



The Effect of Convenience on Customer Loyalty of PT. Pegadaian Malalayang Branch

Ayu Hariva Masye Supit^{1*}, Hongky Dyrgo², Farly Teneh³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar

Corresponding Author: Ayu Hariva Masye Supit ayusupit20@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Convenience,
Customer Loyalty,
Satisfaction, Trust

Received : 10, August

Revised : 12, September

Accepted: 14, October

©2024 Supit, Dyrgo, Teneh: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain how convenience affects client loyalty. In addition to analyzing the relationship between the impact of convenience in physical branches and the impact of ease of service through digital platforms on customer loyalty at PT. Pegadaian Cabang Malalayang, the degree of convenience provided by the company influences the customer's decision to keep using the service. A questionnaire is used in this study's quantitative methodology to collect data. The findings indicate that Customer Loyalty (Y) is significantly impacted by the Convenience variable (X). Tests for validity and reliability make sure the tools are reliable and valid. Convenience has a significant positive coefficient, according to a basic linear regression study, indicating that raising those qualities will raise customer loyalty. At PT Pegadaian Cabang Malalayang, convenience has a major impact on customer loyalty. The results of the F and T tests corroborate this fact.

Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pegadaian Cabang Malalayang Manado

Ayu Hariva Masye Supit^{1*}, Hongky Dyrgo², Farly Teneh³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar

Corresponding Author: Ayu Hariva Masye Supit ayusupit20@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Convenience, Customer Loyalty, Satisfaction, Trust

Received : 10, August

Revised : 12, September

Accepted: 14, October

©2024 Supit, Dyrgo, Teneh: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain how convenience affects client loyalty. In addition to analyzing the relationship between the impact of convenience in physical branches and the impact of ease of service through digital platforms on customer loyalty at PT. Pegadaian Cabang Malalayang, the degree of convenience provided by the company influences the customer's decision to keep using the service. A questionnaire is used in this study's quantitative methodology to collect data. The findings indicate that Customer Loyalty (Y) is significantly impacted by the Convenience variable (X). Tests for validity and reliability make sure the tools are reliable and valid. Convenience has a significant positive coefficient, according to a basic linear regression study, indicating that raising those qualities will raise customer loyalty. At PT Pegadaian Cabang Malalayang, convenience has a major impact on customer loyalty. The results of the F and T tests corroborate this fact.

PENDAHULUAN

Setiap tahun, taraf hidup meningkat sehingga mendorong masyarakat untuk mempertimbangkan peningkatan kualitas hidup. Masyarakat menggunakan prosedur yang cepat dan mudah sebagai salah satu pilihan untuk memenuhi kebutuhan finansial. Untuk mengatasi masing-masing masalah tersebut, pemerintah berencana untuk meluncurkan lembaga keuangan PT. Pegadaian. Berdasarkan Undang-Undang Pemeliharaan, PT. Pegadaian merupakan lembaga keuangan pemerintah yang memberikan layanan penyaluran kredit kepada masyarakat. Saat ini persaingan PT. Pegadaian sangat ketat. Peluang usaha masih terbuka lebar, terutama bagi mereka yang tuntutan keuangannya meningkat dari tahun ke tahun, sehingga menimbulkan persaingan ini. Suku bunga rendah dan persyaratan yang mudah ditawarkan oleh perusahaan yang memberikan layanan penyaluran kredit, termasuk PT. Pegadaian. Tantangan PT. Pegadaian adalah mempertahankan dan mengembangkan basis pelanggannya sekaligus mendapatkan kepercayaan dan loyalitas mereka.

Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan menjadi salah satu hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Hal ini dapat dipahami dari kemudahan akses cabang, prosedur gadai yang mudah dan cepat, serta pelayanan yang ramah dan tanggap di PT. Pegadaian. Ketika nasabah benar-benar melihat bahwa mendapatkan uang dengan cepat itu mudah, maka mereka akan semakin loyal. Jika PT. Pegadaian memberikan pelayanan yang dapat diandalkan dan berkualitas, maka nasabah akan percaya dan sangat menghargainya. Cara masyarakat berinteraksi dengan lembaga keuangan telah berubah di era digital karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sebagai respons terhadap pertumbuhan ini, banyak lembaga keuangan kini menyediakan aplikasi seluler, layanan perbankan daring, dan platform digital lainnya. Dalam upaya untuk tetap menjadi yang terdepan, PT Pegadaian telah memperkenalkan layanan digital untuk memudahkan akses dan transaksi bagi nasabah.

Namun, PT Pegadaian harus memastikan bahwa kemudahan yang ditawarkan tidak mengikis loyalitas nasabah saat ini saat memperkenalkan layanan digital. Nasabah yang menikmati interaksi langsung di cabang, misalnya, tidak boleh ketinggalan dalam peralihan ke layanan digital. Lebih jauh, sangat penting bagi organisasi untuk memprioritaskan kelancaran pengoperasian aplikasi atau platform digital untuk mencegah ketidakpuasan konsumen yang disebabkan oleh gangguan atau kebingungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan memengaruhi atau berperan dalam loyalitas nasabah. Mengingat konteks di atas, oleh karena itu, peneliti dapat mengajukan laporan dengan judul "Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pegadaian Cabang Malalayang"

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Malalayang?

Tujuan Penelitian

Rumusan masalah dan latar belakang materi yang disajikan memungkinkan tercapainya tujuan utama penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kenyamanan mempengaruhi loyalitas nasabah di PT Pegadaian Cabang Malalayang.

TINJAUAN PUSTAKA

Penulis penelitian ini mencari temuan dari penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai sumber atau alat referensi: (2020, Sriana) "Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Susu Formula SGM: Studi di Supermarket TOP di Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri" Temuan penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terhadap Produk Susu Formula SGM dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kemudahan secara keseluruhan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, untuk setiap kategori, kemudahan memiliki dampak yang signifikan dan cukup terhadap loyalitas pelanggan, dengan korelasi Pearson sebesar 0,815. Kemudahan menyumbang 66,6% dari total pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan, kepercayaan, faktor emosional, dan pengalaman menyumbang 33,4% sisanya. (Setiawan, 2022) "Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Konsumen Gojek. Berdasarkan hasil pengujian, Loyalitas Konsumen Gojek dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh komponen Kemudahan. Nilai rata-rata (mean) variabel X sebesar 62,46 dan nilai rata-rata (mean) variabel Y sebesar 51,78.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan dan Loyalitas Pengguna pada Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri tergolong cukup. Dengan nilai Pearson Correlation sebesar 0,452, hubungan tersebut tergolong sangat kuat Selain itu, kemudahan memiliki pengaruh sebesar 17,7% terhadap loyalitas pengguna Gojek; sedangkan sisanya sebesar 17,7% ditentukan oleh kombinasi kriteria lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, termasuk pengalaman, kepercayaan, keterikatan emosional, dan kepuasan. (Cahyani, 2021) "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-Channel dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di BSI" Ponogoro KCP Cokroaminoto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan pribadi memiliki pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap loyalitas konsumen.

Selain itu, kepuasan pelanggan dapat berfungsi sebagai mediator antara kemudahan dan loyalitas pelanggan, tetapi tidak dapat bertindak sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas, yang sangat dipengaruhi oleh loyalitas pelanggan. Dalam penelitian sebelumnya, Dewi, R., F., Hutapea, R., S., dan Irwan Arry (2023) menggunakan studi kasus pengguna fintech di Kota Bandung untuk menyelidiki pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan dalam bisnis fintech. Sebagai kesimpulan, terdapat hubungan positif sebesar 38,3% antara loyalitas pelanggan dan persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu, dapat dinyatakan bahwa peserta studi tetap setia pada produk Fintech yang mereka gunakan dan merasa bahwa menggunakan aplikasi Fintech itu mudah." Gagasan kemudahan digunakan oleh penulis dalam kerangka teori ini, karena merupakan faktor yang dipertimbangkan konsumen saat menggunakan suatu produk atau layanan,

menurut Amijaya (2010), yang didefinisikan sebagai tingkat di mana barang dan jasa dianggap cukup mudah diakses dan dibeli tanpa menemui hambatan yang menantang terkait cara transaksi dilakukan.

Calon pembeli biasanya menemui masalah saat menyelesaikan transaksi pertama mereka karena mereka tidak terbiasa dengan proses yang terlibat. Prosedur penjualan yang sederhana dan cepat diperlukan karena pelanggan sering berubah pikiran untuk langsung datang ke toko. Mayoritas bisnis menawarkan bantuan dan panduan tentang cara menjalankan bisnis sesuai dengan kebijakan mereka, mulai dari opsi pembayaran dan berlanjut melalui fitur untuk melakukan pembelian dan mengisi formulir. Lebih jauh, sebuah perusahaan membutuhkan tingkat kenyamanan ini untuk memenangkan loyalitas pelanggannya. Oliver (Sangadji dan Sopiah, 2013) mengklaim bahwa meskipun keadaan dan inisiatif pemasaran mungkin memiliki kemampuan untuk mengubah perilaku, loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang kuat dari pihak pelanggan untuk terus berlangganan atau membeli barang atau jasa tertentu di masa mendatang.



Gambar.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan alasan di atas, maka diajukan dugaan sebagai berikut:

H1: Pada PT. Pegadaian Cabang Malalayang, kemudahan diduga memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Persero Cabang Malalayang Kota Manado. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Malalayang. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data penelitian ini berupa angka. Keterkaitan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) akan diketahui melalui pendekatan penelitian menggunakan analisis linier berganda. Penelitian kuantitatif menurut Muslich dan Sri (2019:13) adalah penelitian terstruktur yang mengkuantifikasi data agar dapat digeneralisasikan. Menurut Sugiono (2020a), Prosedur penelitian kuantitatif dicirikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivis, yang digunakan untuk menyelidiki terhadap populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan memanfaatkan peralatan penelitian, dan pengolahan data kuantitatif atau statistik. Pendekatan-pendekatan tersebut digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data kuantitatif akan diolah dengan menggunakan SPSS atau teknik komputasi statistik agar hasilnya dapat digeneralisasikan. Data penelitian bersumber dari data primer. Informasi yang diperoleh dan diperoleh secara langsung, atau informasi yang masih asli dalam bentuk aslinya, disebut sebagai data primer (Tarjo, 2019:92).

Pendekatan survei merupakan metodologi penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah sebagaimana diuraikan dalam bab pertama. Dengan menggunakan pendekatan ini, variabel-variabel dihubungkan dan dampaknya dievaluasi. Oleh karena itu, untuk memastikan validitas dampak antarvariabel, penelitian akan melalui tahap deskripsi di mana pengaruh tersebut dijelaskan atau diberi makna. Data primer dan sekunder berupa tanggapan responden yang tercantum dalam temuan kuesioner merupakan jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sesuatu atau seseorang yang memiliki setiap kualitas unik yang akan diteliti. Jika seseorang ingin menyelidiki setiap aspek dari area subjek, penelitian populasi dilakukan. 50 nasabah PT. Pegadaian Cabang Malalayang di Kota Manado membentuk populasi dalam hal ini. Sampel adalah bagian dari populasi yang telah dipilih untuk dianggap mencerminkan populasi dengan tepat. Dalam penelitian sampel ini, pendekatan "Sampling Jenuh" –strategi pengambilan sampel di mana semua nasabah dijadikan sampel –digunakan. Sampel penelitian akan terdiri dari 50 pembeli gadai rutin di PT. Pegadaian Cabang Malalayang, yang dipilih dari seluruh basis nasabah.

Pengukuran Variabel

Sugiono (2017:93) menyatakan bahwa skala likert yang merupakan variabel dependen (bebas) digunakan untuk mengukur perasaan seseorang atau kelompok terhadap berbagai kejadian sosial. Setelah variabel yang akan diukur diubah dan dijabarkan menjadi indikator variabel menggunakan skala likert, indikator tersebut menjadi acuan utama dalam penyusunan item instrumen yang dapat berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Untuk setiap item indikator dalam penelitian ini, digunakan variabel independen dan dependen untuk menyusun kuesioner. Setelah itu, penjelasannya diberi nilai sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS): Diberi skor lima
2. Diberi skor 4, setuju (S)
3. Cukup Setuju (CS): Diberi skor tiga.
4. Tidak Setuju (TS): Diberi skor dua.
5. Sangat Tidak Setuju (STS)= diberi skor 1

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur benar-benar dapat mengukur objek yang hendak diukur. Tujuan pengujian validitas adalah untuk menilai ketepatan alat ukur dalam semua keadaan operasional. Alat ukur dapat digunakan untuk mengukur apa pun yang hendak diukur jika alat ukur tersebut dianggap sah (Sugiono, 2020:361). Pengujian statistik validitas data dalam penelitian ini melibatkan pemeriksaan korelasi antara setiap pertanyaan dan skor akhir. Priyatno (2012) menyatakan bahwa agar instrumen penelitian dianggap asli, instrumen tersebut harus memiliki nilai korelasi minimal 0,30.

Uji Reliabilitas

Salah satu teknik untuk mengevaluasi survei yang berfungsi sebagai konstruk atau indikator variabel adalah pengujian reliabilitas. serangkaian pertanyaan yang telah terbukti dapat diandalkan atau dipercaya dari waktu ke waktu berdasarkan konsistensi, stabilitas, dan jawaban atas klaim. Mengumpulkan foto atau menggunakan alat statistik SPSS Cronbach tester Alpha (α) sekali adalah dua cara untuk menentukan reliabilitas. Suatu instrumen penelitian dianggap tidak reliabel oleh (Ghozali, 2016:48) jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,6.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas diperlukan untuk pengujian analisis. Lakukan uji normalitas untuk memverifikasi apakah data yang dikumpulkan normal atau tidak. Data dianggap abnormal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) dan normal jika nilainya lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} \geq 0,05$), sesuai dengan persyaratan uji normalitas.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas Kenyamanan (X) dengan variabel terikat Loyalitas (Y), digunakan teknik analisis regresi linier standar. (Sugino, 2020) Berikut ini adalah salah satu metode penggunaan persamaan regresi:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

- Y = Loyalitas Nasabah (variabel dependen),
- a = Konstan,
- b = Koefisien regresi ,
- X = Kemudahan (variable independent)

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah jenis analisis statistik yang menjelaskan kondisi tertentu yang menentukan topik penelitian melalui deskripsi dan berkonsentrasi pada kemunculan dan evolusi suatu kondisi.

Uji t

Jika tingkat signifikansi (t) atau nilai probabilitas (0,05) lebih kecil atau sama dengan variabel dependen, maka dapat dikatakan bahwa faktor independen memiliki pengaruh terhadap variabel tersebut. Sebaliknya, jika nilai signifikansi atau probabilitas $t > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen.

Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan dapat diterapkan pada seluruh populasi jika dianggap penting. Uji t dan uji F dapat dijalankan dengan perangkat lunak SPSS. Tingkat signifikansi yang akan digunakan peneliti adalah 0,05 (5%). Jika nilai probabilitas atau signifikansi kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa faktor independen dan variabel dependen saling memengaruhi secara signifikan pada saat yang sama. Jika nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05, tidak ada pengaruh signifikan antara faktor independen dan variabel dependen pada saat yang sama.

Analisis Data

Tabel.1 Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | Pearson Correlation | Keterangan |
|----------------------|-----------|---------------------|------------|
| Kemudahab (X) | X 1 | 0,674 | Valid |
| | X 2 | 0,691 | Valid |
| | X 3 | 0,764 | Valid |
| | X 4 | 0,788 | Valid |
| Loyalitas (Y) | Y 1 | 0,682 | Valid |
| | Y 2 | 0,749 | Valid |
| | Y 3 | 0,820 | Valid |

Indikasi Kenyamanan (X) terhadap Loyalitas (Y) pada Tabel 1 di atas dinilai sah karena nilai korelasinya sebesar 0,279 lebih besar dari r tabel.

Tabel.2 Hasil Uji Realibilitas

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Taraf Kemantapan Alpha | Keterangan |
|----|---------------|------------------|------------------------|------------|
| 1 | Kemudahan (X) | 0.700 | 0,6 | Reliabel |
| 2 | Loyalitas (Y) | 0,631 | 0,6 | Reliabel |

Mengingat analisis pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien Cronbach's Alpha yang diprediksi untuk variabel Loyalitas adalah $0,631 > 0,6$ dan variabel Kenyamanan adalah $0,700 > 0,6$, maka semua variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan dapat dipercaya.

**Tabel.3 Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 50 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.02367204 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .209 |
| | Positive | .120 |
| | Negative | -.209 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.476 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .026 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tingkat signifikansi $0,026 > 0,05$ ditemukan pada hasil Tabel 3, yang menunjukkan bahwa jawaban kuesioner yang tersisa didistribusikan secara teratur.

Tabel.4 Hasil Statistik Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------------|------|---------|---------|-------|----------------|
| Kemudahan | 50 | 15 | 20 | 18,44 | 1,541 |
| Loyalitas Pelanggan | 50 | 10 | 15 | 13,54 | 1,373 |
| Valid (listwise) | N 50 | | | | |

Temuan Tabel 4 memungkinkan kita menggambarannya sebagai berikut: Variabel data Y memiliki nilai rata-rata 13,54 dan deviasi standar 1,373, dengan nilai minimum 10 dan nilai maksimum 15.

Tabel.5 Hasil Regresi Linier Sederhana

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.583 | 1.774 | | 1.455 | .152 |
| | Kemudahan | .594 | .096 | .667 | 6.196 | .000 |

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi adalah 0,594 dan nilai konstanta (a) adalah 2.583. Tabel 5 menampilkan persamaan regresi linier:

$$Y \text{ sama dengan } 2.583 \text{ ditambah } 0,594X.$$

Nilai konsisten variabel loyalitas pelanggan adalah 2.583, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai konstanta (a) sebesar 2.583. Selain itu, koefisien regresi X adalah 0,594, yang berarti bahwa untuk setiap kenaikan 1% dalam kesan kemudahan, akan ada peningkatan 0,594 dalam loyalitas pelanggan. Selain itu, nilai koefisien regresi positif menunjukkan bahwa kemudahan berbisnis yang dirasakan memiliki dampak yang menguntungkan pada loyalitas pelanggan.

Tabel.6 Hasil Uji Parsial t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.583 | 1.774 | | 1.455 | .152 |
| | Kemudahan | .594 | .096 | .667 | 6.196 | .000 |

Kenyamanan (X) memiliki dampak yang kuat dan cukup menguntungkan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Kenyamanan (X) akan memiliki nilai probabilitas kurang dari 0,05, atau 0,000, dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $6,196 > 2,010$ dan $sig\ 0,05 > 0,000$, masing-masing, akan menunjukkan kemungkinan ini. Jelas bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kenyamanan ketika hipotesis H0 ditolak dan hipotesis H1 diterima.

Tabel.7 Hasil Uji Slimutan F

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 41.073 | 1 | 41.073 | 38.395 | .000 ^a |
| | Residual | 51.347 | 48 | 1.070 | | |
| | Total | 92.420 | 49 | | | |

a. Predictors: (Constant), T.X

b. Dependent Variable: T.Y

Uji f dari perhitungan statistik dapat digunakan untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel terkait. Hal ini ditunjukkan pada tabel di atas yang menunjukkan f hitung sebesar $38,395 > f_{tabel}\ 4,04$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, berdasarkan uji simultan (uji f) pada Tabel 7. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen Loyalitas Pelanggan (Y) dan Kenyamanan (X) dapat saling memengaruhi secara bersamaan atau bersama-sama dapat diterima dan dibuktikan.

Interpretasi Hasil

Studi yang diberikan di atas mengarah pada kesimpulan berikut:

1. Y sama dengan $2.583 + 0,594X$, yang merupakan persamaan regresi linier fundamental yang dihasilkan.
2. Loyalitas (Y) akan tumbuh sebesar 0,594 untuk setiap peningkatan satu unit pada variabel Kenyamanan (X), yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,594 dan arah positif.
3. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kenyamanan (X) mempunyai pengaruh yang cukup besar dan sedikit berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini didukung oleh nilai t hitung sebesar 6,196 $>$ 2,010, nilai signifikansi sebesar 0,000 $<$ 0,05, dan nilai ambang batas probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 38,395 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000.

Nilai F taksiran tersebut mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dan lebih besar dari F tabel sebesar 4,04. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa meskipun H_0 ditolak, tetapi H_1 diterima yang menunjukkan bahwa variabel Kenyamanan (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y) mempunyai pengaruh secara bersamaan

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, faktor kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT Pegadaian Cabang Malalayang, dengan nilai t sebesar 6,196 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan lebih loyal terhadap suatu produk apabila produk tersebut memudahkan mereka dalam membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Nasabah yang mendapatkan kemudahan dalam melakukan pembelian akan tetap setia pada merek perusahaan dan produk atau jasa yang disediakannya. Proses operasional yang mudah dipahami, kemudahan dalam memperoleh barang dan jasa, serta sistem yang user friendly merupakan salah satu cara untuk mewujudkan kemudahan. Hasil penelitian "Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Nasabah Produk Susu Formula SGM" (Sriana, 2020) semakin diperkuat dengan hasil penelitian ini. Kemudahan secara keseluruhan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen terhadap Produk Susu Formula SGM, menurut temuan studi tersebut. Kesimpulan studi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan secara signifikan dan positif memengaruhi loyalitas konsumen di setiap kategori. dengan korelasi Pearson sebesar 0,815.

Selain itu, kenyamanan memiliki dampak sebesar 66,6% terhadap loyalitas klien, dengan kebahagiaan, kepercayaan, emosi, dan pengalaman yang mencakup sisanya sebesar 33,4%." (Setiawan, 2022) "Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan Gojek dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel Kenyamanan. Hasil penelitian yang didukung oleh nilai rata-rata (means) variabel X dan Y (masing-masing 62,46 dan 51,78) menunjukkan bahwa kenyamanan dan loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2018 adalah cukup. Nilai Pearson Correlation sebesar 0,452 menunjukkan hubungan yang cukup kuat dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gojek dengan besaran 0,177 atau 17,7%. Bahasa Indonesia: sebagian dipengaruhi oleh pertemuan elemen tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti koneksi emosional, pengalaman, kepercayaan, dan kepuasan." "Dampak Kenyamanan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna E-channel dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di BSI KCP Ponogoro Cokroaminoto" Menurut Chahyani (2021). Berdasarkan hasil pengujian, kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pengguna e-channel, dengan kepuasan sebagai variabel intervening di BSI KCP Ponogoro Cokroaminoto.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan cukup besar terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya, mutu layanan yang diberikan memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, loyalitas konsumen dan kualitas layanan dapat dimediasi oleh kepuasan, sedangkan kemudahan dan loyalitas pelanggan tidak dapat dimediasi oleh kepuasan. Dewi, R., F., Hutapea, R., S., dan Irwan Arry melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan Fintech (Studi Kasus Pengguna Fintech di Kota Bandung)" pada tahun 2023. Gagasan kemudahan penggunaan ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 38,3%. Dapat juga dikatakan bahwa partisipan penelitian memiliki kesamaan yaitu telah merasakan kemudahan penggunaan aplikasi Fintech dan memiliki loyalitas merek yang kuat terhadap barang Fintech yang digunakan."

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Setelah menganalisis dan mendiskusikan hasil penelitian yang dilakukan di PT Pegadaian Cabang Malalayang dengan 50 nasabah, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudahan di PT Pegadaian Cabang Malalayang sudah baik, namun perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar lebih baik lagi, sebagaimana yang telah dibahas pada bagian sebelumnya dan simpulan. Hal ini didukung oleh data yang tersedia.

PENELITIAN LANJUTAN

Masih melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui lebih jauh tentang Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pegadaian Cabang Malalayang Manado

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Cahyani, N. K. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ponorogo.
- Dewi, R. F., Hutapea, R. S., & Irawan, A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fintech. Indonesian Accounting Literacy Journal, 03(02), 189-194.
- Farly Teneh. (2021). The leadership analysis on employee performance at PT. Astra International, Tbk-Daihatsu Sales Operation Manado City. International Journal of Management IT and Engineering, 11(11), 1-19.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hongky Dyrigo. (2022). The Effect of Brand Image and Trust on Consumers Loyalty with Product Value as Moderating: (A Study on Micro Small and Medium Enterprise of Sambal Roa in Manado City). Jurnal Internasional Manajemen TI Dan Teknikan Teknik, 12(4), 11-22.
- Muslich dan Sri. (2019). Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif. UNAIR Press.
- Priyatno, D. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. CV. ANDI OFFSET (ANDI).
- Sangadji dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen (p. 13).
- Setiawan, I. D. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsemen Gojek Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2018 IAIN Kediri.
- Sriana, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Susu Formula SGM (Studi Pada TOP Swalayan Kecamatan Pare Kabupaten Kendiri. In Skripsi Sarjana (S1. IAIN Kendiri.

Supit, Dyrgo, Teneh

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tarjo. (2019). *Metode Penelitian*. Deepublish.