inklusi keuangan masyarakat (OJK, 2022). Percepatan tersebut sejalan dengan peningkatan signifikan tingkat penetrasi internet di Indonesia, yang terus menunjukkan tren naik dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet nasional meningkat dari 64,8% pada tahun 2018 menjadi 73,7% pada tahun 2020, dan terus bertumbuh hingga mencapai 80,66% pada tahun 2025. Peningkatan akses internet yang semakin luas ini mendorong perubahan pola perilaku masyarakat dalam mengakses berbagai layanan, termasuk layanan keuangan.

Sejalan dengan fenomena tersebut, PT Pegadaian (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara di bidang jasa keuangan non-bank melakukan pembaruan layanan melalui pemanfaatan teknologi digital. Pembaruan layanan digital Pegadaian diawali dengan pengembangan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) yang diluncurkan

pada 1 April 2018. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan layanan yang lebih terpadu, Pegadaian kemudian meluncurkan aplikasi Tring! by Pegadaian pada 8 Oktober 2025 sebagai pengganti dan pengembangan dari aplikasi PDS. Aplikasi Tring! by Pegadaian adalah aplikasi keuangan digital terintegrasi yang menyatukan seluruh layanan Pegadaian, baik konvensional maupun syariah, dalam satu *platform* dengan konsep 1 User ID. Aplikasi ini sudah memiliki jumlah pengguna yang telah melampaui 1 juta pengguna dan diposisikan sebagai layanan keuangan digital yang mendukung kebutuhan masyarakat modern melalui transaksi yang lebih praktis dan terintegrasi.

Meskipun aplikasi Tring! by Pegadaian dikembangkan sebagai bagian dari transformasi digital untuk meningkatkan kinerja aplikasi, dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai permasalahan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pengguna. Berdasarkan ulasan pengguna pada *platform* Play Store, terdapat beberapa ulasan yang menggambarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Tring!, terutama terkait kemudahan penggunaan, seperti kendala pada proses akses akun, login, kestabilan aplikasi, serta tampilan dan alur penggunaan yang dinilai kurang mudah dipahami. Kondisi tersebut

membentuk persepsi bahwa aplikasi Tring! belum sepenuhnya memberikan kemudahan sebagaimana yang diharapkan, bahkan dinilai lebih rumit dibandingkan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) sebelumnya.

Selain permasalahan kemudahan penggunaan, persoalan lain yang menonjol berkaitan dengan tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem aplikasi. Sejumlah pengalaman pengguna menunjukkan adanya kendala dalam proses migrasi dari Pegadaian Digital Service ke Tring yang menyebabkan pengguna kehilangan akses ke akun dan tabungan emas, data akun tidak dikenali sehingga pengguna diminta membuat akun baru, serta masalah dalam pemrosesan transaksi *buyback* yang mengakibatkan dana belum diterima meskipun transaksi dinyatakan berhasil. Berbagai keluhan tersebut mengindikasikan adanya keraguan nasabah terhadap keandalan sistem aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun layanan digital telah tersedia, tidak seluruh pengguna mampu merasakan manfaat tersebut secara optimal, sehingga persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan masih menjadi faktor krusial yang memengaruhi Kepuasan Nasabah dalam memanfaatkan layanan digital Pegadaian.

Kondisi penggunaan aplikasi layanan keuangan digital sebagaimana tergambar dalam pengalaman nasabah tersebut dapat dianalisis melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teoretis penelitian. TAM digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi, dengan menekankan bahwa penerimaan sistem sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap

kemudahan penggunaan serta keyakinan terhadap sistem yang digunakan. Dalam konteks ini, *Perceived Ease of Use* berperan dalam membentuk kenyamanan nasabah saat mengoperasikan aplikasi, sehingga memengaruhi kelancaran dan efektivitas interaksi pengguna dengan layanan digital. Selain itu, *Trust* menjadi faktor yang tidak terpisahkan, karena berkaitan dengan rasa aman, keandalan sistem, serta keyakinan nasabah terhadap pengelolaan data dan proses transaksi keuangan. Apabila aplikasi mudah digunakan dan mampu menumbuhkan kepercayaan, maka nasabah cenderung memberikan penilaian positif terhadap layanan yang diterima, yang pada akhirnya tercermin dalam tingkat Kepuasan Nasabah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna pada layanan berbasis teknologi digital. Muflihadi dan Rubiyanti (2016) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi digital. Namun, penelitian Suryani dkk., (2021) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, sementara kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna masih bergantung pada konteks layanan yang diteliti dan belum menunjukkan hasil yang konsisten.

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Perbedaan hasil terkait pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan

menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut belum sepenuhnya terjelaskan secara konsisten. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada aplikasi transportasi daring, *e-commerce*, dan layanan pembayaran digital, sementara kajian pada aplikasi layanan keuangan non-bank milik Badan Usaha Milik Negara masih relatif terbatas. Secara khusus, penelitian yang mengkaji pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada aplikasi Tring! by Pegadaian, terutama di wilayah Malang, masih jarang ditemukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terhadap Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian Cabang Blimbing. Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat peran strategis layanan keuangan digital dalam mendukung efektivitas pelayanan dan Kepuasan Nasabah di era transformasi digital. Aplikasi Tring! by Pegadaian sebagai bagian dari inovasi layanan keuangan digital milik Badan Usaha Milik Negara dituntut tidak hanya mampu menyediakan akses layanan secara daring, tetapi juga mampu memberikan pengalaman penggunaan yang mudah dan terpercaya bagi nasabah.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka konseptual yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2008). Dalam kerangka TAM, *Perceived Ease of Use* menjadi salah satu faktor utama yang

memengaruhi penerimaan teknologi tersebut. Selain itu, model ini juga dapat dikembangkan dengan faktor *Trust*, yang merepresentasikan tingkat kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang digunakan (Wicaksono, 2022).

Perceived Ease of Use

Perceived Ease of Use (PEOU) merupakan persepsi individu mengenai tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Persepsi terhadap kemudahan tersebut dapat mendorong individu untuk menerima dan menggunakan suatu sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2008).

Trust

Trust merupakan keyakinan yang menjadi dasar terjadinya hubungan dan transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih yang saling mempercayai. Sesuatu yang tidak terbentuk secara langsung, tetapi perlu dibangun sejak awal dan dibuktikan melalui tindakan nyata. Dalam hubungan dengan pelanggan, kepercayaan perlu diperoleh dan dipertahankan oleh perusahaan (Syah, 2021).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan respons perasaan yang muncul setelah individu membandingkan kinerja atau hasil suatu produk maupun jasa dengan harapan yang dimilikinya. Apabila kinerja yang diterima lebih rendah daripada harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan merasa puas. Kinerja yang melampaui harapan dapat menimbulkan rasa sangat puas atau senang (Kotler & Keller, 2016).

Penelitian Terdahulu

Penelitian Muflihadi dan Rubiyanti (2016) menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek di Bandung. Suryani et al. (2021) juga menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek, sedangkan *Trust* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Amin et al. (2014) mengindikasikan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* memiliki hubungan positif dengan kepuasan pengguna *mobile website*, serta *Trust* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Selanjutnya, Latifah et al. (2020) menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee. Oktafiani et al. (2021) juga membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna *e-wallet*. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya hasil yang beragam terkait pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terhadap kepuasan pengguna pada berbagai konteks teknologi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif jenis *explanatory research* untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel yang diteliti. Fokus penelitian diarahkan pada pengujian pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Trust* terhadap Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian.

Populasi penelitian mencakup nasabah pengguna aplikasi Tring! by Pegadaian di Pegadaian Cabang

Blimbing. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan perhitungan rumus Cochran dengan tingkat kesalahan 10%, didapatkan jumlah 96 responden yang sesuai kriteria penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *offline* kepada para responden. Kuesioner penelitian dirancang menggunakan skala Likert lima poin, dimulai dari skor 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga skor 5 yang berarti sangat setuju. *Perceived Ease of Use* diukur dengan indikator kemudahan belajar, kemudahan penggunaan, dan ketersediaan dukungan teknis, sedangkan *Trust* menggunakan indikator kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Sementara itu, Kepuasan Nasabah diukur berdasarkan indikator kepuasan keseluruhan (*overall customer satisfaction*), konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), niat menggunakan kembali, dan kesediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*). Kemudian Data sekunder diperoleh dari sumber tertulis yang relevan, seperti buku referensi, artikel ilmiah, dan jurnal ilmiah yang mendukung topik penelitian

Data dianalisis dengan pendekatan regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Tahapan analisis mencakup uji instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas), serta pengujian hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Variabel	Instrumen	Cronbach's Alpha	Tarif Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	Perceived Ease Of Use	0,967	0,70	RELIABEL
X2	Trust	0,974	0,70	RELIABEL
Y	Kepuasan Nasabah	0,963	0,70	RELIABEL

No	Variabel	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Perceived Ease Of Use	X1.1.1	0,939	0,200	VALID
		X1.1.2	0,910	0,200	VALID
		X1.1.3	0,938	0,200	VALID
		X1.2.1	0,918	0,200	VALID
		X1.2.2	0,938	0,200	VALID
		X1.2.3	0,905	0,200	VALID
2.	Trust	X1.3.1	0,852	0,200	VALID
		X2.1.1	0,941	0,200	VALID
		X2.1.2	0,940	0,200	VALID
		X2.1.3	0,936	0,200	VALID
		X2.2.1	0,907	0,200	VALID
		X2.3.1	0,952	0,200	VALID
3.	Kepuasan Nasabah	X2.3.2	0,905	0,200	VALID
		X2.3.3	0,931	0,200	VALID
		Y1.1.1	0,943	0,200	VALID
		Y1.2.1	0,939	0,200	VALID
		Y1.2.2	0,930	0,200	VALID
		Y1.3.1	0,953	0,200	VALID
		Y1.4.1	0,904	0,200	VALID

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dengan n=96 menggunakan batasan $r_{\text{tabel}} = 0,200$. Hasil pengujian disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Uji Validitas
Sumber: SPSS (2026)

Seluruh butir item pernyataan memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > 0,200$, sehingga indikator dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Uji Reliabilitas
Sumber: Data diolah (2026)

Seluruh variabel memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00905293
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.048
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

Pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200, sehingga nilai signifikansi $> 0,05$, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolenieritas

Hasil uji multikolenieritas disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Multikolenieritas

Variabel	Tolerance	Nilai	Keterangan
----------	-----------	-------	------------

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.181	.385		.469	.640
TOTALX1	.234	.041	.330	5.746	.000
TOTALX2	.472	.041	.664	11.552	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

VIF

<i>Perceived Ease Of Use</i> (X1)	5.746	7,631	Tidak Multikoleniaritas	Terjadi
<i>Trust</i> (X2)	11.552	7,631	Tidak Multikoleniaritas	Terjadi

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

Data olahan menunjukkan nilai *Tolerance* X₁ dan X₂ lebih dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 7,631 < 10,00, maka

Correlations					
			TOTALX1	TOTALX2	TOTALY
Spearman's rho	TOTALX1	Correlation Coefficient	1.000	.921**	.944**
		Sig. (2-tailed)		.000	.000
		N	96	96	96
	TOTALX2	Correlation Coefficient	.921**	1.000	.967**
		Sig. (2-tailed)	.000		.000
		N	96	96	96
	TOTALY	Correlation Coefficient	.944**	.967**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	
		N	96	96	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.081	.089	.281**
		Sig. (2-tailed)	.431	.387	.006
		N	96	96	96

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

data tidak terjadi multikolenieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Uji Hetroskedastisitas
Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

Olahan data menunjukkan nilai *Sig. (2-tailed)* pada X₁ dan X₂ lebih dari 0,05, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil olahan data disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

$$Y = 0,181 + 0,234 X_1 + 0,472X_2$$

Nilai konstanta sebesar 0,181 menunjukkan besarnya Kepuasan Nasabah ketika seluruh variabel independent dianggap konstan. Kemudian koefisien regresi sebesar 0,234 untuk *Perceived Ease of Use* dan 0,472 untuk *Trust*, menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel tersebut akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Hasil olahan data disajikan pada tabel 7.

Tabel 7. Uji Parsial (t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.181	.385		.469	.640
TOTALX1	.234	.041	.330	5.746	.000
TOTALX2	.472	.041	.664	11.552	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

Variabel *Perceived Ease Of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai (t) sebesar 5,746 dan nilai signifikansi < 0,05. Kemudian variabel *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai (t) sebesar 11,552 dan nilai signifikansi < 0,05. Maka dinyatakan masing – masing variabel X₁ dan X₂ secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Uji Simultan (F)

Hasil olahan data disajikan pada tabel 8.

Tabel 8. Uji Simultan (F)

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

Olahan data menunjukkan bahwa nilai F sebesar 1107.368 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*Perceived Ease Of Use* dan *Trust*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) secara simultan.

Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi disajikan pada tabel 9.

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 ^a	.960	.959	1.020

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2026)

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,959, yang artinya pengaruh variabel independen mencakup 95,9% dari variabel dependen secara simultan. Sedangkan bagian yang tersisa dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian Cabang Blimbing. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan dan membantu pengguna menyelesaikan aktivitasnya, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian

Muflihadi dan Rubiyanti (2016), Suryani dkk. (2021), Amin et al. (2014), serta Oktafiani dkk. (2021) yang

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2303.512	2	1151.756	1107.368	.000 ^b
Residual	96.728	93	1.040		
Total	2400.240	95			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen maupun pelanggan.

Pengaruh *Trust* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian Cabang Blimbing. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap aplikasi, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Muflihadi dan Rubiyanti (2016), Amin et al. (2014), serta Latifah dkk. (2020) yang menyatakan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen maupun pelanggan. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Suryani dkk. (2021) yang menemukan bahwa *Trust* tidak berpengaruh signifikan.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah aplikasi Tring! by Pegadaian Cabang Blimbing. Besarnya kontribusi gabungan dari kedua variabel independen ini

ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,959. Angka ini mengindikasikan bahwa sebesar 95,9% variasi Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel *Perceived Ease of Use* dan *Trust*, sedangkan sisa varians dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Tingginya nilai koefisien determinasi ini disebabkan oleh kesesuaian objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah aplikasi keuangan digital. Nasabah pada dasarnya hanya mencari aplikasi yang mudah digunakan dan aman untuk transaksi uang maupun aset mereka. Karena kontribusi kedua variabel ini sangat kuat dan dominan dalam membentuk kepuasan di industri keuangan digital, sehingga kombinasi kedua variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi Kepuasan Nasabah. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Muflihadi dan Rubiyanti (2016) serta Amin et al. (2014) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

PENUTUP

Kesimpulan

1. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna aplikasi Tring! by Pegadaian.
2. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna aplikasi Tring! by Pegadaian.
3. *Perceived Ease of Use* dan *Trust* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepuasan Nasabah pengguna aplikasi Tring! by Pegadaian.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, PT Pegadaian disarankan untuk mempertahankan kecepatan transaksi, keakuratan informasi, serta keandalan fitur pada aplikasi Tring! by Pegadaian. Di samping itu, perusahaan dapat terus meningkatkan kemudahan akses pusat bantuan, memperkuat dukungan bagi nasabah, serta mengoptimalkan kinerja sistem agar pengalaman penggunaan aplikasi semakin mudah, nyaman, dan sesuai dengan harapan nasabah.

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Nasabah, seperti kualitas sistem (*System Quality*), kualitas informasi (*Information Quality*), maupun variabel lainnya. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas lokasi penelitian pada cabang atau wilayah Pegadaian yang berbeda serta menggunakan metode analisis yang berbeda untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: The impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258–274.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- GoodStats. (2025, 15 Agustus). *Tingkat penetrasi internet Indonesia tembus 80% pada 2025*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-tembus-80-pada-2025-raped>
- Jogiyanto. (2008). *Sistem informasi keperilakuan*. ANDI Yogyakarta.
- Kasmir. (2018). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 82–91.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan trust terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Gojek Bandung). *e-Proceeding of Management*, 3(2), 2026–2033.
- Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap customer satisfaction e-wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(2), 562–576.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Percepatan transformasi digital di sektor jasa keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://perbanas.id/duaribu19/wp-content/uploads/2022/03/Percepatan-Transformasi-Digital-di-Sektor-Jasa-Kuangan-OJK.pdf>
- Pegadaian. (n.d.). *Sejarah Pegadaian*. <https://pegadaian.co.id/tentang-kami/sejarah-pegadaian>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Suara.com. (2025, 17 Oktober). *Tembus 1 juta pengguna, Pegadaian apresiasi nasabah Tring! dan percepat transformasi digital*. <https://www.suara.com/bisnis/2025/10/17/113547/tembus-1-juta-penggunapegadaian-apresiasi-nasabah-tring-dan-percepat-transformas>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, D., Ermansyah, & Al Sukri, S. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness dan trust terhadap kepuasan pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management (IJBEM)*, 1(1), 11–19.
- Syah, A. (2021). *Manajemen pemasaran kepuasan pelanggan*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Tjakra. (2025, 8 Oktober). *Transformasi digital Pegadaian: Tring! Jawaban untuk investasi emas dan layanan keuangan masa kini*. IKNBisnis.com.

<https://iknbisnis.com/transformasi-digital-pegadaian-tring-jawaban-untuk-investasi-emas-dan-layanan-keuangan-masa-kini/>

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. ANDI Yogyakarta.

Wicaksono, S. R. (2022). *Teori dasar technology acceptance model*. CV. Seribu Bintang.