

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* DAN *USER INTERFACE* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA APLIKASI TRING BY PEGADAIAN
DALAM TRANSAKSI DIGITAL (STUDI KASUS PADA
NASABAH DI PT. PEGADAIAN CPS SETIA BUDI)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

ABDUR RAHMAN WAHID PULUNGAN
NPM: 2201280108P



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang telah mengantarkan saya hingga ke titik ini. Semoga ilmu yang telah saya peroleh dapat bermanfaat bagi banyak orang. Aamiin.

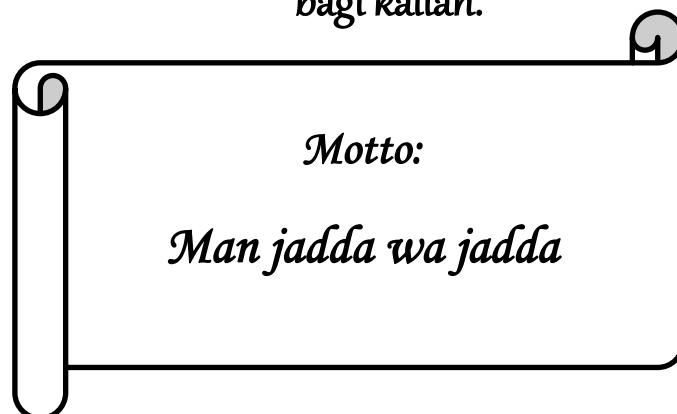
Karya ilmiah ini saya persembahkan dengan penuh cinta kepada keluarga tercinta:

Ayahanda Almarhum Marhasian Pulungan,

Ibunda Saimah Lubis,

Yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan, serta harapan terbaik untuk keberhasilan dan kesuksesan saya.

Semoga setiap langkah yang saya tempuh menjadi kebanggaan bagi kalian.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Abdur Rahman Wahid Pulungan

NPM : 2201280108P

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *User Experience* Dan *User Interface* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi *Tring By Pegadaian* Dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Padanasabah Di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)”. Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 6 April 2026

Yang Menyatakan



METERAI
TEMPEL
NO. 16ANX353968416

Abdur Rahman Wahid Pulungan
NPM. 2201280108P

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* DAN *USER INTERFACE* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA APLIKASI TRING BY PEGADAIAN
DALAM TRANSAKSI DIGITAL (STUDI KASUS PADANASABAH DI PT.
PEGADAIAN CPS SETIA BUDI)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

Abdur Rahman Wahid Pulungan
NPM. 2201280108P

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

Medan, 6 April 2026

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exempler
Hal : Skripsi a.n. Abdur Rahman Wahid Pulungan

**Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Di-
Medan**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, Meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Mahasiswa a.n. Abdur Rahman Wahid Pulungan yang berjudul “Pengaruh *User Experience* Dan *User Interface* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring By Pegadaian Dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Padanasabah Di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)”.Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Muhammad Arifin Lubis,SE.Sy., M.E



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

UIN (UIN) Cendek | Berprestasi
Risa merupakan surat ini agar diketahui
komponen dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc.Prof.Dr Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E

Nama Mahasiswa : Abdur Rahman Wahid Pulungan
Npm : 2201280108P
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *User Experience* Dan *User Interface* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring By Pegadaian Dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Padanasabah Di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
31/3/2026	Poprta dan Kesuaan Abstrak Kesuaan penulisan dengan Pedoman panduan Revisi skripsi Kesuaan hasil penelitian.	ARK	
2/4/2026	kesimpulan hasil menjawab ketepatan masalah.	ARK	
6/4/2026	file di sidikan.	ARK	

Medan, 6 - 4 - 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan
Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A.

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi
Assoc.Prof.Dr Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Skripsi
Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **Abdur Rahman Wahid Pulungan**
NPM : **2201280108P**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh *User Experience* Dan *User Interface* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring By Pegadaian Dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Padanasabah Di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)**

Medan, 6 April 2026

Pembimbing Skripsi

Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E

Disetujui oleh
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan
Fakultas Agama Islam



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [tw](#) umsumedan [yt](#) umsumedan

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Kita memajukan umat & ager menabuhkan
Negeri dan membangun



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : Abdur Rahman Wahid Pulungan
NPM : **2201280108P**
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh *User Experience* Dan *User Interface* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring By Pegadaian Dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Padanasabah Di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 6 April 2026

Pembimbing

Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan tanda sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda secara Bersama-sama. Dibawah ini terdaftar huruf arab dan Transliterasinya

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Džal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab adalah seperti vokal dalam Bahasa Indonesia, terdiri dari Tunggal dan monoflong dan vokal rangkap atau diflog.

a) Vokal Tunggal

Vokal Tunggal dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai Berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
َ ي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
َ و	Fathah dan wau	Au	A dan U

huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Contoh:

Kataba : كتب

Fa'ala : فعل

Kaifa : كيف

c) Maddah

Maddah atau Vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf,

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	Fathah dan alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
-			
ى-	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و	Dhammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

a. Ta Marbutah

Transliterasinya Ta Marbutah ada dua:

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya (t)

2. Ta marbutah Mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

3. Kalau kata pada yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh : المدينة المنورة: Almadinah Almunawwarah

b. Syaddah (tasyid)

Syaddah atau tasyid yang pada tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid, dalam transliterasi ini tanda tasyid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا – rabbanā

نَزَّلَ – nazzala

الْبِرِّ – al-birr

الْحَجُّ – al-h}ajju

نُعَمَّ – nu‘ima

c. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1. Kata sandang diikuti diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qmqriah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ – ar-rajulu

السَّيِّدَةُ – as-sayyidatu

الشَّمْسُ – asy-syamsu

الْقَلَمُ – al-qalamu

الْبَدِيعُ – al-badi‘u

الْجَلَالُ – al-jalālu

d. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- | | | |
|----------------------|--------------------------|-------------------------|
| 1) Hamzah di awal: | أَمْرٌ تُ – umirtu | أَكَلَ – akala |
| 2) Hamzah di tengah: | تَأْخُذُونَ – ta'khuzūna | تَأْكُلُونَ – ta'kulūna |
| 3) Hamzah di akhir: | شَيْءٌ – syai'un | النَّوْءُ – an-nau'u |

e. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi' il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

f. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

1. Wa mamuhammadunillarasul
2. Inna awwalabaitinwudi`alinnasilalazibibakkatamubarakan
3. Syahru Ramadan al-lazunzilafihi al-Qur'anu
4. Syahru Ramadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
5. Walaqadra`ahubilufuq al-mubin
6. Alhamdulillahirabbil-amin

g. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini

merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Abdur Rahman Wahid Pulungan, 2201280108P, Pengaruh User Experience dan User Interface terhadap Kepuasan Nasabah pada Aplikasi Tring by Pegadaian (Studi Kasus pada PT Pegadaian CPS Setia Budi).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna aplikasi Tring by Pegadaian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Selain itu, uji prasyarat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *User Experience* dan *User Interface* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji parsial (uji T) yang menyatakan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 91,592 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti *User Experience* dan *User Interface* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 66,6% menunjukkan bahwa variabel *User Experience* dan *User Interface* memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman pengguna (*User Experience*) dan semakin menarik serta mudah dipahami tampilan antarmuka (*User Interface*) pada aplikasi Tring by Pegadaian, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Oleh karena itu, pihak Pegadaian disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pengalaman pengguna serta melakukan pengembangan desain antarmuka yang lebih sederhana, responsif, dan mudah digunakan guna meningkatkan kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital.

Kata Kunci: *User Experience*, *User Interface*, Kepuasan Nasabah, Aplikasi Tring by Pegadaian, Layanan Digital

ABSTRACT

Abdur Rahman Wahid Pulungan, 2201280108P, The Influence of User Experience and User Interface on Customer Satisfaction in the Tring by Pegadaian Application (Case Study at PT Pegadaian CPS Setia Budi).

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of User Experience and User Interface on customer satisfaction in the use of the Tring by Pegadaian application at PT Pegadaian CPS Setia Budi. This study employed a quantitative approach with a sample size of 95 respondents. Data collection techniques were conducted through literature study and the distribution of questionnaires to customers who use the Tring by Pegadaian application. The data analysis techniques used in this study included validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. In addition, prerequisite tests applied in this research were classical assumption tests consisting of normality test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, and multicollinearity test.

The results of this study indicate that User Experience and User Interface have a positive and significant effect on customer satisfaction in the use of the Tring by Pegadaian application. This is evidenced by the results of the partial test (t-test) showing that each independent variable has a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that the research hypotheses are accepted. Furthermore, the simultaneous test (F-test) results show that the value of $F_{count} 91.592 > F_{table} 3.09$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, which means that User Experience and User Interface simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R Square) value of 66.6% indicates that the variables of User Experience and User Interface contribute 66.6% to customer satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other variables outside this study. This study demonstrates that the better the user experience and the more attractive and user-friendly the user interface of the Tring by Pegadaian application, the higher the level of customer satisfaction achieved. Therefore, Pegadaian is recommended to continuously improve the quality of user experience and further develop a simpler, more responsive, and user-friendly interface design in order to enhance customer satisfaction in using digital services.

Keywords: *User Experience, User Interface, Customer Satisfaction, Tring by Pegadaian Application, Digital Services*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh *User Experience* dan *User Interface* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring by Pegadaian dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Pada Nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)” dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu awal dalam melanjutkan pembuatan artikel karya ilmiah berupa jurnal untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam dihadiahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada di dalam naungan syafa'atnya hingga akhir zaman nanti. Amin Ya Rabbal'alamin.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan yang penulis miliki sehingga Skripsi ini masih banyak ditemui kekurangan. Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung, terutama dan teristimewa penulis persembahkan untuk kedua orang tua saya. Kepada Ayahanda Alm. Marhasian Pulungan dan Ibunda Saimah Lubis yang memberikan dukungan baik berupa moril maupun materil yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, selain itu, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi., selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd., selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Alfi Amalia, M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Muhammad Arifin Lubis, SE.Sy., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan dukungan kepada penulis.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah atas ilmu dan pengalaman yang diberikan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh Staf/Pegawai Biro Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam menyiapkan berkas dan administrasi selama masa perkuliahan.
10. Bapak/Ibu Para Pimpinan CPS Setia Budi yang telah memberikan penulis izin untuk melaksanakan penelitian hingga selesai.
11. Seluruh teman kuliah yang menemani penulis dari awal hingga akhir semester selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini. Dengan kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, April 2026

Penulis

Abdur Rahman Wahid Pulungan
NPM: 2201280108P

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORITIS	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Financial Technology	11
2. User Experience (UX)	16
3. User Interface (UI)	23
4. Kepuasan Nasabah.....	29
B. Kajian Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Pemikiran	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan Penelitian.....	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
1. Lokasi Penelitian	44
2. Waktu Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	45
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	47

1. Variabel Independen.....	47
2. Variabel Dependen	47
E. Teknik Pengumpulan Data	49
1. Observasi.....	49
2. Dokumentasi.....	49
3. Kuesioner	49
F. Instrumen Penelitian.....	50
G. Uji Persyarat.....	50
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Uji Autokorelasi	51
4. Uji Multikolinearitas	52
H. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Validitas Data	52
2. Uji Regresi Linear Berganda	54
3. Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Institusi.....	57
B. Deskripsi Karakteristik Responden	64
C. Hasil Penelitian	67
1. Uji Statistik Deskriptif.....	68
2. Uji Validitas dan Reabilitas	69
3. Uji Prasyarat.....	74
4. Uji Regresi Linear Berganda	78
5. Uji Hipotesis.....	79
D. Pembahasan.....	81
1. Pengaruh User Experience (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	81
2. Pengaruh User Interface (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	84
3. Pengaruh User Experience (X1) dan User Interface (X2) secara Simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	86
BAB V KESIMPULAN.....	89
A. KESIMPULAN.....	89

B. SARAN	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo PT. Pegadaian	3
Gambar 1. 2 Tampilan User Interface (UI) Aplikasi Tring by Pegadaian	4
Gambar 2. 1 Struktur Skala User Experience Questionnaire (UEQ)	21
Gambar 2. 2 Daftar Pertanyaan Dalam Kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ).....	22
Gambar 2. 3 Model User Experience Garrett.....	29
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas Pada Sactterplot.....	76
Gambar 5. 1 Observasi di CPS Setia Budi.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	45
Tabel 3. 2 Indikator Variabel	48
Tabel 3. 3 Skala Likert	50
Tabel 4. 1 Ringkasan Produk dan Layanan Pegadaian	62
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 3 Ditribusi Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi	66
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi	66
Tabel 4. 7 Uji Statistik Deskriptif	68
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel User Experience	69
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel User Interface.....	70
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah.....	71
Tabel 4. 11 Uji Reabilitas Variabel User Experience	72
Tabel 4. 12 Uji Reabilitas Variabel User Interface	72
Tabel 4. 13 Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Nasabah	73
Tabel 4. 14 Uji F (Simultan)	74
Tabel 4. 15 Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov Smirnov Test.....	75
Tabel 4. 16 Uji Autokorelasi.....	77
Tabel 4. 17 Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4. 19 Uji T (Parsial)	80
Tabel 4. 20 Uji Determinasi	81
Tabel 5. 1 Jenis Responden Berdasarkan Usia.....	107
Tabel 5. 2 Jenis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	107
Tabel 5. 3 Jenis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	107

Tabel 5. 4 Jenis Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian	108
Tabel 5. 5 Jenis Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian	108
Tabel 5. 6 Jenis Responden Berdasarkan Jenis Transaksi Yang Digunakan	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transformasi digital telah menjadi salah satu pilar strategis dalam pengembangan dan modernisasi layanan keuangan di Indonesia. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, perangkat mobile, serta sistem komputasi digital, telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, bertransaksi, dan mengelola kebutuhan keuangannya (Hariani & Sutrisno, 2023). Kondisi ini mendorong lembaga keuangan untuk beradaptasi dengan menghadirkan layanan berbasis digital yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi operasional, tetapi juga pada peningkatan kemudahan akses, kecepatan layanan, serta kualitas pengalaman pengguna (Izzuddin & Ilahiyah, 2022).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam sektor jasa keuangan, sehingga digitalisasi menjadi fenomena global yang tidak dapat dihindari seiring meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile oleh masyarakat. Dalam konteks layanan keuangan, digitalisasi mendorong pergeseran pola transaksi dari sistem konvensional menuju layanan berbasis digital yang lebih cepat, praktis, dan efisien (Muntashir Jihad et al., 2022). Masyarakat kini menuntut layanan keuangan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja tanpa terikat oleh batasan waktu dan lokasi pelayanan. Meskipun demikian, percepatan transformasi digital juga memunculkan berbagai permasalahan umum yang sering dialami oleh pengguna layanan keuangan digital. Tidak sedikit aplikasi keuangan yang dikembangkan tanpa memperhatikan kenyamanan pengguna, sehingga menimbulkan kesulitan dalam penggunaan, tampilan antarmuka yang kurang intuitif, serta proses transaksi yang tidak efisien (Erdina & Lubis, 2025). Permasalahan tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna, khususnya bagi masyarakat yang masih dalam tahap adaptasi terhadap layanan keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kualitas pengalaman pengguna (*User*

Experience) dan tampilan antarmuka (*User Interface*) yang ditawarkan (Wawolumaja et al., 2021).

Di era digital saat ini, masyarakat semakin mengharapkan layanan keuangan yang dapat diakses secara fleksibel tanpa harus bergantung pada interaksi fisik di kantor layanan (Lubis, 2022). Menurut (Famuji et al., 2023) Digitalisasi memungkinkan proses transaksi dilakukan secara *real-time*, transparan, dan praktis, sehingga mampu mengurangi hambatan waktu dan biaya yang sering ditemui pada layanan konvensional. Kondisi tersebut menuntut lembaga keuangan untuk terus melakukan inovasi dalam pemanfaatan teknologi digital agar tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika industri keuangan yang terus berkembang. Selain meningkatkan efisiensi layanan, transformasi digital juga berperan penting dalam mendukung inklusi keuangan, yaitu upaya untuk memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal (Mujiatun et al., 2023). Melalui teknologi digital, (Rahmayati, 2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa lembaga keuangan dapat menjangkau segmen masyarakat yang sebelumnya sulit dilayani oleh sistem konvensional, baik karena keterbatasan geografis maupun infrastruktur. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi sarana peningkatan efisiensi, tetapi juga instrumen strategis dalam mendorong pemerataan layanan keuangan di berbagai lapisan masyarakat (Abdillah, 2024).

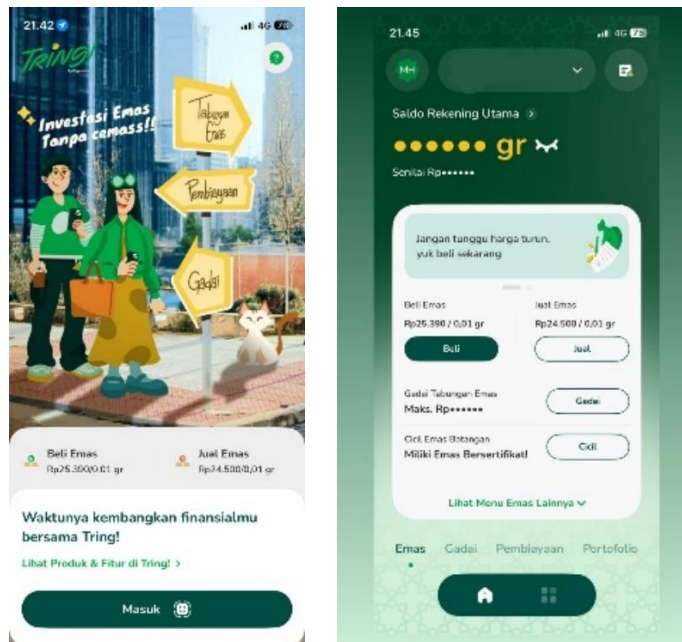
PT Pegadaian, sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan non-bank, turut merespons perkembangan tersebut dengan melakukan transformasi digital melalui pengembangan berbagai layanan berbasis teknologi. Langkah ini merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Salah satu bentuk implementasi transformasi digital tersebut adalah pengembangan aplikasi *Tring* by Pegadaian, yang dirancang untuk mempermudah nasabah dalam mengakses layanan Pegadaian secara digital.



Gambar 1. 1 Logo PT. Pegadaian

Salah satu bentuk inovasi digital yang dikembangkan oleh PT Pegadaian adalah aplikasi Tring by Pegadaian, yang dirancang sebagai sarana transaksi digital bagi nasabah. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas seperti pembayaran, transaksi gadai, pembelian produk Pegadaian, serta layanan keuangan lainnya secara daring. Kehadiran aplikasi Tring diharapkan mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan bagi nasabah dalam bertransaksi tanpa harus datang langsung ke kantor Pegadaian. Namun, dalam praktiknya, penerapan layanan digital tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada kualitas pengalaman dan antarmuka yang dirasakan oleh pengguna.

Seiring meningkatnya penggunaan aplikasi digital, *User Experience (UX)* dan *User Interface (UI)* menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu aplikasi (Halim, 2019). UX berkaitan dengan keseluruhan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi, termasuk kemudahan penggunaan, kenyamanan, efisiensi, serta respons emosional yang dirasakan. Sementara itu, UI berfokus pada tampilan visual aplikasi seperti desain, warna, ikon, tipografi, dan navigasi yang secara langsung memengaruhi persepsi pengguna. Aplikasi dengan UX dan UI yang baik cenderung memberikan pengalaman positif sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna (Izzuddin & Ilahiyah, 2022).



Gambar 1. 2 Tampilan *User Interface* (UI) Aplikasi Tring by Pegadaian

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada nasabah pengguna aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pengalaman dan antarmuka pengguna. Beberapa nasabah mengeluhkan terjadinya error sistem pada waktu tertentu, tampilan aplikasi yang dianggap kurang jelas, serta navigasi menu yang membingungkan. Kondisi ini berpotensi menurunkan kenyamanan pengguna dan menimbulkan ketidakpuasan dalam menggunakan aplikasi. Apabila permasalahan tersebut tidak segera ditangani, hal ini dapat berdampak pada rendahnya tingkat penggunaan aplikasi dan berkurangnya kepercayaan nasabah terhadap layanan digital Pegadaian.

PT Pegadaian CPS Setia Budi merupakan salah satu cabang pelayanan yang memiliki jumlah nasabah aktif cukup tinggi dan menjadi representasi pengguna aplikasi Tring di kantor wilayah (Kanwil) 1 Medan. Nasabah di unit ini memiliki karakteristik yang beragam, baik dari segi usia, tingkat literasi digital, maupun intensitas penggunaan aplikasi. Keberagaman tersebut menuntut aplikasi Tring untuk memiliki desain antarmuka yang mudah dipahami serta pengalaman pengguna yang mampu mengakomodasi kebutuhan berbagai kalangan. Namun, kenyataannya masih

terdapat kesenjangan antara harapan nasabah dengan kinerja aplikasi yang dirasakan dalam penggunaan sehari-hari.

Kepuasan nasabah merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu layanan, termasuk layanan berbasis digital. Dalam penelitian (Chusumastuti & A'yuni, 2021) menyebutkan bahwa nasabah/customer yang merasa puas cenderung akan terus menggunakan aplikasi, memiliki niat untuk melakukan transaksi ulang, serta merekomendasikan layanan kepada pihak lain. Sebaliknya, pengalaman pengguna yang buruk dan tampilan antarmuka yang kurang optimal dapat menurunkan tingkat kepuasan dan berpotensi mendorong nasabah untuk beralih ke layanan lain yang dianggap lebih mudah dan nyaman. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah, khususnya yang berkaitan dengan UX dan UI, menjadi sangat penting bagi pengembangan aplikasi Tring.

Selain itu, hingga saat ini penelitian yang secara khusus membahas pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada layanan digital perbankan atau aplikasi keuangan lainnya, sehingga diperlukan kajian empiris yang lebih spesifik pada konteks aplikasi Tring dan lingkungan PT Pegadaian. Adanya celah penelitian ini menjadi dasar penting bagi dilakukannya penelitian lebih lanjut untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring.

Upaya peningkatan kualitas layanan digital ini juga sejalan dengan prinsip kemudahan dalam Islam sebagaimana tercantum dalam firman Allah SWT pada QS. Al-Baqarah ayat 185 yang menegaskan bahwa Allah menghendaki kemudahan dan tidak menghendaki kesukaran bagi manusia. Prinsip *taisir* tersebut menjadi landasan penting dalam pengembangan layanan keuangan digital berbasis syariah, termasuk aplikasi Tring by Pegadaian, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi digital. Prinsip kemudahan

dalam pelayanan sebagaimana tercantum dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi:

الْعُسْرُ بِكُمْ يُرِيدُ وَلَا الْيُسْرَ بِكُمْ اللَّهُ يُرِيدُ

Artinya: “...Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...” (QS. Al-Baqarah: 185).

Ayat ini menegaskan bahwa Islam sangat menekankan prinsip kemudahan (taisīr) dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam muamalah dan pelayanan kepada masyarakat. Prinsip ini sejalan dengan tujuan transformasi digital layanan keuangan, yaitu memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan bagi nasabah melalui teknologi digital.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, penelitian yang berjudul “**Pengaruh User Experience dan User Interface Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring by Pegadaian dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Pada Nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)**” dirancang untuk menganalisis pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian dalam transaksi digital, dengan studi kasus pada nasabah PT Pegadaian CPS Setia Budi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pihak Pegadaian dalam meningkatkan kualitas aplikasi Tring melalui pengembangan UX dan UI yang lebih optimal. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pengguna layanan digital di sektor keuangan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, berikut adalah identifikasi masalah yang dapat dirumuskan:

1. Kurangnya kualitas *User Experience* pada aplikasi Tring by Pegadaian yang berdampak pada kenyamanan dan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi digital.
2. *User Interface* aplikasi Tring by Pegadaian yang belum optimal, sehingga menyulitkan nasabah dalam memahami tampilan dan navigasi aplikasi.

3. Rendahnya tingkat kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring by Pegadaian akibat ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aplikasi yang dirasakan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh User Experience terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian pada transaksi digital (studi kasus pada nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)?
2. Apakah ada pengaruh User Interface terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian pada transaksi digital (studi kasus pada nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)?
3. Bagaimana pengaruh User Experience dan User Interface secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian pada transaksi digital (studi kasus pada nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut

1. Untuk menganalisis pengaruh *User Experience* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian dalam transaksi digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi.
2. Untuk menganalisis pengaruh *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian dalam transaksi digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi.
3. Untuk mengetahui pengaruh *User Experience* dan *User Interface* secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian dalam transaksi digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penyusunan penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang sistem informasi, bisnis, manajemen layanan digital, serta kajian *User Experience* (UX) dan *User Interface* (UI) pada aplikasi layanan keuangan digital.
- b. Menambah literatur akademik yang relevan mengenai pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi transaksi digital.
- c. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya terkait kepuasan pengguna aplikasi digital di sektor jasa keuangan dengan objek dan konteks yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT Pegadaian (khususnya PT Pegadaian CPS Setia Budi)
 - 1) Memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian berdasarkan aspek *User Experience* dan *User Interface*.
 - 2) Menyediakan masukan dan rekomendasi strategis bagi pihak Pegadaian dalam upaya meningkatkan kualitas aplikasi Tring melalui pengembangan UX dan UI yang lebih optimal.
 - 3) Membantu manajemen dalam mengidentifikasi aspek-aspek aplikasi yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah terhadap layanan digital Pegadaian
- b. Bagi Nasabah Pengguna Aplikasi Tring by Pegadaian
 - 1) Mendorong terciptanya pengalaman transaksi digital yang lebih mudah, nyaman, dan efisien melalui peningkatan kualitas *User Experience* dan *User Interface* aplikasi.

- 2) Memberikan manfaat berupa layanan digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan.

c. Bagi Konsumen

- 1) Menjadi bahan referensi dan rujukan empiris bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pengguna, User Experience, dan User Interface pada aplikasi digital.
- 2) Memberikan dasar konseptual dan metodologis untuk pengembangan penelitian sejenis dengan variabel, objek, atau pendekatan yang berbeda.

F. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tercantum pada skripsi ini terdiri dari 3 bab dengan sistematika penyampaian yang artinya sesuai dengan urutan. Adapun sistematika penulisan tugas pada pembuatan skripsi sebagai berikut:

BAB I: Bab ini menjelaskan beberapa unsur, yaitu:

- 1) Latar Belakang
- 2) Identifikasi Masalah
- 3) Rumusan Masalah
- 4) Tujuan Penelitian
- 5) Manfaat Penelitian
- 6) Sistematika Penulisan

BAB II: Bab ini akan membahas mengenai landasan teoritis yang terdiri dari:

- 1) Kajian Pustaka
- 2) Kajian Penelitian Terdahulu
- 3) Kerangka Pemikiran
- 4) Hipotesis

BAB III: Bab ini berisikan tentang metode penelitian yang terdiri dari:

- 1) Pendekatan Penelitian
- 2) Lokasi Dan Waktu Penelitian
- 3) Populasi Dan Sampel
- 4) Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel
- 5) Teknik Pengumpulan Data
- 6) Instrumen Penelitian
- 7) Uji Prasyarat
- 8) Teknik Analisis Data.

BAB IV: Bab ini akan membahas hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari:

- 1) Deskripsi Penelitian
- 2) Deskripsi karakteristik
- 3) Hasil Penelitian
- 4) Pembahasan

BAB V: Bab ini akan membahas kesimpulan yang terdiri dari:

- 1) Kesimpulan
- 2) Saran

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. *Financial Technology*

Financial Technology atau yang lebih dikenal dengan istilah Fintech merupakan hasil integrasi antara sektor jasa keuangan dan perkembangan teknologi digital. *The National Digital Research Centre (NDRC)* di Dublin Irlandia mendefinisikan fintech sebagai *innovation in financial services* yaitu bentuk inovasi dalam layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan aksesibilitas layanan keuangan. Fintech hadir sebagai solusi atas berbagai permasalahan dalam sistem keuangan konvensional melalui penerapan teknologi digital dalam aktivitas keuangan (Rahayu et al., 2023).

Menurut (Anindyastri et al., 2022) dalam penelitiannya menyebutkan fintech dapat dipahami sebagai penerapan teknologi digital dalam pengelolaan transaksi keuangan, yang meliputi layanan pembayaran, transfer dana, pembiayaan, pinjaman, pengelolaan aset, hingga layanan investasi dan tabungan. Keberadaan fintech memungkinkan proses transaksi keuangan dilakukan secara lebih cepat, praktis, dan transparan dibandingkan dengan sistem keuangan tradisional (Rahmayati, 2017). Selain itu, fintech juga membentuk suatu ekosistem industri yang terdiri dari berbagai perusahaan berbasis teknologi yang berfokus pada penyediaan sistem dan layanan keuangan yang inovatif serta berorientasi pada kebutuhan pengguna (Jaya, 2019).

Bank Indonesia menyatakan bahwa *Financial Technology* merupakan hasil kombinasi antara layanan jasa keuangan dan teknologi yang secara signifikan mengubah pola operasional serta model bisnis di sektor keuangan. Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, fintech didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang mampu menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta memberikan

manfaat bagi masyarakat (Mujiatun et al., 2023). Penerapan fintech diharapkan dapat mendukung efisiensi sistem keuangan, memperluas inklusi keuangan, dan tetap menjaga stabilitas sistem keuangan nasional.

Dalam konteks penelitian ini, aplikasi Tring by Pegadaian merupakan salah satu bentuk implementasi fintech pada lembaga keuangan non-bank. Aplikasi ini menyediakan berbagai layanan transaksi digital seperti pembiayaan, tabungan emas, pembayaran, dan layanan keuangan lainnya yang dapat diakses melalui perangkat mobile. Oleh karena itu, kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) dan tampilan antarmuka (*User Interface*) pada aplikasi fintech seperti Tring by Pegadaian menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi digital (Nikmah & Rohana, 2025).

a. Aspek Kemajuan *Fintech*

Perkembangan *Financial Technology* (fintech) membawa berbagai kemajuan signifikan dalam penyediaan layanan keuangan digital. Kemajuan tersebut tidak hanya memengaruhi cara masyarakat bertransaksi, tetapi juga mendorong perubahan pola perilaku serta meningkatkan akses terhadap layanan keuangan (Khikam & Nisa, 2023). Beberapa aspek utama yang menunjukkan kemajuan fintech antara lain sebagai berikut:

1) Dapat digunakan oleh berbagai kalangan

Fintech menawarkan kemudahan akses yang luas sehingga dapat digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Kehadiran layanan fintech mampu menjembatani kebutuhan kelompok masyarakat yang sebelumnya belum terjangkau layanan keuangan formal (*unbanked* dan *underbanked*), terutama di wilayah yang memiliki keterbatasan akses perbankan konvensional. Selain itu, masyarakat di wilayah perkotaan juga merasakan manfaat fintech karena layanan yang lebih praktis dan fleksibel dibandingkan dengan sistem keuangan tradisional. Dalam konteks aplikasi Tring by Pegadaian, kemudahan akses melalui

perangkat mobile memungkinkan nasabah untuk memanfaatkan layanan keuangan tanpa harus datang langsung ke kantor Pegadaian.

2) Efektifitas Layanan Keuangan Digital

Berbasis teknologi digital, fintech mampu meningkatkan efektivitas layanan keuangan mulai dari proses pendaftaran hingga pelaksanaan transaksi. Pengguna dapat melakukan pembukaan akun, pengajuan pembiayaan, pembayaran, maupun transaksi lainnya secara daring melalui aplikasi. Proses yang sederhana dan cepat ini menjadikan fintech lebih efisien dibandingkan layanan konvensional. Aplikasi *Tring by Pegadaian*, misalnya, memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara mandiri dengan prosedur yang ringkas, sehingga menghemat waktu dan tenaga.

3) Jaminan Keamanan

Keamanan menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan fintech. Layanan fintech umumnya dilengkapi dengan sistem keamanan berbasis teknologi seperti enkripsi data, autentikasi pengguna, serta perlindungan privasi. Selain itu, keberadaan regulasi dan pengawasan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memberikan jaminan perlindungan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan fintech. Hal ini meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah dalam memanfaatkan aplikasi keuangan digital, termasuk aplikasi *Tring by Pegadaian*.

4) Perubahan Kebiasaan Masyarakat

Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet dan perangkat mobile turut mendorong perubahan kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi. Aktivitas keuangan yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini beralih ke platform digital. Proses pembayaran, pembelian kebutuhan sehari-hari, hingga pengelolaan keuangan dapat dilakukan melalui aplikasi pada ponsel pintar. Perubahan ini memberikan dampak positif bagi perkembangan fintech, sekaligus berkontribusi terhadap

peningkatan efisiensi ekonomi dan pertumbuhan perekonomian nasional. Dalam hal ini, aplikasi *Tring by Pegadaian* menjadi bagian dari transformasi digital yang mendukung kemudahan transaksi keuangan masyarakat.

b. Keuntungan *Financial Technology* (Fintech)

Financial Technology (fintech) memberikan berbagai keuntungan bagi sistem keuangan modern, baik bagi pengguna, pelaku usaha, maupun pemerintah. Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 menegaskan bahwa penyelenggaraan layanan fintech diarahkan untuk meningkatkan kenyamanan, keamanan, serta perlindungan konsumen, sekaligus menciptakan iklim persaingan yang sehat dan merata di industri fintech nasional. Keberadaan regulasi tersebut menunjukkan bahwa fintech tidak hanya berorientasi pada inovasi teknologi, tetapi juga pada stabilitas dan keberlanjutan sistem keuangan (Suci et al., 2025). Keuntungan fintech dapat dirasakan oleh berbagai kalangan, antara lain:

- 1) Konsumen dapat merasakan pelayanan yang lebih baik, memiliki banyak pilihan, serta mendapatkan harga yang lebih miring.
- 2) Pedagang produk ataupun jasa dapat merasakan biaya operasional yang lebih murah dan memberi manfaat menyederhanakan rantai transaksi.
- 3) Pemerintah juga dapat merasakan manfaatnya, antara lain yaitu meningkatkan kecepatan uang, meningkatkan perekonomian masyarakat.

Selain itu, menurut (Sultoni et al., 2023) fintech memiliki beberapa peran strategis dalam sistem keuangan modern, antara lain sebagai wadah bagi pelaku usaha untuk mengembangkan inovasi berbasis teknologi, sebagai media pembayaran dan transaksi keuangan yang praktis, serta sebagai sarana pendukung investasi yang lebih efisien. Fintech juga berkontribusi dalam mengurangi berbagai risiko yang umumnya terdapat

pada sistem keuangan konvensional, seperti keterlambatan transaksi dan keterbatasan akses layanan. Oleh karena itu, penerapan fintech dalam bentuk aplikasi *Tring by Pegadaian* menuntut perhatian terhadap kualitas *User Experience* dan *User Interface* agar manfaat fintech dapat dirasakan secara optimal oleh nasabah.

c. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model merupakan model untuk memprediksi bagaimana para pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi dalam pekerjaan pengguna. (Ummah, 2019) mendefinisikan bahwa persepsi kegunaan adalah kondisi user merasakan manfaat atas teknologi informasi yang digunakan.

1) Norma Subjektif

(Eslava et al., 2015) mengartikan bahwa Norma Subjektif sebagai tanggapan seseorang yang memiliki peran penting terhadap dirinya. Atau norma subjektif juga dapat dikatakan sebagai keputusan pengguna dalam memutuskan sesuatu yang akan dipilih sesuai dengan pertimbangan orang terdekat yang memiliki peran penting dalam hidupnya.

2) Persepsi Kebermanfaatan

Menurut (Setiawan & Pangestu, 2021) persepsi kebermanfaatan diartikan sebagai pandangan subjektif user berkenaan dengan berapa banyak kemungkinan penggunaan sebuah sistem (contohnya pada sistem pembayaran elektronik) dapat menambah kinerjanya. Ketika masyarakat semakin meyakini bahwa teknologi tersebut mampu menambah kinerjanya maka keinginan untuk menggunakan teknologi juga akan semakin tinggi.

3) Persepsi Kemudahan

(Wawolumaja et al., 2021) dalam artikelnya menyatakan “*ease*” bermakna “*freedom from difficulty or great effort*”. Selanjutnya “*ease to*

use perceived” diartikan “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*”. Yang berarti bahwa apakah user berkeyakinan bahwa sistem tersebut akan sederhana dalam pengoperasiannya dan akan efisien waktu dan energy dari user dalam mengerjakan pekerjaannya.

4) Minat Penggunaan

Minat penggunaan adalah tujuan user dalam menggunakan teknologi, yang akibatnya menjadi kegemaran perilaku untuk tetap menggunakannya. Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Oleh karena itu, dikatakan bahwa masyarakat akan memiliki tujuan untuk menggunakannya jika berkeyakinan bahwa teknologi tersebut dapat membantunya.

5) Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*)

Kepatuhan Syariah menjadi hal paling penting, apabila melihat pada sejarah lembaga keuangan syariah maka dapat diketahui bahwa hal itu didasarkan karena kesadaran para masyarakat yang beragama islam untuk menjalankan aktifitas keuangan sesuai dengan prinsip Syariah (Hasanah & Fahrudin, 2021).

2. *User Experience (UX)*

a. *Pengertian User Experience*

User Experience (UX) merupakan konsep yang merepresentasikan keseluruhan persepsi, perasaan, dan pengalaman yang dialami pengguna ketika berinteraksi dengan suatu produk digital, baik berupa aplikasi perangkat lunak, situs web, maupun aplikasi berbasis perangkat seluler. (Wawolumaja et al., 2021) menjelaskan bahwa *user experience* mencakup seluruh rangkaian pengalaman pengguna yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan selama penggunaan aplikasi. Sejalan dengan

pandangan tersebut, (Budiarti et al., 2022) menyatakan bahwa *user experience* merupakan pengalaman yang dibentuk oleh sistem atau aplikasi agar proses interaksi antara pengguna dan produk berlangsung secara menyenangkan, menarik, dan tidak menimbulkan hambatan.

Pendapat tersebut diperkuat oleh (Hidayatuloh & Aziati, 2020) yang mengemukakan bahwa *user experience* yang berkualitas adalah pengalaman yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal melalui produk yang tidak hanya berfungsi dengan baik, tetapi juga memberikan nilai emosional berupa kenyamanan dan kesenangan dalam penggunaannya. Dengan demikian, *user experience* tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga menyentuh dimensi psikologis dan emosional pengguna selama berinteraksi dengan produk digital.

Secara formal, *International Organization for Standardization* melalui ISO 9241-210 (2010) mendefinisikan *user experience* sebagai persepsi dan tanggapan individu yang muncul sebagai hasil dari penggunaan, maupun antisipasi penggunaan, suatu produk, sistem, atau layanan. Definisi ini menegaskan bahwa *user experience* mencerminkan bagaimana pengguna menilai setiap interaksi yang dialami, mulai dari kemudahan penggunaan, kenyamanan, daya tarik visual, hingga tingkat kesenangan yang dirasakan selama proses penggunaan berlangsung (Mehmood et al., 2015).

Dalam konteks aplikasi layanan keuangan digital seperti *Tring by Pegadaian*, *user experience* menjadi faktor yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi digital. Untuk menciptakan *user experience* yang optimal, aplikasi harus mampu menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, mudah dipahami sejak penggunaan pertama, serta mendukung penyelesaian transaksi secara cepat dan efisien. Kesesuaian antara fitur aplikasi dan kebutuhan pengguna akan menentukan nilai guna aplikasi serta memengaruhi persepsi positif nasabah terhadap layanan yang diberikan. Selain itu, aplikasi yang memiliki alur penggunaan

yang jelas, navigasi yang mudah, serta respons sistem yang baik akan memberikan pengalaman awal yang menyenangkan bagi pengguna. Pengalaman positif tersebut akan mendorong peningkatan kepuasan nasabah dan memperkuat keinginan untuk terus menggunakan aplikasi (Rohana & Khairunnisa, 2025). Oleh karena itu, kemudahan dalam menyelesaikan tujuan pengguna, seperti melakukan transaksi, mengakses informasi, atau memanfaatkan layanan keuangan, menjadi indikator penting dalam menilai kualitas *user experience*.

Dalam praktik pengukuran, kualitas *user experience* umumnya dievaluasi melalui pengujian tertentu, salah satunya adalah pengujian *usability*. *Usability* merujuk pada tingkat kemampuan suatu sistem dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas secara efektif, efisien, dan memberikan kepuasan. Aspek *usability* menjadi elemen kunci dalam pengembangan aplikasi digital, khususnya aplikasi berbasis mobile, karena sangat menentukan tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi. Dengan demikian, penerapan *user experience* yang baik pada aplikasi Tring by Pegadaian diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah serta mendukung keberhasilan layanan transaksi digital yang disediakan.

b. Manfaat *User Experience*

User Experience (UX) memberikan berbagai manfaat penting dalam pengembangan aplikasi digital, khususnya pada layanan keuangan berbasis teknologi seperti aplikasi Tring by Pegadaian. Penerapan *user experience* yang baik mampu mempermudah pengguna dalam memahami dan menggunakan aplikasi karena memperhatikan aspek *usability*, sehingga nasabah dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, *user experience* yang dirancang secara optimal dapat meningkatkan ketertarikan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Pengalaman yang menyenangkan, intuitif, dan bebas hambatan akan mendorong loyalitas nasabah, sedangkan pengalaman yang buruk

berpotensi menyebabkan pengguna beralih ke aplikasi lain. *User experience* juga berkontribusi dalam menghasilkan desain *User Interface* (UI) yang lebih baik, karena UX yang matang akan mendukung tampilan antarmuka yang fungsional, konsisten, dan menarik secara visual (Adite & Pancawati, 2026). Lebih lanjut, penerapan *user experience* yang unggul dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan antar aplikasi fintech. Pada akhirnya, *user experience* yang baik berdampak pada keberhasilan dan keberlanjutan aplikasi, karena mampu meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian.

Menurut (Hidayatuloh & Aziati, 2020), manfaat dari *user experience* sebagai berikut:

1) Memudahkan pengguna

Penerapan *user experience* akan mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi karena terdapat penilaian aspek *usability*.

2) Menarik minat pengguna

Penerapan *user experience* digunakan untuk menarik minat pengguna, karena apabila tidak menarik akan mudah ditinggalkan pengguna.

3) Menghasilkan UI yang bagus

Apabila penerapan *user experience* diperhatikan dengan benar, maka akan menghasilkan desain UI yang bagus.

4) Memenangkan persaingan

Penerapan *user experience* yang baik dan benar akan bisa memenangkan pasar meskipun terdapat kompetitor yang bergerak dibidang yang sama.

5) Berdampak pada kesuksesan

Penerapan *user experience* penting untuk dilaksanakan supaya dapat meningkatkan atau mempertahankan kesuksesan.

c. *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas *User Experience* secara objektif, diperlukan instrumen penelitian yang terstandar, salah satunya adalah *User Experience Questionnaire* (UEQ) (Schrepp et al., 2017). UEQ merupakan alat ukur yang dirancang khusus untuk menilai pengalaman pengguna terhadap suatu produk atau sistem digital. Instrumen ini dikembangkan oleh Laugwitz, Schrepp, dan Held pada tahun 2005 dan telah diterjemahkan ke dalam lebih dari 30 bahasa, termasuk Bahasa Indonesia, serta dapat digunakan secara bebas tanpa lisensi. Menurut Hartzani (2021), *User Experience Questionnaire* (UEQ) merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna terhadap suatu produk atau aplikasi.

Menurut (Sabukunze & Arakaza, 2021), terdapat beberapa aspek penilaian dalam pengujian *User Experience* sebagai berikut: Pengujian *User Experience* ada 6 aspek penilaian yaitu:

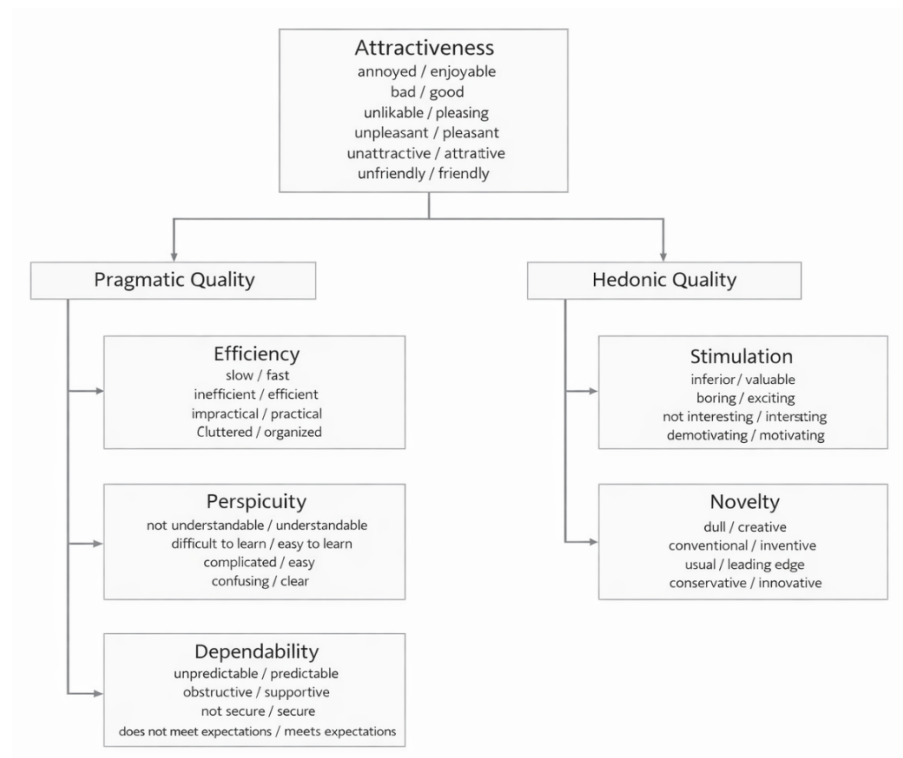
- 1) *Attractiveness* (Kesan Menggunakan Produk),
- 2) *Perspiciuity* (Kemudahan Menggunakan Produk),
- 3) *Efficiency* (Kecepatan),
- 4) *Dependability* (Kontrol Interaksi Terhadap Produk),
- 5) *Stimulation* (Daya Tarik), dan
- 6) *Novelty* (Seberapa Kreatif dan Inovatif Produk).

Sedangkan menurut (Schrepp et al., 2017), *User Experience Questionnaire* (UEQ) mempunyai 6 skala pengukuran yang dibagi menjadi 6 item pertanyaan sebagai berikut:

- 1) *Attractiveness* (Kesan pengguna pada keseluruhan produk, suka atau tidak suka).
- 2) *Perspiciuity* (Mempelajari cara penggunaan dengan mudah dan menjadi familiar).
- 3) *Efficiency* (Pengguna bisa menyelesaikan dengan cepat dan efisien tanpa adanya usaha yang besar).

- 4) *Dependability* (Tarf kontrol pengguna dalam interaksi).
- 5) *Stimulation* (Tarf motivasi dan kesenangan pengguna).
- 6) *Novelty* (Tarf inovasi dan kreativitas yang dapat menarik pengguna).

Struktur skala dibagi menjadi dua yaitu pragmatic dan hedonic. Pragmatic yaitu seberapa sederhana, jelas, dan praktis bagi pengguna untuk mencapai tujuan. Sedangkan hedonic yaitu seberapa menstimulasi dan menggugah suatu interaksi bagi pengguna.



Gambar 2. 1 Struktur Skala User Experience Questionnaire (UEQ)

Kuesioner yang terdapat pada *User Experience Questionnaire (UEQ)* terdiri dari pasangan atribut yang bertolak belakang secara makna yang mempresentasikan produk diteliti. Terdapat lingkaran yang berada diantara atribut yang mempresentasikan gradasi antar atribut yang bertolak belakang dan responden dapat memilih yang lebih dekat dengan sudut pandang terhadap produk. 12 Menurut (Schrepp et al., 2017), berikut daftar pertanyaan dalam kuesioner *User Experience Questionnaire (UEQ)*:

	1	2	3	4	5	6	7	
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan
tidak dapat digunakan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat digunakan
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konservatif
mudah dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipahami
efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak efisien
mendemotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	memotivasi
tidak tersusun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diperikakan
lambat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	cepat
menakutkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mudah
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	jelas
tidak konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak konservatif
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana
tidak terpercaya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terpercaya
menjengkelkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan
tidak mendukung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	rumit untuk dipelajari
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	aman

Sumber: Adaptasi dari Schrepp (2019)

Gambar 2. 2 Daftar Pertanyaan Dalam Kuesioner User Experience Questionnaire (UEQ)

d. *Data Analysis Tool* UEQ

UEQ Data Analysis Tool merupakan perangkat bantu analisis yang dikembangkan oleh Dr. Martin Schrepp untuk mempermudah proses pengolahan dan interpretasi data User Experience Questionnaire (UEQ). Menurut (Schrepp et al., 2023), alat analisis ini dirancang untuk membantu peneliti dalam mengelola dan menganalisis data UEQ secara sistematis dan efisien. Proses pengolahan data dilakukan dengan cara memasukkan hasil kuesioner ke dalam lembar kerja (*worksheet*) Microsoft Excel yang dapat diunduh melalui situs resmi ueq-online.org. Selanjutnya, data statistik akan diproses secara otomatis oleh sistem untuk menghasilkan interpretasi terhadap hasil pengukuran *user experience* yang diperoleh.

UEQ Data Analysis Tool menyediakan berbagai output statistik yang memudahkan peneliti dalam memahami kualitas pengalaman pengguna, seperti nilai rata-rata setiap skala UEQ, interval kepercayaan, serta perbandingan hasil dengan data benchmark yang tersedia. Dengan adanya

alat ini, peneliti dapat mengevaluasi secara komprehensif persepsi pengguna terhadap suatu aplikasi berdasarkan enam skala pengukuran UEQ.

(Schrepp et al., 2023) menyatakan bahwa jumlah responden yang memadai sangat berpengaruh terhadap stabilitas dan akurasi hasil analisis UEQ. Semakin banyak data yang dikumpulkan, maka hasil analisis akan semakin stabil dan representatif. Untuk evaluasi sebuah produk digital, jumlah responden sekitar 20 hingga 30 orang dinilai sudah cukup untuk menghasilkan data yang relatif stabil. Namun, dalam konteks penelitian ini yang mengevaluasi aplikasi layanan keuangan digital seperti Tring by Pegadaian, jumlah responden yang lebih besar diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kualitas *user experience*. Selain itu, karena aplikasi Tring by Pegadaian termasuk layanan digital yang terus berkembang, hasil pengukuran UEQ diharapkan mampu mencapai kategori penilaian yang baik pada seluruh skala sebagai indikator kualitas pengalaman pengguna yang memadai.

3. *User Interface (UI)*

a. *Pengertian User Interface (UI)*

User Interface atau antarmuka pengguna, merupakan tampilan aplikasi yang berupa visual grafis, sebuah fitur yang dimanfaatkan untuk oleh pengguna atau user untuk berhubungan atau berinteraksi dengan software tersebut. Selain itu UI juga dimanfaatkan untuk memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi yang ditampilkan di layar aplikasi. Menurut (Kholilurrohman et al., 2024) UI merupakan salah satu bagian penting dalam perancangan aplikasi dan sangat berpengaruh pada minat pengguna untuk memanfaatkannya. UI yang kurang menarik berdampak pada berkurangnya ketertarikan pengguna menggunakan aplikasi, meski banyak fitur yang ditawarkan dan berjalan dengan baik. Tujuan pembuatan desain UI yang baik adalah membuat tampilan yang interaktif untuk kebutuhan komunikasi pengguna dengan sistem perangkat lunak. Pengguna sering menilai sebuah

sistem bukan dari fungsinya melainkan dari tampilan desain UI yang dimilikinya. Fungsi utama dari antarmuka pengguna adalah sebagai penghubung antara pengguna dengan sistem operasi untuk dapat mengoperasikan komputer tersebut (Setiadji et al., 2024).

(Septanto et al., 2024) mengemukakan bahwa dalam perancangan antarmuka pengguna, beberapa permasalahan kerap muncul, di antaranya adalah ketidaksesuaian antara rancangan *User Interface* (UI) dengan fungsi sistem serta prinsip desain yang semestinya diterapkan. Hal tersebut menyebabkan rendahnya kemudahan penggunaan sistem informasi bagi sebagian besar pengguna. Desain UI/UX yang kurang baik dapat menyebabkan pengguna merasa frustrasi, menurunkan efisiensi dalam penggunaan aplikasi, dan dapat berujung pada penolakan terhadap teknologi yang sebenarnya memiliki manfaat. Melalui desain yang optimal, teknologi dapat lebih mudah diterima dan dipelajari oleh pengguna. Tidak hanya itu, pendekatan desain yang tepat sering kali menjadi pemicu munculnya inovasi baru melalui bentuk interaksi yang lebih kreatif.

(Sahri & Wuryandari, 2023) merangkum ratusan rekomendasi desain yang dikategorisasi menjadi prinsip umum dan spesifik, menekankan aplikasi pedoman tersebut sesuai konteks tugas pengguna; temuan ini relevan untuk merancang antarmuka pencatatan eksperimen yang harus menyeimbangkan fungsionalitas dan keterbacaan. Selain itu, studi literatur khusus pada desain antarmuka untuk alat pemodelan dan alat bantu profesional menegaskan bahwa elemen UI seperti palet simbol, kanvas kerja, kontrol grafis, serta struktur layout berdampak langsung terhadap produktivitas dan efisiensi penggunaan. *User Interface* mempunyai peran yang penting dalam efektivitas suatu sistem informasi. Pembuatan *User Interface* bertujuan untuk menjadikan teknologi informasi tersebut mudah digunakan oleh pengguna, adapun langkah-langkah membuat *User Interface* yaitu:

1. *User Research*

User Research merupakan tahap mengetahui kebutuhan *user* atau calon pengguna. *User Research* dilakukan dengan cara wawancara, survey, dan kuisioner.

2. *Design dan Prototyping*

Design dan Prototyping merupakan tahap membuat sketsa sederhana berupa *wireframes, mockups, and prototypes*.

3. *Evaluation*

Evaluasi dilakukan untuk menilai kualitas desain, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna sehingga bisa disebut desain aplikasi atau website baik atau tidak baik.

- b. Jenis-jenis *User Interface*

Dalam penelitian (Halim, 2019) *User Interface* dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan cara interaksi antara pengguna dan sistem, antara lain:

1. *Form-Based User Interface*

Form-based UI digunakan untuk memasukkan data melalui formulir dengan pilihan yang terbatas. Antarmuka ini banyak digunakan pada menu pengaturan atau pengisian data dalam aplikasi.

2. *Graphical User Interface (GUI)*

GUI merupakan antarmuka yang mengandalkan elemen visual seperti ikon, menu, dan grafik. Pengguna berinteraksi melalui perangkat input seperti mouse, keyboard, atau layar sentuh, sementara informasi ditampilkan secara visual pada layar.

3. *Menu-Driven User Interface*

Jenis UI ini menyajikan daftar menu yang dapat dipilih pengguna untuk menavigasi sistem. Contoh penerapannya dapat ditemukan pada mesin ATM atau aplikasi yang menggunakan menu bertingkat.

4. *Touch User Interface*

Touch UI memungkinkan pengguna berinteraksi langsung melalui sentuhan pada layar. Jenis antarmuka ini banyak digunakan pada smartphone dan tablet, termasuk pada aplikasi mobile seperti Tring by Pegadaian.

5. *Voice User Interface*

Voice UI memungkinkan interaksi antara manusia dan sistem melalui perintah suara. Contohnya adalah asisten virtual dan fitur voice-to-text.

c. *Komponen-Komponen User Interface*

Dalam perancangan *User Interface*, terdapat beberapa komponen utama yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi, yaitu:

1. *Arsitektur Informasi*

Arsitektur informasi berkaitan dengan struktur dan pengorganisasian informasi yang ditampilkan kepada pengguna. Pengelompokan informasi yang baik akan membantu pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan dengan mudah. Metode pengorganisasian informasi dapat dilakukan secara hierarki, sekuensial, maupun matriks.

2. *Desain Interaksi*

Desain interaksi berfokus pada cara pengguna berinteraksi dengan sistem, seperti klik, geser, atau sentuhan. Interaksi yang dirancang dengan baik akan meningkatkan kenyamanan dan mengurangi kesalahan penggunaan.

3. *Fungsionalitas*

Fungsionalitas mengacu pada kemudahan penggunaan serta ketepatan fitur yang disediakan oleh aplikasi. Antarmuka harus mendukung kebutuhan pengguna dan mempermudah penyelesaian tugas.

4. *Prototype*

Prototype atau *wireframe* merupakan rancangan awal antarmuka yang digunakan untuk menggambarkan tata letak dan alur sistem sebelum dikembangkan lebih lanjut.

5. Desain Visual

Desain visual mencakup penggunaan warna, tipografi, ikon, dan elemen grafis lainnya yang bertujuan untuk menciptakan tampilan antarmuka yang menarik dan mudah dipahami.

d. *User Interface, Usability, dan Kepuasan Pengguna*

Usability merupakan aspek fundamental dalam *User Interface* yang berkaitan dengan sejauh mana suatu sistem dapat digunakan oleh pengguna secara efektif, efisien, dan memberikan kepuasan. Menurut standar ISO 9241-11, *usability* mencakup tiga dimensi utama, yaitu efektivitas dalam mencapai tujuan, efisiensi dalam penggunaan sumber daya, serta tingkat kepuasan pengguna dalam konteks penggunaan tertentu. Antarmuka dengan tingkat *usability* yang tinggi akan memudahkan pengguna dalam mempelajari sistem, mengingat kembali cara penggunaannya, serta meminimalkan kesalahan selama proses interaksi (Hawa, 2022).

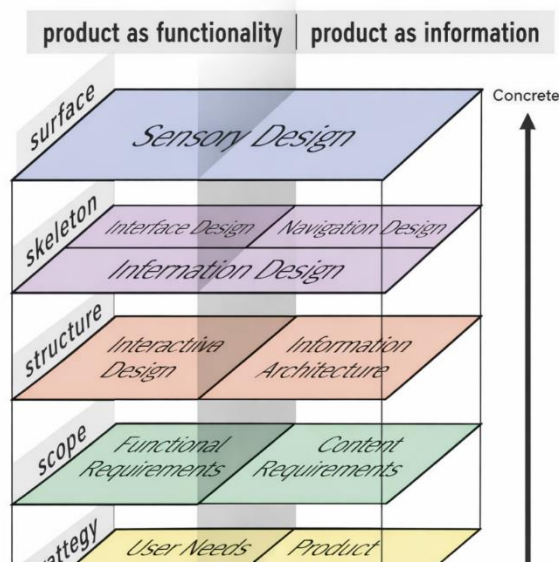
Dalam konteks aplikasi layanan keuangan digital seperti *Tring by Pegadaian*, *usability* menjadi faktor yang sangat krusial karena berkaitan langsung dengan kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan nasabah dalam melakukan transaksi. Antarmuka yang dirancang dengan baik akan membantu nasabah menyelesaikan transaksi secara cepat dan tepat, sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Sebaliknya, antarmuka yang sulit dipahami dan tidak efisien berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan, kesalahan penggunaan, serta menurunkan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital.

User Interface juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu aplikasi. Antarmuka yang

jelas, konsisten, dan mudah digunakan akan memberikan pengalaman interaksi yang menyenangkan, sehingga meningkatkan kepuasan serta niat pengguna untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut. Sebaliknya, *User Interface* yang rumit, tidak intuitif, dan membingungkan dapat menurunkan kepuasan pengguna dan berpotensi menghambat adopsi layanan digital.

Kaitan antara *User Interface* dan kepuasan pengguna dapat dijelaskan melalui model *The Elements of User Experience* yang dikemukakan oleh Garrett dalam penelitian (Sahri & Wuryandari, 2023) menjelaskan bahwa dalam model tersebut, lapisan ketiga dan keempat yang mencakup *interaction design, information architecture, information design, interface design, dan navigation* memiliki relevansi langsung dengan perancangan *User Interface*. Lapisan ketiga berperan dalam menentukan struktur interaksi dan organisasi informasi, seperti penempatan tombol, tautan, serta label navigasi. Sementara itu, lapisan keempat berfokus pada tampilan visual dan navigasi, yang menjadi inti dari *User Interface* karena mengatur bagaimana elemen antarmuka disusun agar intuitif, menarik, dan mudah diakses oleh pengguna.

Meskipun model Garrett memberikan kerangka konseptual yang komprehensif untuk memahami hubungan antara strategi, struktur, dan tampilan dalam pengalaman pengguna, (Hidayatuloh & Aziati, 2020) menegaskan bahwa model ini tidak secara spesifik menyediakan panduan teknis dalam menciptakan antarmuka yang memiliki tingkat usability tinggi. Oleh karena itu, penerapan model Garrett dalam perancangan *User Interface* tetap perlu dikombinasikan dengan standar *usability* yang lebih operasional, seperti ISO 9241-210 maupun prinsip heuristik Nielsen, agar antarmuka yang dihasilkan benar-benar mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.



Gambar 2. 3 Model *User Experience* Garrett

Secara keseluruhan, proses perancangan *User Interface* merupakan upaya untuk menciptakan media komunikasi yang efektif antara manusia dan sistem, termasuk pada aplikasi mobile. *User Interface* menjadi penghubung langsung antara pengguna dan sistem, sehingga desainnya harus dirancang secara cermat. Desain UI yang tidak memperhatikan aspek *usability* berpotensi menyebabkan kegagalan aplikasi karena pengguna dapat menganggap antarmuka tidak menarik, sulit dipahami, atau membosankan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *User Interface* diposisikan sebagai variabel penting yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Tring by Pegadaian* (Nikmah & Rohana, 2025).

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan kondisi emosional yang muncul sebagai hasil dari evaluasi nasabah terhadap kinerja produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Secara umum, kepuasan tercapai apabila kinerja produk atau layanan sesuai atau sejalan dengan

ekspektasi nasabah. Sebaliknya, apabila kinerja yang dirasakan berada di bawah harapan, maka akan timbul perasaan tidak puas (Arifin et al., 2022).

(Sinaga et al., 2024) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah merupakan respon atau tanggapan atas terpenuhinya kebutuhan, yang mencerminkan penilaian nasabah terhadap suatu produk atau jasa dalam memberikan tingkat kenyamanan tertentu. Pemenuhan kebutuhan tersebut dapat terjadi sesuai dengan harapan, di bawah harapan, maupun melampaui harapan nasabah. Pendapat ini menegaskan bahwa kepuasan bersifat subjektif dan sangat bergantung pada persepsi serta pengalaman masing-masing individu.

(Afif, 2021) juga menyatakan bahwa kepuasan nasabah akan tercapai apabila kualitas produk atau layanan mampu memenuhi bahkan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan nasabah. Apabila kualitas yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka kepuasan tidak akan terbentuk. Nasabah yang merasa tidak puas cenderung mencari alternatif layanan lain yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya secara lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara nasabah dan penyedia layanan.

(Astuti et al., 2023) juga mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah nasabah membandingkan kinerja aktual produk atau layanan dengan kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja layanan sesuai dengan harapan, nasabah akan merasa puas, sedangkan apabila kinerja melebihi harapan, nasabah akan merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil dari proses perbandingan antara harapan dan pengalaman nyata yang dirasakan setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam konteks penelitian ini, kepuasan nasabah merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah setelah menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian dalam melakukan transaksi digital. Apabila aplikasi mampu

memberikan pengalaman penggunaan yang baik, kemudahan transaksi, serta kenyamanan sesuai atau melebihi harapan nasabah, maka kepuasan nasabah akan tercapai. Sebaliknya, apabila aplikasi tidak mampu memenuhi harapan tersebut, nasabah berpotensi merasa tidak puas dan mencari alternatif layanan keuangan digital lainnya.

b. Manfaat Kepuasan Nasabah

Beberapa manfaat apabila suatu perusahaan dapat meningkatkan tingkat dari kepuasan pelanggan menurut (Rahmawati et al., 2024), diantaranya:

- 1) Dapat menjalin relasi hubungan jangka panjang diantara pihak pelanggan dengan perusahaan.
- 2) Dapat membentuk kesempatan dalam meningkatkan bisnis akibat dari adanya pembelian ulang, cross-selling dan upselling.
- 3) Dapat menciptakan loyalitas dari pelanggan.
- 4) Berpotensi menarik pelanggan baru serta dapat menguntungkan bagi perusahaan dari adanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif.
- 5) Dapat memberikan citra yang semakin positif dari suatu perusahaan di mata pelanggannya.
- 6) Dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Sedangkan, pendapat Lovelock dan Lauren manfaat kepuasan nasabah terdapat 6 diantaranya:

- 1) Mengisolasi pelanggan dari persaingan
- 2) Dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan
- 3) Meminimalisir biaya keanggotaan
- 4) Mendorong pelanggan kembali serta terciptanya loyalitas
- 5) Meningkatkan atau mempromosikan cerita positif dari mulut ke mulut
- 6) Menurunkan biaya dalam menarik pelanggan baru

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut (Apriyana & Hasbi, 2020) dalam penelitiannya mengemukakan suatu pelanggan akan muncul rasa puas jika terpenuhinya harapannya serta akan merasa sangat puas apabila melampaui harapannya. Ada 5 faktor yang dapat mempengaruhi dari kepuasan:

1) Kualitas Produk

Suatu produk yang digunakan oleh pelanggan memiliki nilai yang berkualitas, maka dalam melakukan evaluasi pelanggan tersebut akan menunjukkan rasa puas. Penilaian terhadap suatu produk yang berkualitas, yakni apabila suatu produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

2) Sistem Pelayanan yang Baik

Pelanggan merasakan tingkat kepuasan apabila memperoleh pelayanan dengan baik serta sesuai atau melebihi harapannya. Kualitas pelayanan tergantung pada tiga hal, yakni teknologi, manusia, dan sistem. Namun, faktor manusia memberikan kontribusi lebih besar yaitu 70%. Jadi, tidak mengeherankan apabila kepuasan terhadap kualitas pelayanan sering kali sulit untuk ditirukan.

3) Emosional

Nasabah yang merasakan senang serta memperoleh keyakinan lebih terhadap seseorang mengaguminya jika menggunakan produk ataupun merk yang cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih besar. Kepuasan didapat bukan dari kualitas produk namun sosial atau self esteem yang menjadikan mereka merasa puas pada suatu merk. Pelanggan atau nasabah akan memiliki rasa puas pada suatu produk meskipun produk tersebut memiliki harga cenderung mahal, tetapi hal tersebut dapat menciptakan rasa puas lebih dikarenakan adanya nilai emosional yang lebih diberikan pada suatu merk dari produk tersebut.

4) Harga

Produk dengan memiliki kualitas yang sama namun dalam menetapkan harga jauh relatif lebih murah dapat menciptakan nilai kepada pelanggan yang lebih.

5) Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk

Pelanggan dalam memperoleh produk atau jasa tidak mengeluarkan biaya tambahan lagi ataupun membuang waktunya cenderung akan merasakan puas terhadap produk ataupun jasa yang diberikan tersebut.

d. Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator dari kepuasan nasabah menurut (Himawan, 2022) dikutip dalam Tjiptono diantaranya:

1) Kesesuaian Harapan

Kesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian atas kinerja yang diharapkan nasabah dengan yang dirasakan nasabah, meliputi:

- a) Produk yang didapat sesuai atau melampaui dengan apa yang diharapkan.
- b) Pelayanan yang diberikan sesuai ataupun melebihi dengan harapan.
- c) Fasilitas penunjang yang dirasakan sesuai ataupun melebihi harapan.

2) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau menggunakan jasanya kembali, terkait:

- a) Berminat dalam berkunjung kembali atas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.
- b) Berminat dalam berkunjung kembali karena memberikan value serta manfaat setelah menggunakan produk ataupun jasa tersebut.
- c) Berminat dalam berkunjung kembali atas fasilitas penunjang yang diberikan sangat memadai.

3) Kesiediaan Merekomendasikan

Kesiediaan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa untuk merekomendasikan kepada teman maupun kerabat, meliputi:

- a) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
- b) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena memberikan nilai ataupun manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

e. Elemen Kepuasan Nasabah

Menurut (Arifin et al., 2022), kepuasan nasabah dapat dibagi ke dalam lima elemen diantaranya yaitu:

1) Harapan (*Expectations*)

Penafsiran terhadap kepuasan nasabah diciptakan pada fase prapembelian dengan melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah. Sebelum nasabah melakukan pembelian, nasabah meningkatkan harapan serta keyakinannya terhadap harpannya mengenai suatu produk apabila mereka menggunakan suatu produk tersebut.

2) Perbuatan (*Performance*)

Selama menggunakan dari suatu produk tersebut, nasabah menyadari atas kegunaan dari produk aktual dan menerima kinerja dari produk tersebut merupakan dimensi yang terpenting untuk nasabah. Ketika kinerja aktual barang atau jasa tersebut berhasil maka nasabah akan merasa puas.

3) Perbandingan (*Comparison*)

Setelah menggunakan, terdapat fase dimana adanya harapan prapembelian dengan persepsi dari kinerja aktual sehingga nasabah akan

memadankan antara keduanya. Nasabah akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

4) Penegasan (*Confirmation or Disconfirmation*)

Harapan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Setelah membandingkannya tersebut dapat memperoleh *confirmation of expectation*, merupakan dimana harapan dengan kinerja berada pada level yang sama atau bahkan dapat menghasilkan *disconfirmation of expectation*, merupakan dimana harapan lebih tinggi dibandingkan kinerja aktual produk.

5) Ketidaksesuaian (*Discrepancy*)

Apabila level dari kinerja tersebut tidak sama atau perbedaan yang dapat mengidentifikasi bagaimana perbandingan level pada kinerja dengan harapan. Apabila *negative disconfirmations*, dimana kinerja aktual berada pada level bawah harapan, kesenjangan ini apabila meluas dapat terjadinya adanya level ketidakpuasan lebih tinggi. Sebaliknya, *positive disconfirmations* ialah ketika kinerja aktual berada diatas level harapan. Ketika nasabah puas, dengan demikian nasabah akan menggunakan barang ataupun jasa yang sama, namun apabila nasabah merasa tidak puas maka nasabah akan menuntut perbaikan ataupun komplain kepada lembaga dan tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan berpindah kepada lembaga lain.

f. Konsep Kepuasan Nasabah dalam Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam Islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen muslim untuk bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

Berdasarkan hal tersebut dipastikan bahwa umat Islam merupakan umat yang paling menjunjung tinggi profesionalisme kerja. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa produk maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan hal yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain (Worek & Sepang, 2021). Dalam pandangan Islam, kepuasan nasabah tergantung dari penerapan nilai-nilai agama pada aktivitasnya, tercermin pada porsi dana yang dibelanjakan. Pengkajian yang dianjurkan dalam pandangan Islam dimana untuk memenuhi suatu kebutuhan serta dilakukannya secara logis. Kepuasan nasabah pada bidang pemasaran dalam Islam tidak hanya berada apabila kinerja produk sesuai dengan harapan dari nasabahnya secara material, namun juga secara spiritual. Tidak semua barang atau jasa memberikan kepuasan (*utility*) mengandung masalah di dalamnya, sehingga tidak semua barang atau jasa dapat dan layak di gunakan atau dikonsumsi oleh umat Islam (Aseandi, 2020). Seperti pada dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi:

﴿١٦٨﴾ مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوهُ تَتَّبِعُوا وَلَا طَيِّبًا حَلَالًا الْأَرْضِ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَا أَيُّهَا

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah: 168)

Pada ayat tersebut, kata “Makan” bukan hanya bermakna makan melalui mulut melainkan juga berarti mengonsumsi yang halal maksudnya tidak menggunakan bahan-bahan atau sesuatu apapun yang diharamkan oleh Islam. Melainkan juga harus memenuhi beberapa aspek seperti baik, cocok, bersih dan tidak menjijikkan. Oleh karena itu, tidak semuanya boleh dikonsumsi atau digunakan dalam semua keadaan. Dalam Islam dianjurkan dalam memilih komoditi memiliki manfaat dari semua komoditi yang diperbolehkan. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal Berikut

- a) Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal.
- b) Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih lebihan.

c) Tidak mengandung riba.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini diuraikan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang relevan dan dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini. Kajian penelitian terdahulu memuat ringkasan temuan dari berbagai karya ilmiah yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, baik dalam bentuk skripsi, jurnal ilmiah, maupun karya tulis akademik lainnya yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dipilih dan disajikan sebagai dasar perbandingan serta pendukung dalam penyusunan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sahri, Nur Endah Retno Wuryandari (2023)	Pengaruh User Interfacedan User Experiencepada Customer Satisfactiondan implikasinya pada Intention To Continue To Use Tokopedia	Variabel X: X1: User Interface X2: User Experience Variabel Y: Y: Customer Satisfaction dan Implikasinya	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa User Interface (UI) dan User Experience (UE) tidak berpengaruh secara langsung terhadap Intention to Continue to Use aplikasi Tokopedia. Namun, User Interface (UI) dan User Experience (UE) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer

					Satisfaction. Selanjutnya, Customer Satisfaction memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intention to Continue to Use.
2	Nindia Kartika Irawati, Taufiq Wijaya (2025)	Pengaruh Usert Interface dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Produk Bsi Mobile Banking	Variabel X X1: User Interface X2: User Experience Variabel Y: Y: Loyalitas Nasabah	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa User Interface (UI) dan User Experience (UX) tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah BSI Mobile Banking. Namun, UI dan UX memiliki pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui variabel mediasi dalam Technology Acceptance Model (TAM), khususnya Perceived Usefulness (PU) dan Attitude Toward Using (ATU).

3	Adithia Anggrahi Marjani Asniati, Finnah Fourqonia h (2023)	Pengaruh User Interface (Ui) Dan User Experience (Ux) Terhadap Minat Beli Ulang Akun Netflix	Variabel X: X1: User Interface X2: User Experience Variabel Y: Y: Minat Beli Ulang	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa User Interface (UI) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang akun Netflix. Sementara itu, User Experience (UX) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang atau minat berlangganan kembali akun Netflix. Secara simultan, User Interface dan User Experience memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang akun Netflix.
4	Angga Bagus Prasetyo, M. Ilyas Dwi Anggara, Rinda	Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi	Variabel X: X1: User Experience Variabel Y: Y: Kepuasan	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa User Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi

	Shafira (2025)	Mybca Menggunakan Ux Honeycomb	Pengguna		myBCA. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, User Experience memiliki koefisien regresi sebesar 0,463 dengan nilai signifikansi $p < 0,01$, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengalaman pengguna secara langsung meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi.
5	Tabita Panjaitan (2024)	Pengaruh Service Quality Dan User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perumahan Givency One)	Variabel X: X1: Service Quality X2: User Experience Variabel Y: Y: Kepuasan Pelanggan	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Service Quality dan User Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Perumahan Givency One. Secara parsial, Service Quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan,

					demikian pula User Experience yang juga berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa Service Quality dan User Experience secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
--	--	--	--	--	--

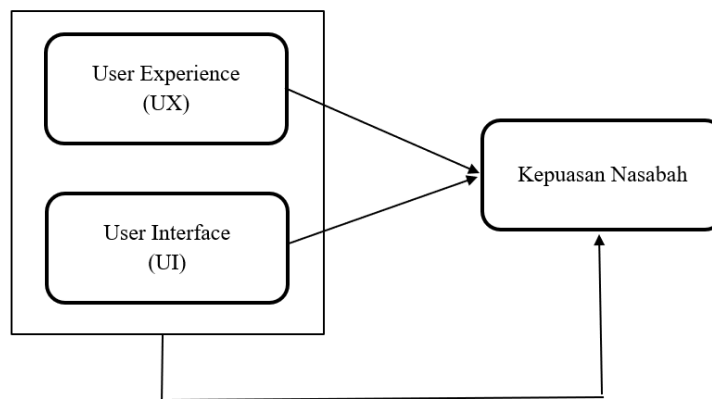
Judul penelitian **“Pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap Kepuasan Nasabah pada Aplikasi Tring by Pegadaian dalam Transaksi Digital (Studi Kasus pada Nasabah di PT Pegadaian CPS Setia Budi)”** memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yang mengkaji topik serupa. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus kajian yang sama-sama meneliti pengaruh faktor pengalaman dan antarmuka pengguna terhadap respon pengguna, khususnya yang berkaitan dengan kepuasan, loyalitas, maupun minat penggunaan ulang pada layanan digital. Selain itu, pendekatan penelitian yang digunakan juga cenderung bersifat kuantitatif dengan pengujian hubungan antar variabel.

Perbedaan penelitian ini terletak pada konteks dan objek penelitian yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada aplikasi Tring by Pegadaian sebagai layanan keuangan digital non-bank, dengan variabel dependen berupa kepuasan nasabah dalam transaksi digital. Sementara itu, penelitian terdahulu umumnya meneliti platform *marketplace*, *mobile banking*, layanan hiburan digital, atau sektor properti dengan variabel dependen seperti minat beli ulang, loyalitas, atau *intention to continue to use*. Selain itu, beberapa penelitian terdahulu menggunakan variabel

mediasi seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) atau resonansi merek, sedangkan penelitian ini tidak menekankan pada variabel mediasi, melainkan mengkaji secara langsung pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dari uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran

User Experience dan *User Interface* memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada layanan transaksi digital. Dalam era digital yang semakin kompetitif, PT Pegadaian perlu terus mengembangkan kualitas pengalaman dan tampilan aplikasi Tring by Pegadaian agar sesuai dengan kebutuhan serta harapan nasabah yang terus berkembang. Aplikasi dengan pengalaman penggunaan yang baik dan antarmuka yang menarik, mudah dipahami, serta efisien akan mampu meningkatkan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi digital.

User Experience yang optimal tidak hanya mempermudah nasabah dalam menggunakan fitur-fitur aplikasi, tetapi juga menciptakan rasa aman dan kepercayaan dalam bertransaksi. Sementara itu, *User Interface* yang dirancang secara menarik dan fungsional dapat meningkatkan ketertarikan nasabah untuk terus menggunakan aplikasi. Kombinasi antara UX dan UI yang baik akan memberikan pengalaman

penggunaan yang berkesan, sehingga mendorong kepuasan nasabah, meningkatkan loyalitas, serta mendorong penggunaan ulang aplikasi *Tring by Pegadaian* dalam jangka panjang.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang disusun berdasarkan landasan teori dan hasil pengamatan awal, yang selanjutnya akan diuji secara empiris melalui proses penelitian untuk mengetahui tingkat kebenarannya. Hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara atas permasalahan penelitian dan umumnya dirumuskan dalam bentuk hubungan antar variabel yang diteliti.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H₁: *User Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi *Tring by Pegadaian* dalam transaksi digital.

H₂: *User Interface* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi *Tring by Pegadaian* dalam transaksi digital.

H₃: *User Experience* dan *User Interface* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi *Tring by Pegadaian* dalam transaksi digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini didukung oleh kajian penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada layanan digital. Kajian tersebut memuat ringkasan hasil penelitian sebelumnya, baik berupa skripsi, jurnal ilmiah, maupun publikasi akademik lain yang membahas pengalaman pengguna, antarmuka aplikasi, serta kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan keuangan digital. Penelitian terdahulu ini digunakan sebagai dasar perbandingan sekaligus landasan teoritis dalam penyusunan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Tring by Pegadaian. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah PT Pegadaian CPS Setia Budi, kemudian dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan hasil yang objektif dan terukur terkait hubungan antar variabel yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Pegadaian CPS Setia Budi, Kota Medan, dengan objek penelitian berupa nasabah yang menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian dalam melakukan transaksi digital. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada tingginya jumlah nasabah yang memanfaatkan layanan digital Pegadaian, sehingga menjadi relevan untuk mengkaji tingkat kualitas *User Experience* dan *User Interface* serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, lokasi ini dipilih karena PT Pegadaian CPS Setia Budi merupakan

salah satu cabang yang aktif mendorong penggunaan aplikasi digital sebagai bagian dari strategi transformasi digital Pegadaian di Kanwil 1 Medan.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian di jadwalkan selama 4 bulan, dimulai dari bulan Desember 2025 s/d Maret 2026 yang mencakup tahap pengumpulan data melalui survei, pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Dengan rincian waktu penelitian yang dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Desember 2025				Januari 2026				Februari 2026				April 2026			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																
2	Penyusunan Proposal																
3	Bimbingan Proposal																
4	Seminar Proposal																
5	Pengumpulan Data																
6	Bimbingan Skripsi/Jurnal																
7	Sidang Meja Hijau																

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2021), populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah generalisasi yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulan. Populasi mencakup seluruh elemen yang relevan

dengan fokus penelitian, baik berupa individu maupun kelompok yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah PT Pegadaian CPS Setia Budi yang menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian dengan jumlah populasi sebanyak 2.015 nasabah (CPS Setia Budi, 2025).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, yang dipilih untuk mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2022). Penggunaan sampel dilakukan apabila jumlah populasi relatif besar, sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Mustafa, 2011:90) dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + 2.015 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.015}{1 + 2.015 \times 0,01}$$

$$n = \frac{2.015}{21,15} = 95,27$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = *Margin of Error* 10%

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diperoleh adalah 95,27, sehingga dibulatkan menjadi 95 orang responden yang merupakan nasabah pengguna aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan atribut, karakteristik, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, maupun aktivitas tertentu yang menunjukkan variasi dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi yang relevan dan selanjutnya ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang berfungsi sebagai faktor yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen. Variabel ini tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel ini mencerminkan hasil atau dampak dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas (Ghozali, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y). Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel penelitian secara operasional agar dapat diukur dan dianalisis secara empiris.

Adapun definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Variabel Independen *User Experience* (X1)

User Experience dalam penelitian ini diartikan sebagai keseluruhan pengalaman, persepsi, dan perasaan nasabah saat menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian dalam melakukan transaksi digital. Pengalaman tersebut mencakup kemudahan penggunaan, kenyamanan, kejelasan alur transaksi, serta kepuasan emosional yang dirasakan selama dan setelah menggunakan aplikasi.

2) Variabel Independen *User Interface* (X2)

User Interface didefinisikan sebagai tampilan antarmuka aplikasi Tring by Pegadaian yang menjadi media interaksi antara nasabah dan sistem. *User Interface* meliputi aspek visual dan navigasi seperti tata letak menu, warna, ikon, tipografi, serta kemudahan dalam mengakses fitur-fitur aplikasi yang mendukung kelancaran transaksi digital.

3) Variabel Dependen Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah merujuk pada tingkat perasaan senang atau puas yang dirasakan nasabah setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan aplikasi Tring by Pegadaian yang diterima. Kepuasan ini mencerminkan sejauh mana aplikasi mampu memenuhi kebutuhan, memberikan kenyamanan, serta menumbuhkan kepercayaan nasabah dalam melakukan transaksi digital.

Tabel 3. 2 Indikator Variabel

Variabel	Indikator
<i>User Experience</i> (X1)	1. Kemudahan penggunaan (<i>Ease of Use</i>)
	2. Kenyamanan penggunaan
	3. Efisiensi dalam menyelesaikan tugas
	4. Pengalaman emosional (kesenangan & kepuasan)
	5. Kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna
<i>User Interface</i> (X2)	1. Kejelasan tampilan antarmuka
	2. Konsistensi desain
	3. Kemudahan navigasi
	4. Keterbacaan informasi (ikon, teks, warna)
	5. Daya tarik visual
Kepuasan Nasabah (Y)	1. Kepuasan secara keseluruhan
	2. Kesesuaian layanan dengan harapan
	3. Kepuasan terhadap proses transaksi digital
	4. Kepercayaan terhadap aplikasi

	5. Niat menggunakan kembali aplikasi
--	--------------------------------------

Sumber: (Schrepp et al., 2017)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian (Berlianti et al., 2024). Dalam penelitian mengenai pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Menurut (Ghozali, 2021), observasi dapat dilakukan secara partisipatif, yaitu peneliti terlibat secara langsung dalam situasi yang diamati. Melalui teknik ini, peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai cara nasabah berinteraksi dengan aplikasi Tring by Pegadaian, termasuk perilaku penggunaan fitur, alur transaksi, serta kendala yang mungkin dihadapi selama penggunaan aplikasi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Menurut (Ansori, 2020), dokumen dapat berupa catatan tertulis, laporan, arsip, maupun data pendukung lainnya yang relevan. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder, seperti profil PT Pegadaian CPS Setia Budi, data jumlah nasabah, serta informasi terkait aplikasi Tring by Pegadaian, yang berfungsi untuk memperkuat hasil observasi dan kuesioner.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data berupa daftar pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis dan diberikan kepada responden untuk

memperoleh data primer. Menurut (Ardiansyah et al., 2023), kuesioner efektif digunakan apabila peneliti telah menetapkan variabel yang akan diukur secara jelas. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi nasabah terhadap *User Experience*, *User Interface*, dan tingkat kepuasan dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan skala pengukuran tertentu sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban dan peneliti dalam melakukan analisis data.

Tabel 3. 3 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Ananda et al., 2019)

F. Instrumen Penelitian

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang secara terstruktur dan diberikan kepada responden untuk memperoleh data primer. Menurut Ghozali (2021), penggunaan kuesioner menjadi efektif apabila variabel penelitian telah ditentukan secara jelas sejak awal. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk menggali persepsi nasabah mengenai *User Experience*, *User Interface*, serta tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian. Instrumen kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan skala pengukuran tertentu, sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban sekaligus membantu peneliti dalam melakukan pengolahan dan analisis data secara kuantitatif.

G. Uji Persyarat

Uji persyaratan analisis data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memenuhi asumsi-asumsi dasar sebelum dilakukan analisis regresi. Dalam penelitian ini, uji persyaratan yang digunakan meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi normal. Menurut (Sugiyono, 2022), data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa data persepsi nasabah terhadap *User Experience*, *User Interface*, dan kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian memenuhi asumsi normalitas. Metode yang umum digunakan dalam pengujian normalitas antara lain uji Kolmogorov-Smirnov.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan varians residual yang konstan atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut (Creswell & Creswell, 2018), keberadaan heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan mengamati pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai residual yang telah distandarisasi (SRESID) dan nilai prediksi (ZPRED). Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan atau korelasi antara kesalahan pengganggu pada satu periode dengan periode sebelumnya dalam model regresi linear. Menurut Usman (2020), model regresi yang baik adalah model yang bebas dari masalah autokorelasi. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan untuk memastikan bahwa residual dalam model regresi yang digunakan tidak saling berkorelasi, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara valid.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan linier yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Menurut Ghazali (2021), multikolinearitas dapat diidentifikasi melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas yang signifikan. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa variabel *User Experience* dan *User Interface* tidak saling berkorelasi secara berlebihan sehingga tidak mengganggu hasil analisis regresi terhadap kepuasan nasabah.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25. Adapun tahapan analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi.

1. Uji Validitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut

(Usman & Akbar, 2020), instrumen penelitian dikatakan valid apabila item pertanyaan mampu mencerminkan variabel yang diteliti. Instrumen yang tidak valid tidak dapat memberikan hasil pengukuran yang akurat sehingga tidak layak digunakan dalam penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah subjek

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor

$\sum y$ = Jumlah skor Y

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05, maka item pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian. Menurut (Usman & Akbar, 2020), suatu instrumen dikatakan reliabel apabila mampu memberikan hasil yang relatif sama apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha, karena instrumen menggunakan alternatif jawaban lebih dari dua pilihan.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,80$ menunjukkan reliabilitas sangat baik.
- 2) Nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 – 0,79 menunjukkan instrumen reliabel.
- 3) Nilai Cronbach's Alpha $\leq 0,60$ menunjukkan instrumen tidak reliabel.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu *User Experience (X1)* dan *User Interface (X2)*, secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y). Menurut (Ghozali, 2021), uji F dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel ANOVA.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021), analisis ini bertujuan untuk melihat hubungan dan pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian.

Model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

$X_1 = User Experience$

$X_2 = User Interface$

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = *Error*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut (Usman, 2020), uji t bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah. Rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah data pengamatan

Berikut kriteria pengujiannya:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan.

b. Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Usman, 2020). Nilai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Koefisien Determinan

R = Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Gambaran Umum CPS Setia Budi

PT Pegadaian CPS Setia Budi merupakan salah satu unit pelayanan dari PT Pegadaian (Persero) yang berlokasi di Jl. Setia Budi No. 84, Kota Medan, Sumatera Utara. Unit pelayanan ini termasuk dalam wilayah operasional Kantor Wilayah (Kanwil) Medan dan memiliki peran penting dalam memberikan layanan jasa keuangan kepada masyarakat, khususnya layanan berbasis gadai dan pembiayaan syariah. Keberadaan PT Pegadaian CPS Setia Budi menjadi salah satu sarana bagi masyarakat dalam memperoleh akses pembiayaan yang mudah, cepat, dan aman guna memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari.

PT Pegadaian (Persero) sendiri merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan fokus utama pada layanan pembiayaan berbasis gadai. Seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat, Pegadaian terus melakukan inovasi dalam penyediaan layanan keuangan yang tidak hanya bersifat konvensional, tetapi juga berbasis syariah dan digital. Hal ini dilakukan sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam mendukung inklusi keuangan nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan layanan keuangan yang mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

Sebagai bagian dari lembaga keuangan milik negara, PT Pegadaian memiliki fungsi strategis dalam mendukung inklusi keuangan masyarakat. Layanan yang disediakan tidak hanya terbatas pada gadai konvensional, tetapi juga mencakup berbagai produk pembiayaan dan investasi berbasis syariah, seperti gadai emas (rahn), cicil emas, tabungan emas, pembiayaan usaha mikro, hingga pembiayaan kendaraan bermotor. Selain itu, Pegadaian juga menyediakan layanan pembiayaan porsi haji dan pembiayaan wisata religi yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dengan beragamnya produk tersebut, Pegadaian

berperan sebagai mitra keuangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan maupun investasi secara aman dan terpercaya.

PT Pegadaian CPS Setia Budi merupakan salah satu cabang yang memiliki aktivitas pelayanan nasabah yang cukup tinggi. Cabang ini melayani masyarakat dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi, mulai dari pelaku usaha mikro, pedagang kecil, karyawan swasta, hingga masyarakat umum yang membutuhkan layanan pembiayaan. Tingginya jumlah nasabah aktif di unit ini menunjukkan bahwa layanan Pegadaian memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi di kalangan masyarakat. Selain itu, CPS Setia Budi juga menjadi salah satu cabang yang aktif dalam mendukung pengembangan layanan digital Pegadaian di wilayah Kota Medan.

Dalam menjalankan operasionalnya, PT Pegadaian CPS Setia Budi memiliki beberapa bagian pelayanan yang saling terintegrasi, seperti bagian pelayanan nasabah (front office), bagian administrasi, serta bagian operasional. Bagian pelayanan nasabah bertanggung jawab dalam melayani kebutuhan transaksi nasabah secara langsung, seperti proses gadai, pembayaran cicilan, serta penebusan barang gadai. Sementara itu, bagian administrasi bertugas dalam mengelola dokumen transaksi, melakukan pencatatan data nasabah, serta menyusun laporan operasional harian dan bulanan. Bagian operasional memiliki peran penting dalam memastikan kelancaran seluruh aktivitas pelayanan agar berjalan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Selain menyediakan layanan secara langsung di kantor, PT Pegadaian CPS Setia Budi juga mengembangkan layanan berbasis digital sebagai bagian dari strategi transformasi digital perusahaan. Transformasi digital ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pelayanan serta memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Salah satu bentuk inovasi layanan digital yang digunakan adalah aplikasi Tring by Pegadaian, yaitu aplikasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi secara mandiri melalui perangkat digital.

Melalui aplikasi Tring by Pegadaian, nasabah dapat melakukan berbagai jenis transaksi, seperti pengajuan gadai secara online, pembayaran atau penebusan barang gadai, perpanjangan masa gadai, cicilan gadai, hingga transaksi tabungan emas. Selain itu, aplikasi ini juga menyediakan fitur informasi yang memudahkan nasabah dalam memantau status transaksi, melihat riwayat pembayaran, serta memperoleh informasi mengenai produk dan layanan Pegadaian. Dengan adanya fitur-fitur tersebut, aplikasi Tring menjadi salah satu sarana penting dalam meningkatkan kualitas layanan digital Pegadaian.

Implementasi layanan digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi juga didukung dengan kegiatan edukasi kepada nasabah mengenai penggunaan aplikasi digital. Edukasi ini dilakukan melalui pendampingan langsung kepada nasabah, mulai dari proses registrasi akun, pengenalan fitur utama aplikasi, hingga simulasi transaksi digital. Pegawai Pegadaian berperan aktif dalam memberikan penjelasan kepada nasabah agar dapat memahami cara penggunaan aplikasi secara tepat. Upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat serta mendorong nasabah agar dapat melakukan transaksi secara mandiri.

Penerapan layanan digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi memberikan berbagai manfaat, baik bagi perusahaan maupun nasabah. Bagi perusahaan, layanan digital membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional serta mengurangi beban kerja manual di kantor cabang. Sementara itu, bagi nasabah, layanan digital memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke kantor. Selain itu, penggunaan layanan digital juga berkontribusi dalam mengurangi antrean manual di kantor cabang, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

Nasabah pada PT Pegadaian CPS Setia Budi memiliki karakteristik yang beragam, baik dari segi usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, maupun tingkat pemahaman teknologi digital. Sebagian nasabah telah terbiasa menggunakan layanan digital karena memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi

berbasis aplikasi. Namun demikian, masih terdapat nasabah yang memerlukan pendampingan dalam mengoperasikan aplikasi digital, terutama bagi nasabah yang baru mengenal teknologi atau memiliki keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital. Keberagaman karakteristik tersebut menuntut perusahaan untuk menyediakan layanan digital yang mudah digunakan, memiliki tampilan yang jelas, serta dilengkapi dengan fitur yang sederhana namun efektif.

Selain layanan digital, PT Pegadaian CPS Setia Budi juga memiliki kegiatan operasional yang mencakup pelayanan front office, pengelolaan administrasi, serta promosi produk keuangan syariah kepada masyarakat. Kegiatan administrasi meliputi pengarsipan dokumen, pengecekan data transaksi, serta penyusunan laporan operasional guna memastikan kelancaran pelayanan kepada nasabah. Sementara itu, kegiatan promosi produk dilakukan melalui sosialisasi langsung kepada masyarakat mengenai manfaat produk Pegadaian, seperti tabungan emas dan cicil emas. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya investasi dan pengelolaan keuangan secara bijak.

Dalam era transformasi digital saat ini, PT Pegadaian CPS Setia Budi terus berupaya meningkatkan kualitas layanan digital sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat. Transformasi digital yang dilakukan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga untuk memberikan pengalaman layanan yang lebih cepat, aman, dan nyaman bagi nasabah. Selain itu, perusahaan juga terus melakukan evaluasi terhadap sistem layanan digital guna memastikan bahwa aplikasi yang digunakan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

Secara keseluruhan, PT Pegadaian CPS Setia Budi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat di Kota Medan. Melalui penyediaan berbagai layanan pembiayaan, investasi, serta inovasi digital, cabang ini tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pembiayaan, tetapi juga sebagai pusat edukasi keuangan bagi masyarakat. Oleh karena itu, keberadaan PT Pegadaian CPS Setia Budi sangat relevan untuk dijadikan sebagai objek

penelitian dalam mengkaji tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan layanan digital Pegadaian, khususnya dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian sebagai sarana transaksi digital.

2. Visi dan Misi

a. Visi

“The Leader in the Gold Ecosystem and Accelerator of Financial Inclusion”

b. Misi

- 1) Membangun ekosistem emas dan keuangan terbaik dengan mengutamakan manfaat dan keuntungan yang optimal bagi seluruh stakeholder untuk menunjang bisnis inti.
- 2) Mengembangkan varian bisnis baru sebagai pendorong pertumbuhan yang memberikan *value added* bagi seluruh stakeholder.
- 3) Memberikan *service excellence* kepada masyarakat dan UMKM dengan fokus.

c. Nilai-Nilai Perusahaan (*Core Values*)

PT Pegadaian juga menerapkan nilai-nilai budaya organisasi yang menjadi landasan perilaku seluruh insan Pegadaian dalam bekerja. Nilai-nilai ini dikenal dengan *“Brilian Way”* sebagai pondasi Insan Pegadaian untuk berperilaku *Integrity, Collaborative, Accountability, Growth Mindset, Customer Focus* di perusahaan maupun lingkungan sekitar dengan semangat MengEMASkan Indonesia.

3. Bidang Usaha Perusahaan

Sebagai lembaga keuangan milik negara, PT Pegadaian berfokus pada penyediaan layanan pembiayaan yang mudah, aman, dan terjangkau bagi masyarakat. Bidang usaha utama Pegadaian bertumpu pada layanan pembiayaan berbasis gadai, namun seiring perkembangan kebutuhan masyarakat dan

teknologi, perusahaan terus memperluas lini bisnisnya ke arah pembiayaan non-gadai, layanan investasi emas, pembiayaan syariah, serta digitalisasi layanan keuangan. Diversifikasi ini bertujuan memperkuat inklusi keuangan, membantu masyarakat terhindar dari praktik pinjaman tidak sehat, sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi, khususnya pada sektor usaha mikro dan kecil.

Dalam bidang pembiayaan gadai, Pegadaian memberikan fasilitas pinjaman dengan jaminan barang bernilai, seperti emas, kendaraan, surat berharga, hingga barang elektronik. Skema ini memungkinkan masyarakat memperoleh dana secara cepat melalui proses yang sederhana dan terukur. Di samping itu, Pegadaian juga menyediakan pembiayaan non-gadai, antara lain pembiayaan produktif bagi pelaku UMKM, cicilan kendaraan, dan berbagai jenis pinjaman serbaguna yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumtif maupun produktif. Pada sektor investasi, Pegadaian mengembangkan produk berbasis emas seperti Tabungan Emas, Cicil Emas, perdagangan emas, serta layanan titipan dan deposito emas. Produk tersebut memberi kesempatan kepada masyarakat untuk berinvestasi secara bertahap, aman, dan terjangkau. Sejalan dengan meningkatnya minat terhadap layanan berbasis syariah, Pegadaian menghadirkan Pegadaian Syariah yang menerapkan akad sesuai prinsip syariah pada berbagai produk, mulai dari pembiayaan porsi haji, pembiayaan umroh, hingga pembiayaan berbasis emas dan cicilan investasi syariah. Selain itu, Pegadaian melakukan transformasi melalui digitalisasi layanan. Melalui platform digital seperti Pegadaian Digital dan Tring by Pegadaian, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi secara mandiri, seperti pengajuan gadai, pembayaran, penebusan, perpanjangan, cicil gadai, hingga transaksi tabungan emas. Kehadiran layanan digital ini meningkatkan kecepatan pelayanan, efisiensi operasional, dan kenyamanan bagi nasabah.

Tabel 4. 1 Ringkasan Produk dan Layanan Pegadaian

Kategori	Produk/Layanan	Tujuan / Manfaat Utama
	<ul style="list-style-type: none"> Gadai Emas (Rahn) 	<ul style="list-style-type: none"> Pinjaman cepat dengan jaminan

Pinjaman Gadai	<ul style="list-style-type: none"> • Fleksibel (per 4 bulan) • Arrum (cicilan bulanan) 	emas/perhiasan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Gadai Kendaraan (Arrum BPKB) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pinjaman dengan jaminan kendaraan bermotor.
	<ul style="list-style-type: none"> • Gadai Non-Emas 	<ul style="list-style-type: none"> • Gadai barang elektronik atau barang bernilai lainnya.
	<ul style="list-style-type: none"> • Gadai Tabungan Emas (GTE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pinjaman dengan jaminan saldo tabungan emas.
Pinjaman Non-Gadai	<ul style="list-style-type: none"> • KUR Syariah/Pinjaman Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan usaha mikro berbasis Syariah/Modal usaha bagi pelaku UMKM.
Investasi & Emas	<ul style="list-style-type: none"> • Tabungan Emas Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Menabung emas secara bertahap dan digital.
	<ul style="list-style-type: none"> • Deposito Emas 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyimpanan emas dalam bentuk deposito.
	<ul style="list-style-type: none"> • Titipan Emas Fisik 	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan penitipan emas dengan keamanan terjamin.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan Porsi Haji (Arrum Haji) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan pendaftaran haji dengan sistem syariah.
Pembiayaan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan Wisata Religi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan perjalanan umroh/ibadah.
	<ul style="list-style-type: none"> • Cicil Emas Mulia 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan emas secara cicilan sesuai akad syariah.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pembiayaan Kendaraan (Sepeda Motor/Mobil) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan kendaraan secara cicilan sesuai dengan akad syariah.
Layanan Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Tring by Pegadaian 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi transaksi gadai, cicil emas, tabungan emas, dll.

Dengan cakupan usaha yang luas tersebut, Pegadaian tidak hanya berperan sebagai lembaga gadai, tetapi juga sebagai mitra keuangan masyarakat yang menyediakan solusi pembiayaan, investasi, dan layanan syariah secara modern, inklusif, dan mudah diakses.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian CPS Setia Budi dibahas dalam bagian ini. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada nasabah PT Pegadaian CPS Setia Budi yang menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian. Analisis karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi sampel penelitian, sehingga dapat membantu dalam memahami latar belakang responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 92 responden, yang seluruhnya merupakan nasabah pengguna aplikasi Tring by Pegadaian.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	49	52%
2	Perempuan	46	48%
Jumlah		95	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan keterangan dari tabel diatas, diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 49 orang (52%) sedangkan responden perempuan sebanyak 46 orang (48%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Tring by Pegadaian pada PT Pegadaian CPS Setia Budi didominasi oleh responden perempuan.

2. Kelompok Usia Responden

Tabel 4. 3 Ditribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20-35	83	87%
2	36-50	10	11%
3	> 50	2	2%
Jumlah		95	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa kelompok usia responden terbanyak berada pada rentang usia 20–35 tahun sebanyak 83 orang (87%), sedangkan jumlah responden paling sedikit berada pada kelompok usia di atas 50 tahun sebanyak 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Tring by Pegadaian berada pada usia produktif yang cenderung lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi digital.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD/MI	-	-
2	SMP/MTs	1	1%
3	SMA/SMK/MA	47	50%
4	DIII/DIV/S1/S2	40	42%
5	Lainnya	7	7%
Jumlah		95	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK/MA sebanyak 47 orang (50%), sedangkan jumlah responden paling sedikit berada pada tingkat pendidikan SMP/MTs

sebanyak 1 orang (1%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Tring by Pegadaian memiliki tingkat pendidikan menengah.

4. Lama Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian

Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	➤ 6 bulan	54	57%
2	6-12 bulan	33	35%
3	➤ 1 tahun	8	3%
Jumlah		95	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan keterangan dari tabel diatas, diketahui bahwa responden dengan lama penggunaan aplikasi terbanyak berada pada kategori > 6 bulan sebanyak 54 pengguna atau 57%, sedangkan jumlah paling sedikit berada pada kategori lebih dari 1 tahun yaitu sebanyak 8 pengguna atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah cukup lama menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian sehingga memiliki pengalaman dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.

5. Frekuensi Penggunaan Aplikasi

Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase (%)
1	Jarang	40	42%
2	Kadang	36	38%
3	Selalu/Sering	19	20%
Jumlah		95	100%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan data dari tabel diatas, Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa frekuensi penggunaan aplikasi terbanyak berada pada kategori sering, sedangkan

frekuensi penggunaan paling sedikit berada pada kategori jarang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup aktif dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian untuk melakukan berbagai transaksi.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian dalam subbab ini membahas mengenai bagaimana *User Experience* dan *User Interface* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian pada PT Pegadaian CPS Setia Budi. Untuk memastikan kualitas instrumen penelitian yang digunakan, dilakukan analisis melalui uji deskriptif dan uji validitas data guna menggambarkan karakteristik data yang diperoleh dari responden. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi persyaratan dalam analisis regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Setelah seluruh persyaratan terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis tersebut kemudian diuji menggunakan uji F (simultan) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, serta dilakukan pengujian koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel kepuasan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *User Experience* terhadap kepuasan nasabah, pengaruh *User Interface* terhadap kepuasan nasabah, serta sejauh mana pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel penelitian, kuesioner yang disebarakan terdiri dari sejumlah pernyataan yang mewakili masing-masing variabel penelitian, yaitu pernyataan mengenai *User Experience*, *User Interface*, dan kepuasan nasabah sebagai pengguna aplikasi Tring by Pegadaian. Pernyataan-pernyataan tersebut disusun untuk mengukur persepsi responden terhadap pengalaman penggunaan aplikasi, tampilan

antarmuka aplikasi, serta tingkat kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi digital melalui aplikasi Tring by Pegadaian.

1. Uji Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif pada setiap variabel penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh dari responden. Statistik deskriptif ini meliputi nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (maximum), nilai terendah (minimum), serta standar deviasi pada masing-masing variabel penelitian, yaitu User Experience (X1), User Interface (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y). Hasil dari pengujian statistik deskriptif tersebut digunakan untuk mengetahui karakteristik data secara keseluruhan pada setiap variabel yang diteliti. Adapun hasil uji statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 7 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
User Experience	95	30.00	49.00	43.2947	3.36716
User Interface	95	30.00	48.00	43.5684	3.26703
Kepuasan Pelanggan	95	30.00	49.00	43.9895	3.12333
Valid N (listwise)	95				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel di atas, maka dapat dijelaskan distribusi data yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Variabel User Experience (X1)

Berdasarkan hasil analisis data, variabel *User Experience* (X1) memiliki nilai minimum sebesar 30,00 dan nilai maksimum sebesar 49,00, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 43,2947. Sementara itu, nilai standar deviasi pada variabel *User Experience* adalah sebesar 3,36716. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengalaman pengguna terhadap aplikasi Tring by Pegadaian berada pada kategori yang relatif baik dengan penyebaran data yang tidak terlalu besar.

2) Variabel User Interface (X2)

Pada variabel *User Interface* (X2), diperoleh nilai minimum sebesar 30,00 dan nilai maksimum sebesar 48,00, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 43,5684. Nilai standar deviasi pada variabel *User Interface* adalah sebesar 3,26703. Hasil ini menunjukkan bahwa tampilan antarmuka aplikasi Tring by Pegadaian dinilai cukup baik oleh responden dengan tingkat variasi jawaban yang relatif stabil.

3) Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y), nilai minimum yang diperoleh adalah sebesar 30,00, sedangkan nilai maksimum sebesar 49,00, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 43,9895. Nilai standar deviasi pada variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 3,12333. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian tergolong tinggi dengan penyebaran data yang relatif kecil.

2. Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas Data

Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel User Experience

Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
1	0,437	0,201	Valid
2	0,547	0,201	Valid
3	0,608	0,201	Valid
4	0,623	0,201	Valid
5	0,439	0,201	Valid
6	0,537	0,201	Valid

7	0,578	0,201	Valid
8	0,615	0,201	Valid
9	0,470	0,201	Valid
10	0,571	0,201	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, hasil pengolahan data pada variabel yang dianalisis menggunakan software SPSS versi 25 menunjukkan bahwa seluruh $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,201. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *User Experience* tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel User Interface

Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
1	0,460	0,201	Valid
2	0,612	0,201	Valid
3	0,560	0,201	Valid
4	0,654	0,201	Valid
5	0,402	0,201	Valid
6	0,640	0,201	Valid
7	0,492	0,201	Valid
8	0,640	0,201	Valid
9	0,456	0,201	Valid

10	0,606	0,201	Valid
----	-------	-------	-------

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, hasil pengolahan data pada variabel yang dianalisis menunjukkan bahwa seluruh $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,201. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *User Interface* tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
1	0,527	0,201	Valid
2	0,652	0,201	Valid
3	0,461	0,201	Valid
4	0,660	0,201	Valid
5	0,601	0,201	Valid
6	0,609	0,201	Valid
7	0,428	0,201	Valid
8	0,561	0,201	Valid
9	0,547	0,201	Valid
10	0,535	0,201	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, hasil pengolahan data pada variabel yang dianalisis menunjukkan bahwa seluruh $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,201. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel

Kepuasan Nasabah tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi atau keandalan instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa kuesioner mampu menghasilkan data yang konsisten apabila digunakan dalam pengukuran secara berulang. Sebaliknya, apabila nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,60, maka instrumen penelitian dianggap kurang reliabel sehingga perlu dilakukan perbaikan pada item pernyataan. Berikut ini disajikan hasil uji reliabilitas untuk variabel User Experience (X1) dalam penelitian ini.

Tabel 4. 11 Uji Reabilitas Variabel User Experience

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	10

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan data yang telah di olah pada tabel 4.11, dapat diketahui bahwa variabel *User Experience* memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,738 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa intrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 4. 12 Uji Reabilitas Variabel User Interface

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.751	10

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan data yang telah di olah pada tabel 4.12, dapat diketahui bahwa variabel *User Interface* memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,751 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 4. 13 Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.755	10

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan data yang telah di olah pada tabel 4.13, dapat diketahui bahwa variabel Kepuasan Nasabah memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,755 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

3) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas, yaitu *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2), secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Nasabah (Y) pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi. Apabila hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada F tabel serta nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel User Experience dan User Interface secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian.

Tabel 4. 14 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	610.420	2	305.210	91.592	.000 ^b
	Residual	306.569	92	3.332		
	Total	916.989	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), User Interface, User Experience

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4,14, diketahui bahwa hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} $91,592 > F_{tabel}$ sebesar 3,09 ($df_1 = 3$, $df_2 = 95$, $\alpha = 0,05$), serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dalam penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian pada PT Pegadaian CPS Setia Budi. Dengan kata lain, kombinasi antara pengalaman pengguna (*User Experience*) dan tampilan antarmuka (*User Interface*) secara bersama-sama mampu meningkatkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi digital melalui aplikasi Tring by Pegadaian.

3. Uji Prasyarat

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian mengenai *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada aplikasi Tring by Pegadaian memiliki distribusi yang normal. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas data dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-

Smirnov. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 15 Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38722238
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.078
	Negative	-.153
Test Statistic		.153
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan pada tabel 4.15 diatas, hasil dari uji normalitas pada one-sample Kolmogorov-Smirnov Test sebesar 0,067 yang artinya nilai signifikansi $0,067 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

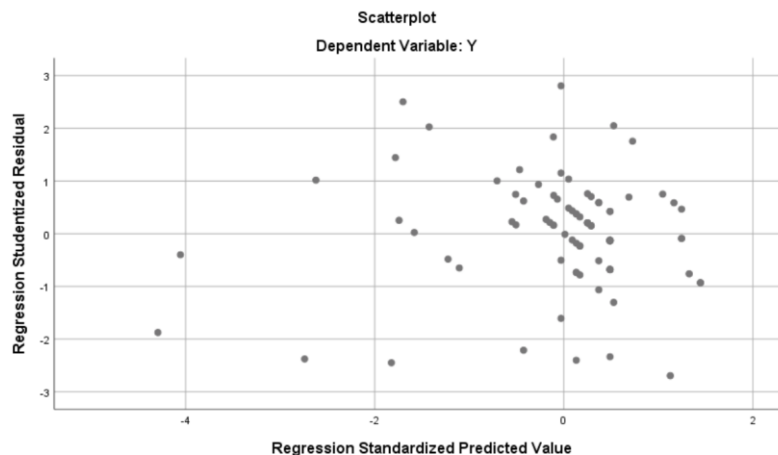
Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi pada penelitian *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada aplikasi Tring by Pegadaian terdapat ketidaksamaan varians dari residual. Apabila terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi yang digunakan menjadi kurang baik karena varians kesalahan tidak konstan. Salah satu metode yang

digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat Scatter Plot.

Dalam penelitian ini, model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- I. Tidak terdapat pola tertentu yang jelas pada grafik Scatter Plot.
- II. Titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y.
- III. Titik-titik tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit.

Gambar Scatter Plot di bawah ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian mengenai pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi *Tring by Pegadaian* di PT Pegadaian CPS Setia Budi.



Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas Pada Sactterplot

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan Gambar 4.1, dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik scatterplot menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi dalam penelitian mengenai pengaruh *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada aplikasi *Tring by Pegadaian* tidak ditemukan

gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang digunakan dapat dikatakan memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear pada penelitian mengenai *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada aplikasi Tring by Pegadaian terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung gejala autokorelasi. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Adapun hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 16 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.816 ^a	.666	.658	1.825	2.146

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.16 di atas nilai Durbin Watson sebesar 2,146, pembandingan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 95 (n), dan jumlah variabel independen 2 (k=2), maka di tabel DurbinWatson akan didapat nilai du sebesar 1.7091. Karena nilai DW 2,146 > (du) 1,7091 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

d) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi pada penelitian mengenai pengaruh *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada aplikasi

Tring by Pegadaian terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami gejala multikolinieritas. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10, maka menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi yang digunakan.

Tabel 4. 17 Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.677	2.617		3.316	.001		
	USER EXPERIENCE	.304	.091	.327	3.327	.001	.376	2.662
	USER INTERFACE	.509	.094	.532	5.411	.000	.376	2.662

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan pada tabel 4.17 di atas didapatkan bahwa semua nilai Tolerance $0,376 > 0,10$ dan nilai VIF dari masing-masing variable $2,662 < 10$, maka asumsi bisa terpenuhi yang artinya antar variabel bebas tidak terdapat korelasi yang kuat (tidak terdapat multikolinieritas).

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) sebagai variabel independen terhadap kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian. Pengolahan dan perhitungan model regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25. Adapun hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 18 Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.677	2.617		3.316	.001		
	USER EXPERIENCE	.304	.091	.327	3.327	.001	.376	2.662
	USER INTERFACE	.509	.094	.532	5.411	.000	.376	2.662

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4.18 uji regresi linier berganda, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 8,677 + 0,304 X_1 + 0,509 X_2$
Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta $\alpha = 8,677$ Nilai konstanta bernilai positif, dimana nilai konstanta sebesar 8,677 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *User Experience* (X_1) dan *User Interface* (X_2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai kepuasan nasabah (Y) pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian tetap berada pada angka 8,677.
- 2) Koefisien regresi X_1 (*User Experience*) = 0,304 Koefisien regresi untuk variabel *User Experience* (X_1) sebesar 30,4% menunjukkan bahwa setiap peningkatan *User Experience* sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,304 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) Koefisien regresi X_2 (*User Interface*) = 0,509 Koefisien regresi untuk variabel *User Interface* (X_2) sebesar 50,9% menunjukkan bahwa setiap peningkatan *User Interface* sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,509 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

5. Uji Hipotesis

- a) Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4. 19 Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.677	2.617		3.316	.001
	X1	.304	.091	.327	3.327	.001
	X2	.509	.094	.532	5.411	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil analisis dari variabel *User Experience* (X1) dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} adalah 3,327 pada tingkat signifikan 0,001. Dari hasil uji t dapat dikatakan bahwa $t_{tabel} 0,201 < t_{hitung} 3,327$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *User Experience* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah sehingga H_1 diterima.
- 2) Hasil analisis dari variabel *User Interface* (X2) dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} adalah 5,411 pada tingkat signifikan 0,000. Dari hasil uji t dapat dikatakan bahwa $t_{tabel} 0,201 < t_{hitung} 5,411$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *User Interface* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah sehingga H_2 diterima.

b) Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah (Y) pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian. Pengujian ini bertujuan untuk melihat seberapa

besar kontribusi kedua variabel independen tersebut dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Berikut ini disajikan tabel yang menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini.

Tabel 4. 20 Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.658	1.825

a. Predictors: (Constant), USER INTERFACE, USER EXPERIENCE

Sumber: Data Diolah SPSS, 2026

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,816. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,666 yang dapat diartikan bahwa pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap variabel Kepuasan Nasabah adalah sebesar 66,6%.

D. Pembahasan

1. Pengaruh *User Experience* (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

User Experience merupakan salah satu faktor krusial dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi layanan keuangan digital. Dalam konteks aplikasi Tring by Pegadaian, pengalaman pengguna mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, kecepatan dalam mengakses fitur, kenyamanan dalam melakukan transaksi, serta kejelasan informasi yang disajikan kepada pengguna. Semakin baik pengalaman yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, variabel *User Experience* (X1) memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 43,2947 dengan standar deviasi sebesar 3,36716, sedangkan variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 43,9895 dengan standar deviasi 3,12333. Nilai rata-rata yang relatif tinggi pada kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian positif terhadap pengalaman penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian serta tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Selain itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat penyebaran yang rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi responden terhadap kedua variabel tersebut cenderung homogen dan stabil.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *User Experience* memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, yang berarti instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel *User Experience* secara berulang.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *User Experience* adalah $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *User Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi. Dengan kata lain, peningkatan kualitas pengalaman pengguna akan diikuti oleh peningkatan tingkat kepuasan nasabah.

Secara lebih mendalam, temuan ini menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam *User Experience*, seperti kemudahan navigasi, kecepatan sistem, tampilan yang tidak membingungkan, serta kemudahan dalam menyelesaikan transaksi, menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah yang dapat menggunakan aplikasi dengan mudah tanpa mengalami kendala teknis cenderung merasa lebih nyaman dan puas. Sebaliknya, apabila aplikasi sulit digunakan atau

sering mengalami gangguan, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah.

Selain itu, pengalaman pengguna yang baik juga berperan dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital Pegadaian. Dalam layanan keuangan, kepercayaan merupakan aspek yang sangat penting, karena berkaitan dengan keamanan transaksi dan keandalan sistem. Oleh karena itu, pengalaman pengguna yang positif tidak hanya berdampak pada kepuasan, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan teori *User Experience (UX)* yang menyatakan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pengguna dengan sistem yang digunakan. Teori ini menekankan bahwa pengalaman pengguna tidak hanya dilihat dari fungsi sistem, tetapi juga dari bagaimana pengguna merasakan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi dalam menggunakan sistem tersebut. Semakin baik interaksi yang terjadi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *User Experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi digital. Pengalaman pengguna yang baik mampu meningkatkan kenyamanan, efisiensi penggunaan, serta kepercayaan pengguna terhadap sistem, sehingga berdampak langsung pada peningkatan kepuasan. Dalam era digitalisasi layanan keuangan, kualitas *User Experience* menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu aplikasi dalam menarik dan mempertahankan pengguna.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *User Experience* memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, pihak Pegadaian perlu terus melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas pengalaman pengguna pada aplikasi *Tring by Pegadaian*, seperti meningkatkan stabilitas sistem, mempercepat waktu respon aplikasi, menyederhanakan alur transaksi, serta memastikan bahwa seluruh fitur dapat digunakan dengan mudah oleh berbagai kalangan nasabah. Dengan demikian,

diharapkan tingkat kepuasan nasabah dapat terus meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan digital yang diberikan.

2. Pengaruh *User Interface* (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

User Interface merupakan salah satu komponen penting dalam aplikasi digital yang berkaitan langsung dengan tampilan visual serta bagaimana pengguna berinteraksi dengan sistem. Dalam konteks aplikasi Tring by Pegadaian, User Interface mencakup desain tampilan aplikasi, tata letak menu, penggunaan warna, kejelasan ikon, serta kemudahan navigasi antar fitur. Antarmuka yang dirancang dengan baik akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam memahami fungsi aplikasi dan melakukan transaksi secara efektif dan efisien.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, variabel *User Interface* (X2) memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 43,5684 dengan standar deviasi sebesar 3,26703. Nilai rata-rata yang relatif tinggi menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap tampilan aplikasi Tring by Pegadaian. Sementara itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap *User Interface* cenderung konsisten dan tidak mengalami perbedaan yang signifikan antar responden. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna merasa bahwa tampilan aplikasi sudah cukup baik dan mudah digunakan.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *User Interface* memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel secara tepat. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, yang berarti instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel *User Interface*.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *User Interface* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Kepuasan Nasabah pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi. Dengan kata lain, semakin baik kualitas tampilan antarmuka yang dimiliki aplikasi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Secara lebih mendalam, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elemen-elemen dalam *User Interface* seperti desain yang menarik, tata letak menu yang terstruktur, serta navigasi yang mudah dipahami memiliki peranan penting dalam meningkatkan kenyamanan pengguna. Nasabah yang dapat dengan mudah menemukan fitur yang dibutuhkan tanpa harus mengalami kebingungan akan merasa lebih puas dalam menggunakan aplikasi. Selain itu, penggunaan warna yang tepat dan ikon yang jelas juga membantu pengguna dalam memahami fungsi setiap fitur dengan lebih cepat.

Sebaliknya, apabila tampilan aplikasi kurang jelas, terlalu kompleks, atau tidak terstruktur dengan baik, maka hal tersebut dapat menimbulkan kebingungan bagi pengguna dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Dalam layanan keuangan digital, kemudahan penggunaan menjadi aspek yang sangat penting, karena pengguna mengharapkan proses transaksi yang cepat, mudah, dan tanpa hambatan. Oleh karena itu, kualitas *User Interface* menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan aplikasi dalam memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan teori *Human-Computer Interaction* (HCI) yang menyatakan bahwa desain antarmuka yang baik akan meningkatkan efektivitas dan efisiensi interaksi antara manusia dan sistem komputer. Teori ini menekankan bahwa antarmuka yang user-friendly akan membantu pengguna dalam memahami sistem dengan lebih mudah, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan dalam penggunaan aplikasi.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *User Interface* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi digital. Tampilan antarmuka yang sederhana, informatif, dan mudah digunakan dapat mengurangi kesalahan

pengguna serta meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi. Dalam konteks aplikasi Tring by Pegadaian, tampilan yang baik akan membantu nasabah dalam melakukan transaksi dengan lebih cepat, akurat, dan nyaman.

Lebih lanjut, *User Interface* juga berperan dalam membentuk persepsi pertama pengguna terhadap aplikasi. Tampilan yang menarik dan profesional dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi, sedangkan tampilan yang kurang menarik dapat memberikan kesan negatif meskipun fitur yang tersedia cukup lengkap. Oleh karena itu, desain antarmuka tidak hanya berfungsi sebagai alat interaksi, tetapi juga sebagai faktor yang memengaruhi citra layanan digital Pegadaian di mata nasabah.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *User Interface* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga pihak Pegadaian perlu terus melakukan pengembangan dan penyempurnaan desain antarmuka aplikasi Tring by Pegadaian. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan menyederhanakan tampilan aplikasi, meningkatkan kejelasan navigasi, memperbaiki struktur menu, serta memastikan bahwa aplikasi dapat digunakan dengan mudah oleh berbagai kalangan pengguna. Dengan demikian, diharapkan tingkat kepuasan nasabah dapat terus meningkat seiring dengan peningkatan kualitas tampilan dan interaksi aplikasi.

3. Pengaruh *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) secara Simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi layanan keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling berkaitan, khususnya *User Experience* dan *User Interface*. Kedua variabel ini memiliki peran yang saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman penggunaan aplikasi yang optimal, sehingga mampu meningkatkan tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, diketahui bahwa variabel *User Experience* (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 43,2947, variabel *User Interface*

(X2) sebesar 43,5684, dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 43,9895. Nilai rata-rata yang relatif tinggi pada ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap pengalaman penggunaan, tampilan aplikasi, serta tingkat kepuasan yang dirasakan. Selain itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa data yang diperoleh cukup stabil dan tidak memiliki penyimpangan yang signifikan.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $91,592 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *User Experience* dan *User Interface* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian di PT Pegadaian CPS Setia Budi.

Selain itu, hasil uji koefisien determinasi R Square menunjukkan nilai sebesar 0,666 atau 66,6%, yang berarti bahwa variabel *User Experience* dan *User Interface* mampu menjelaskan sebesar 66,6% variasi Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan, kepercayaan, keamanan sistem, maupun faktor lain yang berkaitan dengan layanan digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara pengalaman pengguna yang baik dan tampilan antarmuka yang optimal akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan nasabah dibandingkan jika hanya salah satu faktor saja yang diperhatikan. *User Experience* berperan dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi, sedangkan *User Interface* berperan dalam mempermudah interaksi pengguna melalui tampilan yang jelas dan menarik. Ketika kedua faktor ini berjalan secara optimal, maka nasabah akan merasakan pengalaman penggunaan yang menyeluruh dan memuaskan.

Secara lebih mendalam, nasabah tidak hanya menilai aplikasi dari segi tampilan atau fungsi saja, tetapi dari keseluruhan pengalaman yang mereka rasakan selama menggunakan aplikasi. Apabila aplikasi memiliki tampilan yang

menarik namun sulit digunakan, maka kepuasan pengguna tetap tidak akan optimal. Sebaliknya, apabila aplikasi mudah digunakan tetapi tampilannya kurang menarik, maka pengalaman pengguna juga akan berkurang. Oleh karena itu, keseimbangan antara *User Experience* dan *User Interface* menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan nasabah yang tinggi.

Temuan ini sejalan dengan *Customer Satisfaction Theory*, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari kesesuaian antara harapan pengguna dengan kinerja atau pengalaman yang mereka rasakan. Dalam konteks ini, *User Experience* dan *User Interface* menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi pengguna terhadap kualitas layanan digital. Semakin baik pengalaman dan tampilan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dihasilkan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengaruh simultan antara *User Experience* dan *User Interface* memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi digital, karena kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman pengguna yang optimal. Dalam era digitalisasi layanan keuangan, integrasi antara pengalaman pengguna dan desain antarmuka menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing layanan digital suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *User Experience* dan *User Interface* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga pihak Pegadaian perlu terus melakukan inovasi dan pengembangan pada kedua aspek tersebut secara bersamaan. Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan meningkatkan kualitas sistem aplikasi, memperbaiki desain antarmuka, menyederhanakan proses transaksi, serta memastikan bahwa aplikasi dapat digunakan dengan mudah oleh seluruh kalangan nasabah. Dengan demikian, diharapkan tingkat kepuasan nasabah terhadap aplikasi Tring by Pegadaian dapat terus meningkat secara berkelanjutan.

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian mengenai pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian dalam transaksi digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *User Experience* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,321 lebih besar dari t_{tabel} , dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pengalaman pengguna, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan akses, serta kenyamanan dalam bertransaksi, memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian, semakin baik pengalaman yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

2. *User Interface* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,411 lebih besar dari t_{tabel} , dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas tampilan antarmuka aplikasi, seperti desain yang menarik, tata letak yang terstruktur, serta kemudahan navigasi, memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan kata lain, antarmuka aplikasi yang user-friendly dan informatif akan mendorong kenyamanan penggunaan dan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan nasabah.

3. *User Experience* (X1) dan *User Interface* (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 91,592 > F_{tabel} sebesar 3,09, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,666 (66,6%) menunjukkan bahwa variabel *User Experience* dan *User Interface* secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 66,6% variasi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring by Pegadaian sangat dipengaruhi oleh kualitas pengalaman pengguna dan desain antarmuka aplikasi. Kombinasi antara kemudahan penggunaan, kenyamanan, serta tampilan yang menarik dan mudah dipahami menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan nasabah terhadap layanan digital Pegadaian.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *User Experience* dan *User Interface* terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Tring by Pegadaian dalam transaksi digital di PT Pegadaian CPS Setia Budi, maka beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT Pegadaian CPS Setia Budi

Diharapkan pihak PT Pegadaian CPS Setia Budi dapat terus meningkatkan kualitas layanan digital, khususnya pada aspek *User Experience* dan *User Interface* pada aplikasi Tring by Pegadaian. Peningkatan tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan fitur yang lebih mudah digunakan, tampilan aplikasi yang lebih menarik dan responsif, serta memastikan proses transaksi berjalan dengan cepat dan minim kendala. Selain itu, pihak Pegadaian juga disarankan untuk secara rutin melakukan evaluasi terhadap pengalaman pengguna dengan

mengumpulkan masukan dari nasabah, sehingga dapat dilakukan perbaikan berkelanjutan terhadap aplikasi yang digunakan.

2. Bagi Nasabah Pengguna Aplikasi Tring by Pegadaian

Nasabah diharapkan dapat memanfaatkan aplikasi Tring by Pegadaian secara optimal dalam melakukan berbagai transaksi digital yang tersedia. Selain itu, nasabah juga disarankan untuk memberikan umpan balik atau masukan kepada pihak Pegadaian apabila menemukan kendala atau kesulitan dalam penggunaan aplikasi. Hal ini penting agar pihak Pegadaian dapat mengetahui kebutuhan pengguna dan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan harapan nasabah.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi digital, seperti kualitas layanan digital, keamanan sistem, kepercayaan nasabah, atau kemudahan penggunaan aplikasi. Selain itu, penelitian di masa mendatang juga dapat menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam, seperti wawancara langsung atau observasi penggunaan aplikasi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital Pegadaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Benefit: Journal Of Bussiness, Economics, And Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.37985/Benefit.V2i1.335>
- Adite, K. A., & Pancawati, N. L. P. A. (2026). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Tring By Pegadaian. *JER Jurnal Economic Resources*, 9(1), 537–546.
- Afif, M. (2021). Analisis Pengaruh Kompensasi, Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(2), 53. <https://doi.org/10.47201/Jamin.V3i2.75>
- Ananda, N. A., Rizqi, R. M., Ekonomi, F., Universitas, B., Sumbawa, T., Ekonomi, F., ... Nasabah, K. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEGADAIAN (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 17–27.
- Anindyastri, R., Lestari, W. D., & Sholahuddin, M. (2022). The Influence Of Financial Technology (Fintech) On The Financial Performance Of Islamic Banking (Study On Islamic Banking Listed On The Indonesia Stock Exchange Period 2016-2020). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 80–92.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (M. Ansori, Ed.) (2 Ed.). Surabaya: Airlangga University Press.
- Apriyana, M., & Hasbi, S. (2020). Preferensi Koperasi Dalam Melakukan Konversi Menjadi Koperasi Syariah: Studi Kasus Pada Koperasi Di Wilayah Bogor. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 1(2), 173–190. <https://doi.org/10.47700/Jiefes.V1i2.2115>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.

<https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>

- Arifin, S., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2022). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *Jurnal Neraca Peradaban*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55182/Jnp.V2i1.86>
- Aseandi, R. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH CAB. MEUREUDU ACEH. *Wahana Inovasi*, 9(1), 48–63.
- Astuti, T. P., Manullang, R. R., & Novika. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sego Bakar Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 10(2), 220.
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Budiarti, A. T., Wahyudi, F., & Ratnasari, N. (2022). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Gojek Menggunakan UX Honeycomb. *Jusifor: Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.33379/Jusifor.V1i2.1634>
- Chusumastuti, D., & A'yuni, S. G. (2021). Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(1), 45–54.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches* (5 Ed.). SAGE Publications.
- Erdina, P. I., & Lubis, M. A. (2025). Literasi Keuangan Dan Kewirausahaan Menuju Generasi Mandiri. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 02(03), 1930–1935.
- Eslava, H., Rojas, L. A., & Pereira, R. (2015). Implementation Of Machine-To-Machine Solutions Using MQTT Protocol In Internet Of Things (Iot) Environment To Improve Automation Process For Electrical Distribution Substations In Colombia. *Journal Of Power And Energy Engineering*, (April),

92–96.

- Famuji, T. S., Herman, H., Herman, H., Sunardi, S., & Sunardi, S. (2023). Proses Implementasi Bioinformatika Pada Digitalisasi Data Genetika Manusia. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.24176/Simet.V14i1.9064>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. (I. Ghazali, Ed.) (8 Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial*. (I. Ghozali, Ed.) (10 Ed.). Semarang: Yoga Patama.
- Halim, H. (2019). PENGARUH USER INTERFACE QUALITY, INFORMATION QUALITY, PERCEIVED SECURITY, PERCEIVED PRIVACY, BELIEF, DAN KNOWLEDGE TERHADAP NIAT BELI BARANG DI WEBSITE E-COMMERCE DI INDONESIA. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 63–70.
- Hariani, D., & Sutrisno, S. (2023). Potensi Dan Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 76–91. <https://doi.org/10.37012/Ileka.V4i1.1492>
- Hasanah, M., & Fahrudin, A. R. (2021). Analisis Halal Supply Chain Management (SCM) Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *At-Tasharruf “Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah,”* 2(2), 73–80. <https://doi.org/10.32528/At.V2i2.5424>
- Hawa, S. D. (2022). User Interface Dan Social Media Marketing Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian Pada E- Commerce Tokopedia. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(2), 57–60.
- Hidayatuloh, S., & Aziati, Y. (2020). ANALISIS PENGARUH USER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MOBILE APPLICATION E-COMMERCE SHOPEE MENGGUNAKAN MODEL DELONE & MCLEAN. *TEKINFO*, 21(1), 73–83.
- Himawan, M. (2022). *Pengaruh E-Commerce Strategy Dan Islamic Branding Terhadap Customer Loyalty Fashion Halal Rabbani*. UIN Semarang.

- Izzuddin, M. G., & Ilahiyah, I. (2022). Pengaruh User Interface , Brand Image , Dan Digital Literacy Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital. *Jurnal Maksipreneur*, 12(1), 144–163.
- Jaya, I. M. L. M. (2019). The Impact Of Financial Inclusion On Public Financial Services Education Through Financial Technology In Sleman Regency , Indonesia. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 155–174.
- Khikam, A. F., & Nisa, F. L. (2023). ANALISIS PERAN LEMBAGA KEUANGAN (PEGADAIAN) TERHADAP PENGEMBANGAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT UMUM (USAHA UMKM). *Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(7), 109–113.
- Kholilurrohman, F., Fadhillah, M., & Hutami, L. T. (2024). User Interface , User Experience , Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Preferensi E-Commerce Sebagai Mediasi. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis*, 8(1), 168–177.
- Lubis, M. A. (2022). Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Ekonomi Di LAZISMU Kota Medan. *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 114–126.
- Mehmood, Y., Görg, C., Muehleisen, M., & Timm-Giel, A. (2015). Mobile M2M Communication Architectures , Upcoming Challenges , Applications , And Future Directions. *EURASIP Journal On Wireless Communications And Networking*. <https://doi.org/10.1186/S13638-015-0479-Y>
- Mujiatun, S., Trianto, B., Cahyono, E. F., & Rahmayati. (2023). The Impact Of Marketing Communication And Islamic Financial Literacy On Islamic Financial Inclusion And Msmes Performance: Evidence From Halal Tourism In Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(13). <https://doi.org/10.3390/Su15139868>
- Muntashir Jihad, F., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah Di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1157–1168. <https://doi.org/10.53625/Jcijurnalcakrawalailmiah.V2i3.4148>
- Nikmah, R., & Rohana, F. S. (2025). Penggunaan Aplikasi Tring ! By Pegadaian Dalam Mempermudah Investasi Emas Pada Nasabah Pegadaian UPC Segiri Cabang Samarinda. *Madaniya*, 6(4), 2894–2904.

- Rahayu, F. S., Risman, A., & Firdaus, I. (2023). THE BEHAVIORAL FINANCE OF MSME IN INDONESIA : FINANCIAL LITERACY , FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH), AND FINANCIAL ATTITUDES. *International Journal Of Digital Entrepreneurship And Business (IDEB)*, 4(2), 95–107.
- Rahmawati, F., Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Catering AR-Risalah Di Kota Bekasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(1), 10–21. Diambil Dari <https://doi.org/10.30640/Digital.V3i1.2115>
- Rahmayati. (2021). Competition Strategy In The Islamic Banking Industry: An Empirical Review. *International Journal Of Business, Economics, And Social Development*, 2(2), 65–71. <https://doi.org/10.46336/Ijbesd.V2i2.133>
- Rahmayati, R. (2017). Model Pembiayaan Infrastruktur Melalui Perusahaan Dana Pensiun Dengan Instrumen Sukuk Yang Diterbitkan Oleh Perusahaan BUMN. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 132–146. <https://doi.org/10.30596/Ekonomikawan.V17i2.1796>
- Rohana, F. S., & Khairunnisa, A. (2025). Implementasi Edukasi Digitalisasi Layanan Pegadaian Melalui Aplikasi Tring ! By Pegadaian Di UPC Biawan Samarinda. *Madaniya*, 6(4), 2651–2658.
- Sabukunze, I. D., & Arakaza, A. (2021). User Experience Analysis On Mobile Application Design Using User Experience Questionnaire. *Indonesian Journal Of Information Systems (IJIS)*, 4(1), 15–26.
- Sahri, S., & Wuryandari, N. E. R. (2023). Pengaruh User Interface Dan User Experience Pada Customer Satisfaction Dan Implikasinya Pada Intention To Continue To Use Tokopedia. *Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(02), 80–88.
- Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2017). Design And Evaluation Of A Short Version Of The User Experience Questionnaire (UEQ-S), 3, 103–108. <https://doi.org/10.9781/Ijimai.2017.09.001>
- Schrepp, M., Version, T., Ueq, T., Ueq, T., Ueq, T., Ueq, T., ... Ueq, T. (2023). Handbook For The Modular Extension Of The User Experience Questionnaire.

- In *A Modular Extension Of The User Experience Questionnaire* (Hal. 1–25).
- Septanto, H., Hidayatullah, A., & Dirgantara, H. B. (2024). Analisis Pengaruh Fitur User Interface Ramah Pengguna Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan Di Tokopedia. *Kalbiscientia, Jurnal Sains Dan Teknologi*, 11(02).
- Setiadji, A. A., Bintari, S., Kurniawan, E. N., & Rachman, T. (2024). PENGARUH MARKETING 4.0 DENGAN MEDIASI CUSTOMER JOURNEY YANG DIMODERASI OLEH USER INTERFACE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1455–1468.
- Setiawan, I., & Pangestu, J. (2021). Tata Kelola Dan Keanggotaan Koperasi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 2(2), 145–151. <https://doi.org/10.55122/jabisi.v2i2.285>
- Sinaga, A. F., Lubis, A. A., Sinaga, D. L., Tinambunan, F. U., Amelia, R., Saragi, S. L., & Sitio, V. (2024). Analisis Minat Masyarakat Dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *As-Syirkah : Islamic Economics & Financial Journal*, 3, 1–16. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i2.145>
- Suci, A. F., Suarni, Cycasmi, A., & Sani, C. (2025). Analisis Efektivitas Produk Investasi Syariah Dalam Menarik Nasabah Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 4(1).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Sugiyono, Ed.) (3 Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Alfabeta, Ed.) (2 Ed.). Bandung.
- Sultoni, H., Santi, M., & Rifai, M. S. (2023). Tantangan Inklusi Keuangan Syariah Era Disrupsi. *Musyarakah: Journal Of Sharia Economics (MJSE)*, 3(2), 155–163.
- Ummah, M. S. (2019). Daya Tarik Pelatihan Sof Skill Terhadap Keberhasilan Wirausaha Dan Dalam Pembentukan Kecerdasan Emosional. *Journal Of Comprehensive Sciece*, 11(1), 1–14. Diambil Dari <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciu
rbeco.2008.06.005%0Ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_
SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Usman, H. (2020). *Pengantar Statistika*. (R. A. Kusumaningtyas, Ed.) (3 Ed.). Jakarta Timur: Bumi Aksara.

Usman, H., & Akbar, R. P. S. (2020). *Pengantar Statistika*. (R. A. Kusumanintyas, Ed.) (3 Ed.). Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.

Wawolumaja, J., Huseini, M., Subarsa, K. Y., & Anggraini, R. (2021). Pengaruh User Experience (Ux) Design Terhadap Kemudahan Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Carsworld. *Acta Diurna*, 17(1), 53–71.

Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (2021). KEPUASAN NASABAH MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PT . PEGADAIAN (PERSERO) KAROMBASAN. *Jurnal EMBA*, 9(2), 404–412.

LAMPIRAN

Lampiran 1

DOKUMENTASI



Gambar 5. 1 Observasi di CPS Setia Budi

Lampiran 2**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH USER EXPERIENCE DAN USER INTERFACE
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA APLIKASI TRING
BY PEGADAIAN DALAM TRANSAKSI DIGITAL****(Studi Kasus pada Nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)****Kepada Yth.**

Bapak/Ibu Nasabah CPS Setia Budi Pengguna Aplikasi Tring

Dengan hormat,
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersama ini saya:

Nama : **Abdur Rahman Wahid Pulungan**
NPM : **2201280108P**
Semester : IX
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Mahasiswa yang sedang melakukan penelitian tentang: "**Pengaruh User Experience dan User Interface Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring by Pegadaian dalam Transaksi Digital (Studi Kasus pada Nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)**". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengalaman pengguna (*User Experience*) dan tampilan antarmuka (*User Interface*) mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Tring.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman menggunakan aplikasi Tring. Jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Abdur Rahman Wahid Pulungan
NPM. 2201280108P

**PENGARUH USER EXPERIENCE DAN USER INTERFACE TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA APLIKASI TRING BY PEGADAIAN
DALAM TRANSAKSI DIGITAL**

(Studi Kasus Pada Nasabah Di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)

Petunjuk Pengisian:

Berikan tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda.

- **STS (Sangat Tidak Setuju) Skor Penilaian 1**
- **TS (Tidak Setuju) Skor Penilaian 2**
- **Netral (N) Skor Penilaian 3**
- **S (Setuju) Skor Penilaian 4**
- **SS (Sangat Setuju) Skor Penilaian 5**

Bagian 1: Data Demografi Responden

Silakan isi informasi berikut dengan memberikan tanda (√) pada jawaban yang sesuai.

1. **Nama** :
2. **Umur** :
3. **Jenis Kelamin** :
 - Laki-laki
 - Perempuan
4. **Pendidikan Terakhir** :
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - Diploma/Sarjana
 - Lainnya, sebutkan:
5. **Lama Menggunakan Aplikasi Tring** :
 - < 6 bulan
 - 6-12 bulan
 - > 1 tahun

6. Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tring :

- Jarang
- Kadang
- Sering

7. Jenis Transaksi yang Sering Digunakan :

- Cicil Emas
- Pembiayaan
- Gadai
- Lainnya, sebutkan

Bagian 2: USER EXPERIENCE (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator Kemudahan Penggunaan						
1	Saya merasa aplikasi Tring mudah digunakan.					
2	Saya dapat memahami cara penggunaan aplikasi Tring dengan cepat.					
3	Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan fitur dalam aplikasi Tring.					
Indikator Kenyamanan Penggunaan						
1	Saya merasa nyaman saat menggunakan aplikasi Tring.					
2	Aplikasi Tring membantu mempermudah transaksi saya.					
3	Pengalaman menggunakan aplikasi Tring terasa menyenangkan.					
Indikator Kecepatan dan Kinerja						
1	Proses transaksi pada aplikasi Tring berlangsung dengan cepat.					
2	Aplikasi Tring jarang mengalami gangguan saat digunakan.					
3	Sistem aplikasi Tring berjalan dengan lancar saat melakukan transaksi.					
Indikator Keamanan						
1	Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan aplikasi Tring.					

2	Saya merasa transaksi pada aplikasi Tring terlindungi dengan baik.					
3	Saya percaya aplikasi Tring memiliki sistem keamanan yang baik.					

Bagian 3: USER INTERFACE (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator Tampilan Visual						
1	Tampilan aplikasi Tring terlihat menarik.					
2	Warna yang digunakan pada aplikasi Tring nyaman dilihat.					
3	Desain aplikasi Tring terlihat modern.					
Indikator Tata Letak Menu						
1	Tata letak menu pada aplikasi Tring mudah dipahami.					
2	Susunan fitur dalam aplikasi Tring tersusun dengan rapi.					
3	Saya mudah menemukan menu yang dibutuhkan.					
Indikator Navigasi						
1	Navigasi pada aplikasi Tring mudah digunakan.					
2	Ikon-ikon pada aplikasi Tring mudah dikenali.					
3	Saya dapat berpindah menu dengan mudah.					
Indikator Kejelasan Informasi						

1	Informasi pada aplikasi Tring ditampilkan dengan jelas.					
2	Tulisan pada aplikasi Tring mudah dibaca.					
3	Tampilan aplikasi membantu saya memahami fitur yang tersedia.					

Bagian 4 : KEPUASAN NASABAH (Y)

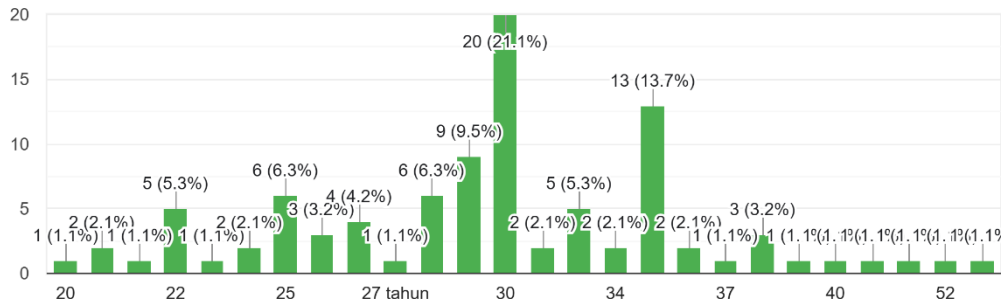
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator kepuasan Penggunaan						
1	Saya merasa puas menggunakan aplikasi Tring.					
2	Aplikasi Tring memenuhi harapan saya dalam bertransaksi.					
3	Aplikasi Tring membantu mempermudah aktivitas transaksi saya.					
Indikator Loyalitas Pengguna						
1	Saya berniat terus menggunakan aplikasi Tring di masa mendatang.					
2	Saya akan tetap menggunakan aplikasi Tring dibandingkan aplikasi lain.					
3	Saya merasa keputusan menggunakan aplikasi Tring adalah keputusan yang tepat.					
Indikator Rekomendasi						
1	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Tring kepada orang lain.					
2	Saya akan mendorong orang lain untuk menggunakan aplikasi Tring.					

3	Secara keseluruhan, saya puas terhadap layanan aplikasi Tring.				
---	--	--	--	--	--

Lampiran 3

Umur

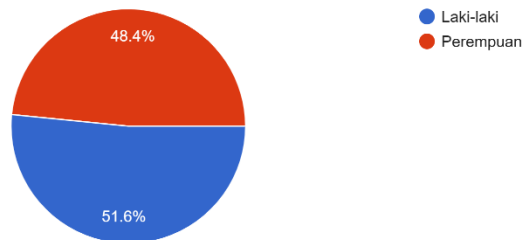
95 responses



Tabel 5. 1 Jenis Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin

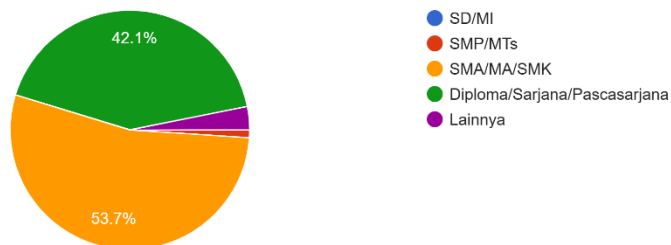
95 responses



Tabel 5. 2 Jenis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pendidikan Terakhir

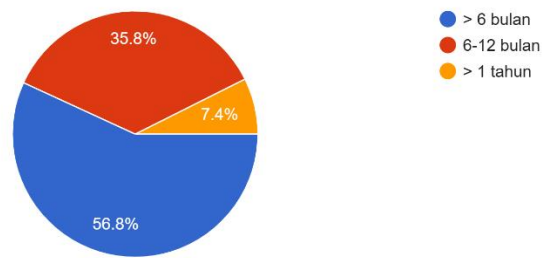
95 responses



Tabel 5. 3 Jenis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Lama Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian

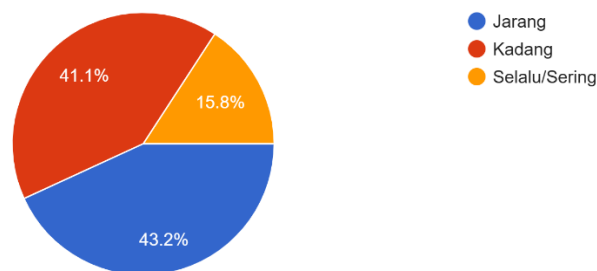
95 responses



Tabel 5. 4 Jenis Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian

Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian

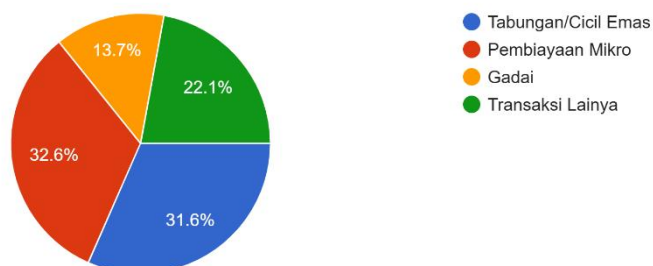
95 responses



Tabel 5. 5 Jenis Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian

Jenis Transaksi yang Digunakan

95 responses



Tabel 5. 6 Jenis Responden Berdasarkan Jenis Transaksi Yang Digunakan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Abdur Rahman Wahid Pulungan
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 15 Oktober 1999
Alamat : Jl. Karya Bakti No. 1 Medan
Email : abdurrahmanwahidp@gmail.com
Nomor Telepon : 081280600183

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Swasta At-Taufiq Medan, Tahun 2006-2011
2. SMP Negeri 35 Medan, Tahun 2011-2014
3. SMK Swasta Al-Fattah Medan, Tahun 2014-2017
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Tahun 2021-2026.

III. PENGALAMAN ORGANISASI

1. PK IMM FAI UMSU [Sekretaris Bidang Organisasi – 2022/2023]
2. Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bantan, Kecamatan Dolok Masihul,

Kabupaten Serdang bedagai Tahun 2025

IV. PENGALAMAN PENELITIAN DAN PUBLIKASI

1. Artikel Jurnal “Implementasi Pelatihan Literasi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Pemahaman Ekonomi Islam di SMK Negeri 1 Dolok Masihul”.
2. Skripsi: Pengaruh User Experience dan User Interface Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Tring by Pegadaian Dalam Transaksi Digital (Studi Kasus Pada Nasabah di PT. Pegadaian CPS Setia Budi)

VI. KETERAMPILAN

- Digital Marketing
- Data Analyst
- Riset Pasar dan Analisis Data
- Public Speaking dan Presentasi

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, April 2026

Abdur Rahman Wahid Pulungan