

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI PRODUK TABUNGAN EMAS
(STUDI KASUS PT PEGADAIAN CABANG KOTA
SUKABUMI)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

SHEFIRA CAHYANI KHAIRUNISA

202100080119



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI**

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI PRODUK TABUNGAN EMAS
(STUDI KASUS PT PEGADAIAN CABANG KOTA
SUKABUMI)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

SHEFIRA CAHYANI KHAIRUNISA

202100080119



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI**

2025

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : Pengaruh Literasi Keuangan Kualitas Layanan Dan Kepercayaan
Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Tabungan Emas (Studi kasus
PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi)

NAMA : Shefira Cahyani Khairunisa

NIM 20210080119

” Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.”

Sukabumi, 03 September 2025



PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH LITERASI KEUANGAN KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI PRODUK TABUNGAN EMAS (STUDI KASUS PT.
PEGADAIAN CABANG KOTA SUKABUMI)

NAMA : SHEFIRA CAHYANI KHAIRUNISA

NIM : 20210080119

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pembimbing pada Sidang skripsi tanggal 03 September 2025. Dari pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 03 September 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Muhammad Wahyu Hamijaya, S.E., M.M.

NIDN. 0406119301

Dr. Hesri Mintawati, S.Pd., M.M., Ph.D.

NIDN. 0407036606

Ketua Penguji

Ketua Program Studi Manajemen

Siti Nur Aisyah, M.A

NIDN. 0413129601

Ana Yuliana Jasuni, M.M

NIDN. 0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Tedy Lesmana, SH.,MH.

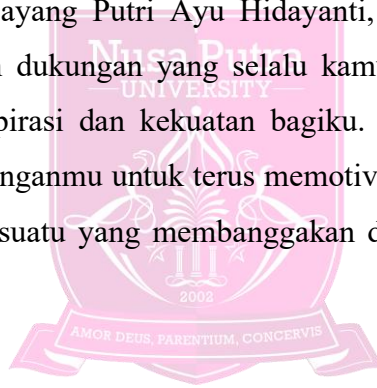
NIDN. 0424058750

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan pertolongan, kekuatan dan ridho-Nya dalam setiap langkah penulis. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ucapan terimakasih ini ditujukan kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Yuhaedar dan Ibunda Alit Susanti, yang telah memberikan doa, dukungan dan cinta tanpa batas sepanjang perjalanan akademik saya. Tanpa kehadiran serta semangat dari mereka, penyelesaian skripsi ini tidak akan mungkin terwujud. Setiap langkah dan pencapaian saya selama ini selalu diberkahi dengan kebijaksanaan dan keberuntunganyang berasal dari doa dan dukungan mereka. Segala pengorbanan dan perjuangan yang telah dilakukan oleh Ayah dan Ibu selama ini menjadi pendorong utama saya untuk terus maju dan berusaha keras. Skripsi ini adalah bentuk kecil dari penghargaan saya untuk segala yang telah kalian berikan.

Untuk kakakku tersayang Putri Ayu Hidayanti, terimakasih atas segala kebahagiaan, semangat dan dukungan yang selalu kamu berikan. Kehadiranmu selalu menjadi sumber inspirasi dan kekuatan bagiku. Semoga skripsi ini bisa menjadi bukti bahwa perjuanganmu untuk terus memotivasi tidak sia-sia. Semoga hasil skripsi ini menjadi sesuatu yang membanggakan dan bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas pada PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi. Latar belakang penelitian didasari oleh pentingnya literasi keuangan, kualitas layanan yang optimal, serta tingkat kepercayaan konsumen dalam mendorong keputusan investasi, khususnya tabungan emas. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif sebagai sampel penelitian sebanyak 145 responden. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, regresi berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara parsial, sedangkan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif. Kemudian literasi keuangan, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif secara parsial simultan terhadap minat beli tabungan emas. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi PT Pegadaian untuk meningkatkan program edukasi keuangan, memperbaiki kualitas pelayanan, dan membangun kepercayaan konsumen sebagai strategi memperluas pasar tabungan emas.

Kata kunci: *literasi keuangan, kualitas layanan, kepercayaan konsumen, minat beli, tabungan emas.*



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy, service quality, and consumer trust on the interest in purchasing gold savings products at PT Pegadaian, Sukabumi City Branch. The background of the study is based on the importance of financial literacy, optimal service quality, and the level of consumer trust in driving investment decisions, especially gold savings. The research method uses a descriptive quantitative approach by distributing questionnaires to active customers as a research sample of 145 respondents. Data were analyzed through validity and reliability tests, multiple regression, t-test, and F-test. The results show that financial literacy has a partial effect, while service quality and consumer trust have a positive effect. Then, financial literacy, service quality, and consumer trust have a simultaneous partial positive effect on the interest in purchasing gold savings. These findings provide practical implications for PT Pegadaian to improve financial education programs, improve service quality, and build consumer trust as a strategy to expand the gold savings market.

Keywords: *Financial literacy, service quality, consumer trust, purchasing interest, gold savings*



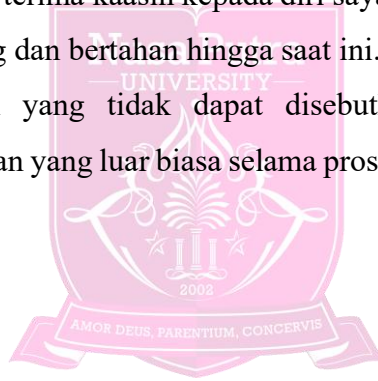
KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul ” Pengaruh literasi keuangan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas (studi kasus PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi)” skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Nusa Putra.

Dalam menyusun skripsi ini, saya menyadari bahwa tidak sedikit bantuan bimbingan dan dukungan yang telah saya terima dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan panjang umur unruk saya bisa sampai tahap sekarang.
2. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., M.M., selaku rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Anggy Pradiftha J., S.Pd., M.H., selaku wakil rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H., selaku PLT. Dekan fakultas Bisnis dan Humaniora Nusa Putra Sukabumi.
5. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa putra Sukabumi.
6. Bapak Muhamad Wahyu Hamijaya, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Dr. Hesrti Mintawati, S.Pd., M.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan saran untuk kemudahan menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Univerisitas Nusa Putra Sukabumi.

9. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk rasa syukur dan bukti untuk kedua orang tua saya. Ayahanda Yuhaedar dan Ibu Alit Susanti, S.Pd, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada mereka.
10. Kepada kakak saya Putri Ayu Hidayanti, S.Kom, terima kasih atas segala kebersamaan, pengorbanan serta dukungan yang selalu diberikan tanpa henti. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan dan kebahagiaan.
11. Kepada sepupu saya Nafeeza Ayudia Zubair, terima kasih atas segala kebahagiaan, canda dan tawa serta dukungan yang selalu diberikan.
12. Kepada Staff PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi dan UPC Cibadak Bapak Eka, Bapak Deden dan Ibu Bela yang sudah memberikan izin dan waktunya dalam memberikan informasi untuk penulisan skripsi ini.
13. Last but not the last, terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat dan mampu berjuang dan bertahan hingga saat ini.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.



Sukabumi, 03 September 2025

Shefira Cahyani Khairunisa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivis akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shefira Cahyani Khairunisa

NIM : 20210080119

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free right*)** atas karya tulis ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH LITERASI KEUANGAN KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK TABUNGAN EMAS (STUDI KASUS PT PEGADAIAN CABANG KOTA SUKABUMI)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan aya buat dengan sebenarnya

Dibuat di:

Sukabumi

Pada : 03 September 2025

Yang Menyatakan

Shefira Cahyani Khairunisa

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah.....	6
1.3. Tujuan penelitian.....	6
1.4. Manfaat penelitian.....	6
1.5. Sistematika penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Teori Planned Behaviour</i>	9
2.1.2. Literasi Keuangan.....	10
2.1.3. Kualitas Layanan.....	11
2.1.4. Kepercayaan Konsumen.....	13
2.1.5. Minat Beli.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Berpikir	22
2.4 Hipotesis.....	23
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Beli	23
2.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli.....	24
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli.....	24
2.4.4. Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Metode Penelitian.....	27
3.1.1 Lokasi Penelitian	27
3.1.2. Waktu Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional.....	28
3.2.1 Variabel Independen.....	28

3.2.2. Variabel Dependen	28
3.3. Desain Penelitian	30
3.3.1 Populasi Penelitian	30
3.3.2 Penentuan Jumlah Sampel teknik.....	30
3.4. Metode Penelitian.....	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data	31
3.6. Instrumen Penelitian.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Metode Pengolahan Data	33
3.7.2 Metode Penyajian Data	33
3.7.3 Teknik Analisis Data.....	34
3.8. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	34
3.8.1. Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.9. Uji Asumsi Klasik	36
3.9.1 Uji Normalitas	37
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.10 Uji Regresi Berganda.....	39
3.10.1. Uji Persamaan Regresi Linear Berganda	40
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	40
3.11 uji T (Parsial).....	41
3.12 uji F (Simultan)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil	43
4.1.1 Statistik Dan Deskriptif	44
4.1.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	44
A. Uji Validitas	45
B. Uji Reliabilitas	46
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	46
A. Uji Normalitas	46
B. Uji Multikolinearitas.....	48
C. Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.1.4 Uji Regresi Berganda	47
4.1.5 Uji Koefisien Determinan	48
4.1.6 Uji Hipotesis.....	49
A. Uji T	49
B. Uji F.....	50
4.2 Interpretasi Dan Pembahasan Hasil Analisis.....	49
BAB V PEMUTUP	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pembukaan Rekening Tabungan Emas PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi.....	4
Tabel 1.2 Pembukaan Rekening Tabungan Emas.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.2 Kerangka pemikiran	22
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan.....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas (<i>Crombach Alpha</i>).....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov Residual</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolinearitas (Nilai VIF Dan <i>Tolerance</i>).....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Hasil Test Glejser)	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Berganda.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji T (Parsial)	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (F-Test).....	57



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi, sektor keuangan Indonesia pun berkembang dengan baik. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 yang menunjukkan jumlah investor di pasar modal Indonesia mencapai lebih dari 10 juta orang. Hal ini membuktikan bahwa pola masyarakat semakin peduli terhadap pengelolaan keuangan yang lebih bijak dan berorientasi ke masa depan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu instrumen investasi yang semakin diminati adalah investasi pada emas. Dalam penelitian Purnamasari et al., (2022) menyatakan bahwa investasi emas dapat menjaga nilai dan dijadikan acuan dimasa yang akan datang, karena harga emas batangan cenderung naik terus-menerus, berinvestasi di dalamnya dikatakan mampu melindungi nilai mata uang dari inflasi. Tabungan emas merupakan salah satu produk investasi yang semakin diminati. Produk ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain keamanan, aksesibilitas, dan nilai aset yang relatif stabil meskipun terjadi gejolak ekonomi.

PT Pegadaian, perusahaan keuangan nonbank yang berperan penting dalam menyediakan layanan investasi berbasis emas, menyediakan produk tabungan emas yang ditujukan untuk berbagai lapisan masyarakat. Produk ini memudahkan masyarakat untuk menyimpan emas dengan nominal yang terjangkau sehingga menjadi pilihan investasi yang inklusif. Namun, tingkat adopsi dan minat masyarakat untuk membeli produk ini masih berfluktuasi meskipun potensi pasar yang sangat besar. Menurut laporan *world Bank* tahun 2023, tingkat literasi global berada di angka 34%,nufu hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki potensi untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan masyarakat. Tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah meskipun mengalami beberapa peningkatan beberapa tahun terakhir. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun (2022), indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 49,68% meningkat dibandingkan 38,03% pada tahun 2019. Namun, angka ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah masyarakat Indonesia masih memilih pemahaman yang

terbatas mengenai konsep dan produk keuangan. Menurut Rahayu. R, (2022) Perilaku keuangan mereka, termasuk kebiasaan belanja dan menabung akan membaik seiring meningkatnya literasi keuangan. Rendahnya literasi keuangan ini menyebabkan banyak masyarakat belum mampu mengelola keuangan secara optimal, termasuk dalam hal investasi, tabungan dan pengelolaan risiko. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa dengan adanya Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLK), tingkat literasi keuangan masyarakat Sukabumi menunjukkan perkembangan yang signifikan. Survei ini dilakukan untuk memahami bagaimana masyarakat mengelola keuangan mereka, termasuk dalam hal perencanaan, penggunaan, serta akses terhadap layanan keuangan.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi individu terhadap investasi khususnya tabungan emas adalah literasi keuangan. Menurut survei OJK tahun 2021, hanya sekitar 38% masyarakat Indonesia yang melek finansial. Minimnya literasi ini dapat disebabkan oleh minimnya pengetahuan tentang keuntungan dan bahaya berinvestasi pada tabungan emas. Literasi keuangan yang tinggi cenderung membuat masyarakat lebih percaya diri saat mengambil keputusan investasi dan lebih sadar akan pentingnya diversifikasi aset. Di sisi lain, minimnya pengetahuan dapat menghambat masyarakat untuk berinvestasi pada produk tersebut. Namun hasil Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SLNK) (Tahun 2024) menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam tingkat literasi keuangan di Indonesia, dengan indeks literasi keuangan mencapai 65,43% dan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02%. Peningkatan ini menunjukkan adanya perkembangan positif dalam pemahaman masyarakat terhadap keuangan, yang diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi mereka dalam berbagai instrument investasi, termasuk tabungan emas.

Menurut survey Otoritas jasa Keuangan (OJK), (2023) tingkat kepuasan nasabah PT Pegadaian pada tahun 2021 mencapai 80%. Proses pelayanan seringkali memakan waktu 15 hingga 20 menit, yang menunjukkan seberapa efektif layanannya. Dengan lebih dari 4.500 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, PT Pegadaian menjamin aksesibilitas publik yang luas. Selain itu, survei tersebut mengungkapkan bahwa sekitar 75% nasabah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan Pegadaian. Dengan lebih dari 10 juta nasabah aktif di

Indonesia, total aset PT Pegadaian pada tahun 2022 berjumlah sekitar Rp 60 triliun, yang mencerminkan kemajuan penting dalam industri keuangan. Layanan yang cepat dan responsif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan hingga 20% Kualitas layanan yang ditawarkan oleh PT Pegadaian menjadi faktor penting lain yang memengaruhi minat masyarakat untuk membeli tabungan emas. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Indriyani dalam penelitian Pohan, (2023), bahwa sektor keuangan Indonesia, termasuk PT Pegadaian, masih menghadapi tantangan layanan, dengan skor kepuasan rata-rata hanya 75 dari skala 100. Di satu sisi, layanan yang responsif, cepat, dan transparan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas terhadap produk yang ditawarkan. Di sisi lain, jika masyarakat merasa layanannya kurang baik, mereka mungkin enggan untuk membeli atau melakukan investasi tambahan dalam bentuk tabungan emas.

Pertimbangan penting lainnya saat melakukan pembelian adalah kepercayaan konsumen. Menurut survey *Organisation for Economic Co-operation and Development*, (2020) 75% pelanggan Indonesia, mereka lebih cenderung berinvestasi pada bisnis dengan reputasi yang solid dan tingkat keterbukaan yang tinggi. Reputasi lembaga keuangan dalam menangani investasi klien, keamanan, dan transparansi semuanya berdampak langsung pada kepercayaan. Menurut sebuah studi tahun 2023 yang dilakukan oleh Windira et al., (2023), sekitar 60% masyarakat mengatakan mereka lebih suka berinvestasi di perusahaan keuangan dengan reputasi yang baik dan tingkat transparansi yang tinggi. Minat beli akan meningkat jika masyarakat umum memiliki kepercayaan terhadap keamanan dan profitabilitas produk tabungan emas PT Pegadaian. Namun, calon klien mungkin mencari opsi investasi lain yang dianggap lebih dapat diandalkan jika ada kekhawatiran tentang keandalan produk atau penyedia.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2023) sekitar 60% peserta mengatakan mereka lebih suka berinvestasi di perusahaan keuangan dengan reputasi yang solid dan tingkat transparansi yang tinggi. Minat beli akan meningkat jika masyarakat umum memiliki kepercayaan pada keamanan dan profitabilitas produk tabungan emas PT Pegadaian. Namun, calon klien mungkin mencari opsi investasi lain yang dianggap lebih dapat diandalkan jika ada kekhawatiran tentang keandalan produk atau penyedia.

Tabel 1.1 Pembukaan Tabungan Emas PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi

Tahun	Total Tabungan Emas
2016	19
2017	13
2018	49
2019	127
2020	118
2021	146
2022	208
2023	100
2024	324

Sumber : PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi

Berdasarkan data jumlah tabungan emas PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi dari tahun 2016 sampai 2024, terlihat adanya tren pertumbuhan yang fluktuasi namun cenderung meningkat secara keseluruhan. Pada tahun 2016 hingga 2017, jumlah nasabah yang membuka tabungan emas mengalami penurunan, namun sejak 2018 terjadi lonjakan signifikan dengan pertumbuhan dari 49 menjadi 127 nasabah di tahun 2019. Meskipun terjadi sedikit penurunan di tahun 2020 namun kembali meningkat dari tahun 2021 sampai 2022. Tahun 2023 menunjukkan penurunan drastis yang disebabkan oleh faktor ekonomi atau lainnya. Pada tahun 2024 terjadi lonjakan drastis menjadi 324, ini menunjukkan meningkatnya minat masyarakat terhadap tabungan emas, yang didorong oleh meningkatnya literasi keuangan dan kondisi ekonomi yang mendukung investasi pada emas.

Tabel 1.2. Pembukaan Tabungan Emas

Tahun	Total Rekening Aktif
2021	5.666.935
2022	3.463.751
2023	3.129.453

Sumber : Website PT. Pegadaian

Tahun 2021, PT Pegadaian mencatat total rekening tabungan emas sebanyak 5.666.935 juta yang setara dengan 97,52% dari target RKAP (Rencana Kinerja dan Anggaran Perusahaan) tahun 2021. Meskipun jumlah rekening hampir mencapai target, pencapaian omzet masih berada di bawah ekspektasi dengan total Rp. 3.42 juta atau setara dengan 80,23% dari target RKAP 2021. Pada tahun 2022, jumlah rekening aktif mengalami penurunan menjadi 3.463.751 juta atau setara dengan 54,15 % dari target RKAP 2022. Angka tersebut mengalami sedikit pertumbuhan omzet sebesar Rp. 2,91 jt yang setara dengan 77,36% dari target yang ditetapkan. Memasuki tahun 2023, jumlah rekening tabungan emas dibukukan kembali dan mengalami penurunan menjadi sebanyak 3.129.453 juta yang setara dengan 93,70% dari target RKAP tahun 2023. Penurunan ini juga berdampak pada omzet yang turun menjadi Rp. 2.76 juta atau setara dengan 87,62% dari target, dengan tingkat penurunan sebesar 5,38% dibandingkan tahun sebelumnya.

Oleh karena itu, penting bagi PT Pegadaian untuk memahami pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian produk tabungan emas. Literasi keuangan yang baik meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap manfaat serta risiko investasi, sehingga mendorong kepercayaan diri dalam memilih tabungan emas sebagai instrumen investasi. Kualitas layanan yang responsif, transparan dan efisien juga menjadi faktor penentu utama dalam menarik minat pelanggan. Karena layanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman serta loyalitas pelanggan. Selain itu kepercayaan pelanggan terhadap lembaga keuangan berperan penting dalam keputusan pembelian, di mana tingkat transparansi, keamanan produk dan reputasi perusahaan menjadi faktor utama dalam membangun keyakinan masyarakat untuk berinvestasi. Dengan demikian PT Pegadaian perlu untuk terus meningkatkan literasi keuangan masyarakat, mengoptimalkan layanan, serta membangun kepercayaan pelanggan guna memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing tabungan emas. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti mengambil judul “ Pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas (Studi kasus pada PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi)”. Lokasi ini dipilih karena PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi merupakan salah satu cabang utama dengan

jumlah nasabah terbesar dan wilayah cakupan yang luas. Selain itu, pimpinan cabang telah memberikan izin untuk penelitian ini dan bersedia menyediakan data relevan mengenai tabungan emas. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi PT. Pegadaian dalam pengambilan keputusan strategi terkait pengelolaan tabungan emas dan peningkatan pendapatan tabungan emas.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana literasi keuangan berpengaruh terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi?
2. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi?
3. Bagaimana kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi?
4. Bagaimana literasi keuangan, kualitas layanan, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi

1.4. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis
 - 1) Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

- 2) Menjadi referensi dan sumber data bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan kualitas konsumen, dan kepercayaan.
 - 3) konsumen terhadap minat beli tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi.
2. Manfaat praktis
- 1) Memberikan informasi yang bermanfaat bagi PT Pegadaian Cabang Kota Sukabumi dan manajemen pegadaian secara umum dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk produk tabungan emas.
 - 2) Mendorong PT Pegadaian untuk mengadakan program edukasi literasi keuangan bagi masyarakat, guna meningkatkan pemahaman mereka tentang produk tabungan emas.
 - 3) Menjadi acuan untuk masyarakat atau calon nasabah dalam memahami produk tabungan emas dan layanan yang ditawarkan oleh PT Pegadaian, sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat dalam memanfaatkan jasa pegadaian.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini ditujukan untuk memperoleh informasi secara runtun untuk memudahkan pembacaan. Penelitian ini disusun dalam beberapa sub bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab I mengenai latar belakang rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini, penulis akan membahas tentang kajian pustaka yang didalamnya berisi tentang teori literasi keuangan, kualitas layanan, kepercayaan konsumen, minat beli dan teori yang relevan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Penulis membahas jenis penelitian, objek penelitian, dan metode pengumpulan data dalam bab ini.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti akan membahas mengenai kesimpulan hasil penelitian dan saran untuk objek penelitian



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dilakukan pengujian lebih lanjut dengan judul pengaruh literasi keuangan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk tabungan emas (studi kasus PT. Pegadaian Cabang Kota Sukabumi) dengan total responden sebanyak 145 yang terdiri dari nasabah aktif yang belum menggunakan produk tabungan emas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Literasi keuangan berpengaruh signifikan namun dengan arah negatif terhadap minat beli produk tabungan emas, dibuktikan dengan tingkat signifikansi pada variabel Literasi Keuangan adalah 0,009 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan nilai T-hitung -2.632 lebih kecil dari T-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki nasabah, belum tentu akan meningkatkan keinginan mereka untuk berinvestasi dalam tabungan emas. Nasabah dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, akan cenderung berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai alternatif investasi sebelum pengambilan keputusan, sehingga literasi keuangan belum menjadi faktor utama yang mendorong minat beli.

Secara parsial variabel Kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli produk tabungan emas. Nilai T-hitung sebesar 3.057 lebih besar dari T-tabel 1.976. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik kualitas layanan memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat beli. Artinya, pelayanan yang baik mencerminkan seberapa baik PT. Pegadaian memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah dalam setiap interaksi layanan. Semakin baik kualitas layanan, maka semakin tinggi pula minat beli nasabah terhadap produk tabungan emas. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh terhadap minat beli produk tabungan emas. Nilai T-hitung sebesar 5.879 lebih besar dari T-tabel 1.976. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kepercayaan yang tinggi terhadap PT. Pegadaian Kota Sukabumi, baik dari sisi reputasi maupun

keamanan produ, mampu meningkatkan nasabah untuk berinvestasi melalui tabungan emas.

Secara simultan, berdasarkan hasil F-hitung diperoleh nilai 41.074 lebih besar dari F-tabel yaitu 2.66 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Literasi Keuangan, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli produk tabungan emas di PT. Pegadaian Kota Sukabumi. artinya, meskipun tidak semua variabel berpengaruh secara parsial, namun secara bersama-sama ketiganya memberikan kontribusi terhadap minat beli nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan dari kombinasi beberapa aspek penting. Oleh karena itu, PT. Pegadaian perlu menjaga dan meningkatkan semua aspek secara menyeluruh. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis serta temuan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran baik kepada perusahaan maupun kepada peneliti selanjutnya, diantaranya literasi keuangan berpengaruh signifikan namun dengan arah negatif terhadap minat beli tabungan emas, sehingga perusahaan harus melakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel lain yang mempengaruhi secara langsung minat beli tabungan emas. Sementara itu, kualitas layanan juga berpengaruh terhadap minat beli tabungan emas, sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan agar dapat berdampak pada peningkatan minat beli tabungan emas. Serta variabel yang dominan dalam minat beli tabungan emas adalah kepercayaan konsumen, sehingga perusahaan perlu meningkatkan kepercayaan konsumen dengan melakukan strategi - strategi yang aplikatif yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen agar minat beli tabungan emas dapat lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee. *Jurnal MANAJERIAL*, 20(2), 208–216.
<https://doi.org/10.17509/Manajerial.V20i2.29138>
- Apriana, T. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah.
[http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10706/%0Ahttp://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10706/1/SKRIPSI Tarisa Ayu Apriana - 2003020042 - PBS.Pdf](http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10706/%0Ahttp://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/10706/1/SKRIPSI%20Tarisa%20Ayu%20Apriana%20-%202003020042%20-%20PBS.Pdf)
- Apriani, I., Majid, N., & Rohana. (2023). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 2(1), 227–243.
<https://doi.org/10.56444/Transformasi.V2i1.523>
- Aurellia, E. I., & Wibowpo, D. (1901). Analisis Efektivitas *Digital Service* Sebagai Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Pt. Pegadaian. April, 1–12.
- Buchori, A., Nurhayati, N., & W, R. W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Di Kalangan Mahasiswa. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan*, 11(2), 80.
<https://doi.org/10.24036/Ecosains.12070757.00>
- Cantika, V.P., Pinasti, U.S., & Puspawati, M.D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Supporting Environmental Protection Pada Generasi Z Terhadap Minat Investasi Green Sukuk Untuk Mewujudkan Indonesia Ramah Lingkungan. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(2), 1138–1155.
<https://doi.org/10.20885/Tullab.Vol4.Iss2.Art9>
- Edwin, W. S. (2023). *The Influence Of Digital Marketing On Purchase Intention With Brand Awareness As A Mediating Variable. International Journal Of Review Management Business And Entrepreneurship (RMBE)*, 3(1), 21–29.
<https://doi.org/10.37715/Rmbe.V3i1.3929>
- Erfiana, D., & Sariyani, N. L. P. (2024). Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Minat Berinvestasi Nasabah Di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pemogan. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.62411/Ja.V7i1.1671>
- Rozi, F. M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko Dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa KSEI PTKIN Di Jawa Tengah). *Skripsi*, July, 1–127.
- Nufus, F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *E-Commerce* Dan *E-Service Quality* Terhadap Minat Pada Produk Tabungan Emas (Studi Pada Tabungan Emas Pegadaian Syariah Di Tokopedia). 19(5), 1–23.

- Fawaiz, A., Syari, F., Islam, E., & Ibrahimy, U. (2024). Kepuasan Masyarakat : Perubahan Minat Beli Konsumen Terhadap Manajemen Bisnis Online.
- Gita, E., & Kurbani, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Keputusan Pembelian PT. Pegadaian Cabang Palembang. 4, 14279–14292.
- Hesty, G., Hariyanto, P., Wijastuti, R. D., Rahayu, A., & Sofia, S. (2025). Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Tabungan Emas (Studi Pt Pegadaian Upc Hbm Kota Sorong). 5, 217–236.
- Imu, F. A., Irawati, D. Y., & Bellanov, A. (2023). Analisis Kepuasan Pelayanan Tempat Di Alun-Alun Kota Surabaya Menggunakan *Metode Servqual*. Jurnal Teknik Industri(JTI),26(2),1–10.
<https://Univ45sby.Ac.Id/Ejournal/Index.Php/Industri/Article/View/400/343>
- Indriani, E. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas. 1–145.
<https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/38646%0Ahttps://Dspace.Uii.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/38646/17423121.Pdf?Sequence=1>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik Yang Benar. Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI), 18210047, 1–12.
- Loyalitas, T., Di, N., & Pegadaian, P. T. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt. Pegadaian Cabang Tanjungpinang.
- Meyers., M (2020). *The Role Of Financial Literacy And Advice In Financial Decision Making*. *Southern African Business Review*, 20, 388–413. https://0-Journals-Co-Za.Ujlink.Uj.Ac.Za/Docserver/Fulltext/Sabr_V20_N1_A17.Pdf?Expires=1552068685&Id=Id&Accname=Guest&Checksum=AB83AB0AF2CDC8F91D2385636F503BA7
- Manurung, H. T., & Haryanto, A. M. (2015). Analisis Pengaruh Roe, Eps, Npm Dan Mva Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur *Go Public Sektor Food Dan Beverages* Di Bei Tahun 2009-2013). *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1999), 1–16. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Mintawati, H. (2024). Analisis Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Meningkatkan Motivasi Kerja Melalui Sistem *Reward*. Jurnal Minfo Polgan, 13(1), 315–323. <https://Doi.Org/10.33395/Jmp.V13i1.13629>
- Mulyadi, A. W., & Susanti, A. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Di Pegadaian Pada Gen Z Di Wilayah Solo Raya. Jurnal Studi Inovasi, 4(1), 36–44. <https://Doi.Org/10.52000/Jsi.V4i1.149>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 9(3), 138–

144. <https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>

Nisa, C., & Widyasari, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Tabungan Emas Di PT Pegadaian CP Jepara) Jepara). *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7135–7143.

<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Nuraeni, Z. (2021). Pelatihan *Software* SPSS Untuk Menghitung Validitas, Reliabilitas, Dan Analisis Butir Soal Bagi Mahasiswa Calon Guru Di Palembang. *Jurnal Anugerah*, 3(1), 15–23.

<https://doi.org/10.31629/anugerah.v3i1.3383>

Nurhayati, F. H. (2023). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian Cabang Curup. http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/5512%0Ahttp://e-theses.iaincurup.ac.id/5512/1/skripsi_fanihatja

Nurhayati_19631030_Perbankan Syariah_Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam.Pdf

Organisation For Economic Co-Operation And Development. (2015). *OECD Economic Surveys: INDONESIA*. In *OECD Publishing* (Issue March).

http://www.oecd-ilibrary.org/oecd/content/book/economic_surveys-nzl-2005-en

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). SP OJK Dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2024. 1–6. <https://ojk.go.id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/pages/ojk-dan-bps-umumkan-hasil-survei-nasional-literasi-dan-inklusi-keuangan-tahun-2024.aspx#:~:text=Hasil SNLIK Tahun 2024 menunjukkan,Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah.>

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Statistik Lembaga Keuangan Khusus. www.ojk.go.id

Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.

Pohan, K. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Purwokerto (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Cabang Purwokerto). *Eprints.Uinsaizu.Ac.Id*, 1–103.

https://eprints.uinsaizu.ac.id/17957/1/komsaria_pohan.pdf

Pratiwi, A. I., Indriani, E., & Kartikasari, N. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas. *JLEB: Journal Of Law, Education And Business*, 1(2), 243–256.

<https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1123>

Primasari, R., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi

- Pada PNS Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Provinsi Jawa Timut. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 292–301.
<https://doi.org/10.26740/Akunesa>
- Promosi, P., & Kepuasan, K. D. A. N. (2024). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada Pt Pegadaian Upc Kereta Api. 3(2), 414–425.
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungundi Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Purnamasari, P., Kurniaty, K., & Rozak, P. (2022). Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2), 542.
<https://doi.org/10.35931/Aq.V16i2.913>
- Rahayu. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital- Studi Pada Generasi Z Di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 73–87. <https://doi.org/10.18196/Rabin.V6i1.142682>
- Raihan, R. P. M. I., & Sumiati, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 3(1), 1–14.
<https://doi.org/10.21776/Jmrk.2024.03.1.01>
- Retensi, T., Tabungan, N., & Pt, E. (2025). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan. 6(2).
- Rinaldi, Y., Samsir, S., & Widayatsari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Melalui Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24014/Ekl.V5i1.15973>
- Rosário, A., & Raimundo, R. (2021). *Consumer Marketing Strategy And E-Commerce In The last Decade: A Literature Review. Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 3003–3024.
<https://doi.org/10.3390/Jtaer16070164>
- Sakir, A. R. (2024). Penerapan *Model Servqual (Service Quality)* Dalam Pelayanan Publik: Studi Kasus Kantor Camat Lappariaja Kabupaten Bone. *Jurnal Darma Agung*, 845–860.
<https://ejurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/4161%0Ahttps://ejurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/download/4161/3763>
- Setiawan, N. (2024). Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Hukum Dan Pendidikan Universitas Nusa Putra Sukabumi 2024.
- Siswoyo, R. R., Supaino, & Agus, R. (2022). Pengaruh Digitalisasi, Motivasi Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 653–662.

- Sony, M., & Arif, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.
- Taghavi, H., & Maharati, Y. (N.D.). *A Critical Review Of Ajzen ' S Theory Of Planned Behavior*.
- Tarmizi, T., & Hilal, N. (1970). Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas: Efek Promosi Dan Kualitas Layanan Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Palu Timur. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 160–170. <https://doi.org/10.26533/Jmd.V3i2.743>
- Udayana, I. B. N., Hutami, L. T. H., & Hanafi, F. I. (2024). Dampak *Influencer Marketing* Dan *Online Customer Reviews* Terhadap *Online Purchase Decisions* Dimediasi Oleh *Customer Trust*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 8(1), 206–215. <https://doi.org/10.29408/Jpek.V8i1.24913>
- Uswah, N., Fitriyah, N., & Lenap, I. P. (2024). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(2), 328–341. <https://doi.org/10.29303/Risma.V4i1.1114>
- Windira, M, H. (2023) Pengaruh *E-Servicescape*, Persepsi Manfaat, Kelengkapan Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berbelanja Online Di Shopee. *Digital Business Progress*. 2(1), 21–30.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135.
- Zaharatunnisa, R., & Surjani, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Jasa Pengiriman Barang: Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Anteraja. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(2), 88–99. <https://doi.org/10.35313/Jrbi.V9i2.3283>

