



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PROMOSI, DAN CITRA MENGGAJAI TERHADAP *AWARENESS* GAJAI TABUNGAN EMAS VIA APLIKASI TRING PT PEGADAIAN



Disusun Oleh :

SITI ZAHRA PRAMESTI/2204421003

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PROMOSI, DAN CITRA
MENGGADAI TERHADAP *AWARENESS* GADAI TABUNGAN
EMAS VIA APLIKASI TRING PT PEGADAIAN**



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari
Politeknik Negeri Jakarta

Disusun Oleh :

Siti Zahra Pramesti/2204421003

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2026



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Siti Zahra Pramesti
NIM : 2204421003
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan

Depok, 26 Juni 2026

Materai 10.000



Siti Zahra Pramesti
NIM. 2204421003

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Siti Zahra Pramesti
NIM : 2204421003
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadai Terhadap *Awareness* Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar S.Tr.M., pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Efriyanto, S.E.,M.M.
Anggota Penguji : Tetty Rimenda, S.E.,M.Si.

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 02 Juli 2026

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.

NIP. 19700913199903100



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Pada tanggal 01/07/2026 skripsi yang disusun oleh:

Nama : Siti Zahra Pramesti
NIM : 2204421003
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadai Terhadap *Awareness* Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian

Telah disetujui untuk diteruskan ke tahap sidang akhir sesuai dengan jadwal yang akan ditetapkan kemudian.

Disetujui oleh Pembimbing:

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si
NIP. 196211161992032001

Diketahui Oleh
Kepala Program Studi
Keuangan dan Perbankan

Heri Abrianto, S.E., M.M.
NIP. 196510051997021001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadaai Terhadap *Awareness* Gadaai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk menempuh ujian skripsi pada program studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses pelaksanaan hingga penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa hasil yang dicapai tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku direktur Politeknik Negeri Jakarta, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan bagi penulis selama menempuh pendidikan.
2. Dr. Bambang Waluyo, S.E., AK., CA., SAS, M.Si, selaku ketua jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, atas arahan dan kebijakan yang mendukung kelancaran proses akademik.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M., selaku kepala program studi Keuangan Dan Perbankan Terapan Politeknik Negeri Jakarta, yang senantiasa memberikan bimbingan serta motivasi kepada penulis.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan bimbingan dan memberikan dukungan skripsi.
5. Bapak Efriyanto S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
6. Kedua orangtua dan keluarga yang sudah mendukung penulis sehingga berada dititik ini.
7. Rizki Adi Prasetyo, selaku pasangan penulis, yang telah menjadi bagian terpenting dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap doa, perhatian, dukungan, kesabaran, dan kasih sayang yang tidak pernah putus. Terima kasih telah hadir sebagai sosok yang selalu menguatkan ketika penulis merasa lelah, meyakinkan ketika penulis mulai ragu, serta tetap membersamai dalam setiap suka maupun duka hingga akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan terbesar penulis mampu bertahan dan menyelesaikan setiap proses dengan penuh semangat.
8. My Girls, Silmi, Reni, Pasya, Amanah, Najla, dan Tanti yang terus mendukung penulis serta saling menguatkan satu sama lain dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
9. Diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan dan berjuang dari peliknya rintangan dalam menyelesaikan penelitian ini.



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Zahra Pramesti
NIM : 2204421003
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadai Terhadap *Awareness* Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring Pt Pegadaian”

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 02 Juli 2026

Yang Menyatakan

Siti Zahra Pramesti

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Siti Zahra Pramesti
Keuangan dan Perbankan Terapan

Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadaikan Terhadap *Awareness* Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring Pt Pegadaian

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, promosi, dan citra menggadaikan terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian. Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Data diperoleh dari 166 responden yang merupakan nasabah tabungan emas PT Pegadaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *awareness* nasabah (t hitung = 2,140; sig. = 0,035), dan promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *awareness* nasabah (t hitung = 4,397; sig. = 0,000) dengan koefisien regresi tertinggi sebesar 0,396, menjadikan promosi sebagai variabel yang paling dominan. Sebaliknya, citra menggadaikan tidak berpengaruh signifikan terhadap *awareness* nasabah (t hitung = 0,198; sig. = 0,843). Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap *awareness* nasabah (F hitung = 29,570; sig. = 0,000), dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,480 yang berarti ketiga variabel mampu menjelaskan 48,0% variasi *awareness* nasabah.

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan *awareness* nasabah terhadap Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian perlu dilakukan secara terpadu, dengan memperkuat program literasi keuangan, mengintensifkan kegiatan promosi melalui berbagai saluran komunikasi pemasaran, serta secara bertahap membangun citra menggadaikan yang lebih positif dan modern di benak masyarakat luas.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Promosi, Citra Menggadaikan, *Awareness*, Gadai Tabungan Emas, Aplikasi Tring!



Siti Zahra Pramesti
Applied Finance and Banking

The Influence of Financial Literacy, Hedonistic Lifestyle (Self-Reward), and Self Control on Financial Management Behavior Among Gen Z in Bogor City

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy, promotion, and pawning image on customer awareness of the Gold Savings Pawning feature via the Tring! application by PT Pegadaian. The methodology employed is quantitative with multiple linear regression analysis using IBM SPSS version 26. Data were collected from 166 respondents who are gold savings customers of PT Pegadaian.

The results indicate that partially, financial literacy has a positive and significant effect on customer awareness ($t = 2.140$; $\text{sig.} = 0.035$), and promotion also has a positive and significant effect on customer awareness ($t = 4.397$; $\text{sig.} = 0.000$) with the highest regression coefficient of 0.396, making promotion the most dominant variable. Conversely, pawning image does not significantly affect customer awareness ($t = 0.198$; $\text{sig.} = 0.843$). Simultaneously, all three independent variables have a positive and significant effect on customer awareness ($F = 29.570$; $\text{sig.} = 0.000$), with a coefficient of determination (R Square) of 0.480, indicating that the three variables explain 48.0% of the variation in customer awareness.

This study concludes that improving customer awareness of the Gold Savings Pawning feature via the Tring! application requires an integrated approach, including strengthening financial literacy programs, intensifying promotional activities across various marketing communication channels, and gradually building a more positive and modern pawning image in the public's perception.

Keywords: *Financial Literacy, Promotion, Pawning Image, Awareness, Gold Savings Pawning, Tring! Application*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Theory Brand Awareness</i>	11
2.1.2 <i>Awareness</i>	12
2.1.3 Literasi Keuangan	12
2.1.4 Promosi	13
2.1.5 Citra Menggadaai.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.4 Pengembangan Hipotesis	19
2.4.1 Faktor Literasi Keuangan	19
2.4.2 Faktor Promosi	20
2.4.3 Faktor Citra Menggadaai	21



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.2.1 Objek Penelitian	23
3.2.2 Subjek Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi Penelitian	24
3.3.2 Sampel Penelitian.....	25
3.3.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	25
3.4 Jenis dan Sumber Data	26
3.5 Metode Pengumpulan Data	27
3.5.1 Kuesioner Terstruktur	27
3.5.2 Metode Analisis Data dengan SPSS — Regresi Linear Berganda.....	27
3.5.3 Uji Validitas	28
3.5.4 Uji Reliabilitas	29
3.5.5 Uji Asumsi Klasik	29
3.5.6 Uji Normalitas	29
3.5.7 Uji Multikolinearitas	30
3.5.8 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.5.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.5.10 Uji Hipotesis.....	31
3.6 Variabel Operasional.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Responden	34
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	36
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Aplikasi Tring	36
4.2 Hasil Uji Instrumen Data	37
4.2.1 Uji Validitas	37
4.2.2 Uji Reabilitas.....	38
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	39



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3.1	Hasil Uji Normalitas	39
4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
4.3.3	Hasil Uji Heteroskedostisitas	40
4.4	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41
4.5	Hasil Uji Hipotesis	43
4.5.1	Hasil Uji T (Uji Parsial)	43
4.5.2	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	44
4.5.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
4.6	Pembahasan.....	46
4.6.1	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap <i>Awareness</i> Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian.....	46
4.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap <i>Awareness</i> Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian	47
4.6.3	Pengaruh Citra Menggadaai Terhadap <i>Awareness</i> Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian.....	48
4.6.4	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap <i>Awareness</i> Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian, Promosi dan Citra Menggadaai	49
BAB V KESIMPULAN.....		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....		53
LAMPIRAN.....		55

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nasabah Aktif Pegadaian	5
Gambar 1. 2 Pertumbuhan dan Penurunan OSL (GTE).....	6
Gambar 2. 1 Bagan Teori Penelitian	11
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	36
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Aplikasi Tring	37
Gambar 4. 6 Heteroskedostisitas.....	41





DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	32
Tabel 4. 1 Uji Validitas	38
Tabel 4. 2 Uji Reabilitas	38
Tabel 4. 3 Uji Normalitas	39
Tabel 4. 4 Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4. 5 Regresi Linear Berganda.....	41
Tabel 4. 6 Uji T	43
Tabel 4. 7 Uji F	44
Tabel 4. 8 Koefisien Determinasi.....	45

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu.....	55
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 3 Data Penelitian.....	62
Lampiran 4 Lembar Bimbingan	65
Lampiran 5 Generative AI	66





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar-besaran dalam industri jasa keuangan di Indonesia. Transformasi digital tidak lagi sekadar pelengkap layanan konvensional, melainkan telah menjadi tulang punggung ekosistem keuangan modern yang menuntut kecepatan, kemudahan, dan aksesibilitas tanpa batas ruang dan waktu (Purwanti, 2026). Fenomena ini secara nyata tercermin dalam kinerja PT Pegadaian (Persero) sebagai lembaga keuangan non-bank tertua di Indonesia, yang mencatat lonjakan transaksi digital secara eksponensial dalam dua tahun terakhir.

Pada tahun 2024, Pegadaian membukukan 8,02 juta transaksi digital dengan 1,34 juta nasabah aktif melalui layanan aplikasi Pegadaian Digital dan Pegadaian Syariah Digital. Fondasi kuat tersebut berhasil dikonversi menjadi pertumbuhan eksponensial di tahun 2025. Sepanjang tahun 2025, Pegadaian mencatatkan lebih dari 34 juta transaksi digital, melonjak sekitar 324 persen secara tahunan (*Year on Year/YoY*). Dari sisi basis pengguna, jumlah nasabah aktif transaksi digital tahunan melampaui 4,6 juta nasabah, meningkat drastis sebesar 244 persen *YoY*, angka yang mencerminkan peningkatan kepercayaan publik serta adaptasi masyarakat yang semakin luas terhadap layanan finansial digital Pegadaian (Dody, S, 2026).

Akselerasi digital tersebut semakin diperkuat dengan kehadiran *platform* terintegrasi Tring! yang resmi diluncurkan pada Oktober 2025. Tring! merupakan aplikasi terintegrasi yang menggabungkan dua aplikasi Pegadaian sebelumnya, yaitu Pegadaian Digital dan Pegadaian Syariah Digital. Sejak diluncurkan pada Oktober 2025, *platform* ini telah mencatatkan lebih dari 3 juta nasabah yang melakukan proses *onboarding*, dengan nilai transaksi kumulatif menembus angka hingga Rp21 triliun. Salah satu fitur strategis yang hadir dalam aplikasi Tring! adalah Gadai Tabungan Emas dengan layanan yang memungkinkan nasabah menggadaikan saldo tabungan emas secara penuh digital tanpa harus hadir secara fisik ke kantor cabang, dengan proses pencairan dana yang dapat diselesaikan dalam hitungan menit (Pegadaian Dalam Berita, 2026).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kehadiran fitur Gadai Tabungan Emas via Tring ini merupakan lompatan inovasi yang signifikan dibandingkan era gadai konvensional. Pegadaian meluncurkan layanan digital sebagai alat untuk mempermudah akses masyarakat saat berinvestasi dan bertransaksi emas tanpa harus mendatangi outlet Pegadaian, akan tetapi nasabah juga masih dapat datang langsung ke outlet untuk transaksi manual. Dengan demikian, fitur gadai digital membuka alternatif baru yang sebelumnya tidak tersedia yakni nasabah kini dapat mengkonversi saldo tabungan emas menjadi dana likuid secara instan, fleksibel, dan sepenuhnya digital tanpa antrian, tanpa batas jam operasional, dan tanpa keharusan menyerahkan emas fisik (Sahabat Pegadaian dalam Edukasi, 2026).

Namun di balik pertumbuhan transaksi digital yang impresif tersebut, terdapat paradoks yang menarik untuk dikaji secara akademis. Meskipun total transaksi digital Pegadaian melonjak 324 persen, pemanfaatan fitur Gadai Tabungan Emas secara spesifik belum mencerminkan pertumbuhan yang setara. Hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang membahas secara khusus mengenai penggunaan aplikasi terbaru Tring *by* Pegadaian dalam mempermudah layanan gadai emas secara digital, mengindikasikan bahwa ekosistem akademis dan kesadaran publik terhadap fitur ini masih berada pada tahap yang sangat awal. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara ketersediaan layanan digital yang canggih dengan tingkat *awareness* (kesadaran) nasabah bahwa mereka memiliki alternatif gadai emas yang dapat dilakukan secara *online* dan fleksibel melalui aplikasi Tring.

Pertama, dari sisi literasi keuangan, rendahnya *awareness* terhadap Gadai Tabungan Emas digital tidak dapat dilepaskan dari kondisi literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2024, indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 65,43 persen, sementara indeks inklusi keuangan berada di angka 75,02 persen. Kesenjangan sebesar 9,59 persen ini secara tegas mengindikasikan bahwa jutaan masyarakat Indonesia sudah menggunakan produk keuangan, termasuk tabungan emas Pegadaian, namun belum memiliki pemahaman yang memadai tentang seluruh fitur dan layanan yang tersedia dalam produk tersebut (SNLIK, 2025).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi tabungan emas, yang secara logis berimplikasi bahwa rendahnya literasi keuangan turut menghambat *awareness* nasabah terhadap ketersediaan fitur gadai digital sebagai instrumen manajemen likuiditas dari saldo emas yang dimiliki. Terdapat kontradiksi temuan empiris yakni di satu sisi literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di *platform* digital, namun di sisi lain tidak berpengaruh signifikan dalam konteks investasi tabungan emas pada sebagian penelitian lainnya. Kondisi *research gap* ini justru memperkuat urgensi penelitian lebih lanjut tentang peran literasi keuangan terhadap *awareness* spesifik pada produk turunan tabungan emas, yaitu Gadai Tabungan Emas digital.

Kedua, dari sisi promosi, keberhasilan sebuah produk keuangan baru dalam membangun *awareness* di benak konsumen sangat ditentukan oleh efektivitas strategi promosi yang diterapkan. Tantangan dalam pemasaran produk tabungan emas termasuk kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk dan stigma bahwa Pegadaian hanya berfokus pada layanan gadai konvensional. Namun, peluang untuk meningkatkan pemahaman ini melalui seminar, *workshop*, dan kampanye edukasi sangat terbuka lebar, di mana penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang mengedepankan edukasi dapat meningkatkan minat dan *awareness* masyarakat. Dalam konteks fitur Gadai Tabungan Emas via Tring! yang baru diluncurkan, promosi yang efektif, baik melalui media sosial, iklan digital, program referral, maupun edukasi keuangan langsung yang menjadi faktor krusial dalam membangun kesadaran awal (*initial awareness*) yang merupakan tahap pertama dalam proses pengambilan keputusan konsumen. (Persepsi et al., n.d.) membuktikan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di Pegadaian, namun studi tentang peran promosi terhadap *awareness* spesifik pada fitur gadai digital masih sangat terbatas dalam literatur yang ada.

Ketiga, dari sisi citra menggadai, salah satu hambatan terbesar dalam meningkatkan *awareness* terhadap layanan Gadai Tabungan Emas adalah stigma sosial negatif yang secara historis melekat pada aktivitas menggadai di Indonesia. Dalam persepsi sebagian besar masyarakat, menggadai identik dengan tanda kesulitan finansial, ketidakmampuan mengelola keuangan, atau kondisi darurat

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

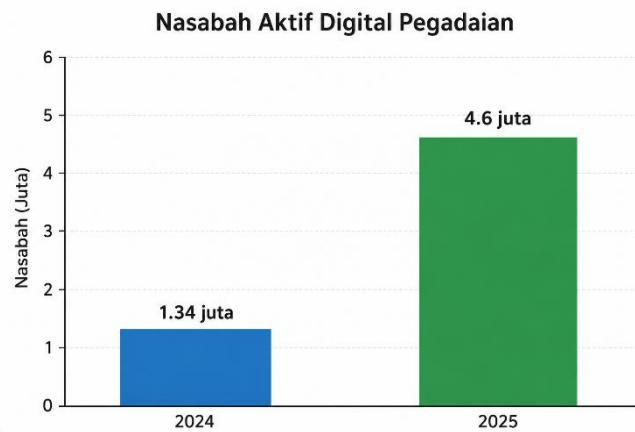
ekonomi yang memalukan. Stigma ini secara langsung menghambat tumbuhnya kesadaran positif masyarakat terhadap gadai sebagai instrumen manajemen keuangan yang cerdas dan fleksibel. (Emas et al., 2026) menemukan bahwa persepsi merek dan kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan gadai emas syariah, mengindikasikan bahwa citra produk dan institusi berperan penting dalam membentuk *awareness* yang positif. Di era digital, citra menggadai berpotensi bertransformasi dari yang semula negatif dan memalukan menjadi solusi keuangan yang *modern*, fleksibel, dan *worthy* untuk diketahui publik namun transformasi persepsi ini memerlukan upaya yang terstruktur dan terukur.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan yang telah diuraikan di atas, terdapat kebutuhan krusial untuk mengkaji secara empiris faktor-faktor yang memengaruhi *awareness* nasabah terhadap Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring PT Pegadaian. Hingga saat ini PT Pegadaian belum mempublikasikan data spesifik mengenai jumlah pengguna maupun volume transaksi Gadai Tabungan Emas via Tring. Keterbatasan data tersebut justru menunjukkan bahwa fitur ini masih relatif baru dan belum banyak dikaji secara akademis maupun dikenal secara luas oleh masyarakat. Ketiga faktor tersebut yaitu literasi keuangan, promosi, dan citra menggadai diduga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan meningkatkan *awareness* nasabah tabungan emas terhadap ketersediaan layanan gadai digital yang fleksibel dan *modern* ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengangkat judul "*Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadai terhadap Awareness Gadai Tabungan Emas via Aplikasi Tring! PT Pegadaian.*"



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, inti permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. 1 Nasabah Aktif Pegadaian

Sumber: Laporan Internal PT Pegadaian

Berdasarkan data diatas, transaksi digital PT Pegadaian mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari 8,02 juta transaksi pada tahun 2024 menjadi 34 juta transaksi pada tahun 2025, atau tumbuh sebesar 324% (YoY). Sejalan dengan itu, jumlah nasabah aktif digital juga meningkat dari 1,34 juta menjadi 4,6 juta nasabah, dengan pertumbuhan sebesar 244% (YoY). Peningkatan tersebut menunjukkan semakin tingginya adopsi layanan keuangan digital oleh masyarakat serta keberhasilan transformasi digital yang dilakukan Pegadaian melalui berbagai inovasi layanan, termasuk aplikasi Tring dan fitur emas digital. Fenomena ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin terbiasa memanfaatkan layanan berbasis aplikasi yang dinilai lebih praktis, cepat, dan mudah diakses. Pertumbuhan transaksi dan jumlah pengguna yang terus meningkat juga mencerminkan meningkatnya *awareness* masyarakat terhadap layanan digital Pegadaian, yang diduga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti literasi keuangan, promosi digital, dan persepsi masyarakat terhadap layanan gadai.

Kondisi ini menjadi semakin relevan untuk dikaji ketika melihat besarnya potensi yang sesungguhnya dimiliki oleh fitur Gadai Tabungan Emas. Per akhir tahun 2024, PT Pegadaian mencatat jumlah rekening tabungan emas aktif telah melampaui 12 juta rekening yang berarti ada 12 juta potensi pengguna fitur gadai

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

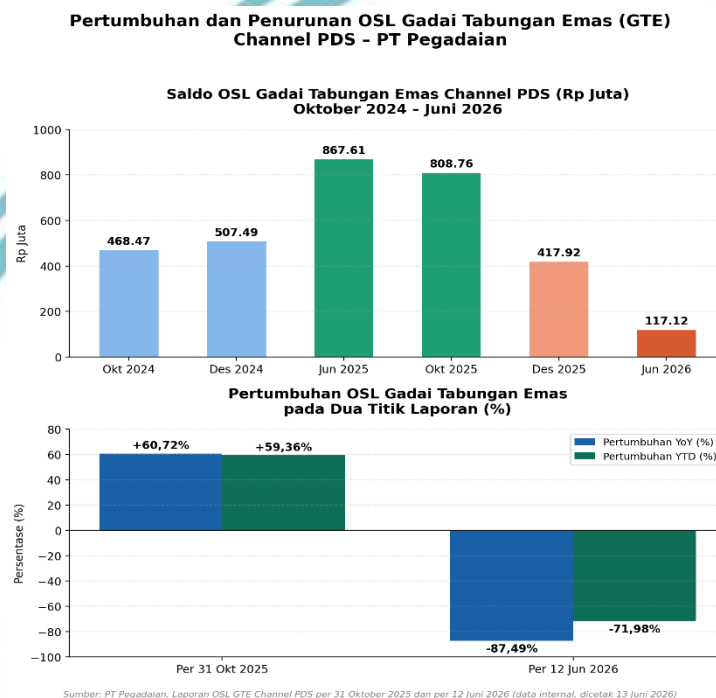
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

digital ini. Namun dari angka yang sangat besar tersebut, pemanfaatan fitur Gadai Tabungan Emas secara digital belum mencerminkan proporsi yang setara. Mayoritas dari 12 juta nasabah tersebut hanya menggunakan tabungan emas sebagai instrumen investasi atau menabung secara pasif, tanpa menyadari bahwa saldo emas yang mereka miliki dapat difungsikan secara aktif sebagai agunan gadai digital untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak yakni kapan saja, di mana saja, tanpa harus meninggalkan pekerjaan atau rumah, hanya melalui genggaman *smartphone* mereka.



Gambar 1. 2 Pertumbuhan dan Penurunan OSL (GTE)

Sumber: Laporan Internal PT Pegadaian

Data OSL (*Outstanding Loan*) Gadai Tabungan Emas *channel* Tring PT Pegadaian menunjukkan pola pertumbuhan yang tidak stabil dan cenderung bersifat sementara (*non-sustainable*). Pada periode awal peluncuran, yaitu Oktober 2024 hingga Juni 2025, saldo OSL mengalami tren kenaikan signifikan dari Rp468,47 juta menjadi titik tertinggi Rp867,61 juta, dengan pertumbuhan YoY mencapai +60,72% dan YTD +59,36% pada Oktober 2025. Namun, tren positif ini tidak bertahan lama. Sejak Desember 2025 hingga Juni 2026, saldo OSL justru



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengalami kontraksi tajam hingga tersisa Rp117,12 juta, atau turun -71,98% secara YTD dan -87,49% secara YoY dibandingkan posisi tertinggi setahun sebelumnya.

Diduga bahwa permasalahan *awareness* terhadap layanan Gadai Tabungan Emas digital dipengaruhi oleh interaksi antara faktor literasi keuangan, promosi, dan citra menggadai yang tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berkaitan dan berpotensi membentuk suatu siklus yang saling memperkuat. Rendahnya tingkat literasi keuangan diduga menyebabkan sebagian nasabah belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai mekanisme, manfaat, dan keunggulan fitur Gadai Tabungan Emas, sehingga mereka cenderung bergantung pada informasi yang diperoleh melalui kegiatan promosi. Namun, apabila promosi yang dilakukan belum mampu menjangkau masyarakat secara optimal, maka keterbatasan informasi tersebut berpotensi memunculkan atau mempertahankan persepsi lama mengenai aktivitas gadai yang identik dengan kesulitan ekonomi. Selanjutnya, citra menggadai yang masih dipandang negatif oleh sebagian masyarakat diduga dapat menimbulkan resistensi psikologis terhadap informasi maupun promosi yang diterima. Akibatnya, meskipun promosi telah dilakukan, efektivitasnya dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap layanan Gadai Tabungan Emas dapat menjadi kurang optimal.

Kesenjangan antara potensi dan realisasi inilah yang secara akademis menuntut kajian empiris yang mendalam. Diperlukan pembuktian kuantitatif tentang seberapa besar kontribusi masing-masing dari ketiga variabel yaitu literasi keuangan (X1), promosi (X2), dan citra menggadai (X3) dalam menjelaskan variasi *awareness* nasabah (Y) terhadap Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian. Pemahaman empiris tentang hubungan kausal ini tidak hanya penting bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa keuangan digital, tetapi juga krusial sebagai dasar pengambilan keputusan strategis bagi PT Pegadaian dalam merancang intervensi yang tepat, apakah yang perlu diprioritaskan adalah program edukasi keuangan, intensifikasi kampanye promosi digital, atau *rebranding* citra gadai guna mengkonversi jutaan nasabah tabungan emas yang *aware* menjadi pengguna aktif Gadai Tabungan Emas digital yang fleksibel dan *modern*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian?
3. Apakah citra menggadai berpengaruh terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian?
4. Apakah literasi keuangan, promosi, dan citra menggadai secara simultan berpengaruh terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh literasi keuangan terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh promosi terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh citra menggadai terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh literasi keuangan, promosi, dan citra menggadai secara simultan terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! PT Pegadaian.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa keuangan dan perilaku konsumen digital, khususnya memperkaya kajian empiris



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tentang faktor-faktor pembentuk *brand awareness* pada produk keuangan digital berbasis emas.

- b. mengintegrasikan konsep *awareness* dari teori hierarki efek pemasaran (*hierarchy of effects*) dengan variabel literasi keuangan dalam konteks layanan keuangan digital.
- c. menjadi landasan bagi penelitian lanjutan yang mengkaji *awareness*, minat, dan keputusan transaksi dalam ekosistem digital PT Pegadaian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT Pegadaian: Menyediakan data empiris tentang faktor-faktor yang menghambat dan mendorong *awareness* nasabah terhadap fitur Gadai Tabungan Emas di Tring!, sehingga dapat dijadikan dasar penyusunan strategi promosi, edukasi keuangan, dan manajemen citra merek yang lebih tepat sasaran.
- b. Bagi Nasabah: Meningkatkan kesadaran bahwa saldo tabungan emas yang dimiliki dapat dioptimalkan sebagai instrumen manajemen likuiditas yang fleksibel melalui fitur Gadai Tabungan Emas di aplikasi Tring!, bukan sekadar aset investasi pasif.
- c. Bagi Akademisi: Menjadi referensi empiris bagi penelitian-penelitian berikutnya yang mengkaji *awareness*, perilaku, dan pengambilan keputusan nasabah dalam ekosistem layanan keuangan digital di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab yang dijelaskan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini memberikan pengantar mengenai penelitian yang dilakukan, mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah yang menjadi fokus utama, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian. Selain itu, bab ini juga mengulas penelitian terdahulu. Pada bagian akhir, disusun kerangka



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pemikiran yang menghubungkan konsep-konsep yang dibahas dan mengarah pada pengembangan hipotesis penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk jenis penelitian yang dilakukan, objek penelitian yang menjadi fokus, metode pengambilan sampel yang digunakan beserta alasan pemilihannya, serta jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, dijelaskan juga teknik pengumpulan data serta metode analisis yang akan digunakan untuk mengolah data penelitian guna memperoleh hasil yang valid dan reliabel.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode statistik yang telah ditentukan, dan hasilnya dipaparkan dalam bentuk tabel, grafik, serta narasi yang menjelaskan temuan penelitian.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, yang disusun berdasarkan hasil analisis data pada bab sebelumnya. Kesimpulan yang diambil menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan di awal. Selain itu, dhariberikan pula saran bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan topik ini lebih lanjut dengan pendekatan atau variabel tambahan yang lebih luas.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas melalui aplikasi Tring! PT Pegadaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman nasabah mengenai konsep keuangan, manfaat, mekanisme, biaya, dan risiko layanan Gadai Tabungan Emas, maka semakin tinggi tingkat kesadaran nasabah terhadap keberadaan fitur tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan nasabah dalam memahami produk keuangan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengenalan dan pemahaman terhadap layanan Gadai Tabungan Emas.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas melalui aplikasi Tring! PT Pegadaian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penyampaian informasi melalui kegiatan promosi mampu meningkatkan pengetahuan dan pengenalan nasabah terhadap fitur Gadai Tabungan Emas digital. Semakin efektif promosi yang dilakukan melalui media digital, edukasi, maupun komunikasi pemasaran lainnya, maka semakin besar kemungkinan nasabah mengetahui dan mengingat keberadaan layanan tersebut.
3. Citra menggadai tidak berpengaruh signifikan terhadap *awareness* nasabah terhadap Gadai Tabungan Emas melalui aplikasi Tring! PT Pegadaian. Meskipun memiliki arah pengaruh yang positif, persepsi masyarakat mengenai aktivitas menggadai belum mampu meningkatkan kesadaran nasabah secara nyata terhadap layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan *awareness* tidak hanya dipengaruhi oleh citra menggadai, tetapi juga memerlukan dukungan dari faktor lain, seperti literasi keuangan dan promosi yang efektif. Oleh karena itu, PT Pegadaian perlu memperkuat strategi edukasi dan komunikasi pemasaran untuk membangun citra gadai yang lebih positif, modern, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sehingga *awareness* terhadap layanan Gadai Tabungan Emas dapat meningkat.

4. Literasi keuangan, promosi, dan citra menggadai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *awareness* nasabah atas Gadai Tabungan Emas melalui aplikasi Tring! PT Pegadaian. Kombinasi pemahaman keuangan yang baik, strategi promosi yang efektif, serta citra gadai yang positif mampu meningkatkan kemampuan nasabah dalam mengenali, mengingat, dan memahami manfaat layanan Gadai Tabungan Emas digital. Oleh karena itu, peningkatan *awareness* tidak hanya bergantung pada satu faktor, tetapi membutuhkan penguatan dari aspek edukasi, komunikasi pemasaran, dan persepsi masyarakat terhadap layanan gadai.

5.2 Saran

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian, berikut adalah saran yang dapat diberikan kepada PT Pegadaian dan peneliti selanjutnya:

1. Bagi PT Pegadaian, disarankan untuk terus meningkatkan *awareness* nasabah terhadap layanan Gadai Tabungan Emas melalui aplikasi Tring! dengan memperkuat program edukasi literasi keuangan, khususnya mengenai manfaat, mekanisme, biaya, dan keunggulan fitur gadai digital. Selain itu, strategi promosi perlu terus dikembangkan melalui media digital, konten edukatif, serta komunikasi yang lebih mudah dipahami agar informasi mengenai layanan dapat menjangkau lebih banyak nasabah. PT Pegadaian juga perlu mempertahankan dan meningkatkan citra gadai sebagai layanan keuangan yang modern, aman, dan praktis sehingga dapat mengurangi stigma negatif terhadap aktivitas gadai.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar penelitian ini yang dapat memengaruhi *awareness* nasabah, seperti kepercayaan digital, kemudahan penggunaan aplikasi, persepsi risiko, atau kualitas layanan. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah responden, lokasi penelitian, serta menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *awareness* layanan keuangan digital PT Pegadaian.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Diponegoro, U. (2011). *ghazali*.
- Emas, G., Pt, P., Syariah, B., & Kantor, I. (2026). *PENGARUH MEREK , HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT LOMBOK PANCOR*. 6(1), 1–12.
<https://doi.org/10.55587/jla.v6i1.206>
- Febriyan, P. A. N., Satoto, E. B., & Sari, M. I. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Investasi , Literasi Keuangan , Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas (Studi Kasus PT . Pegadaian Persero CP Jember)*. 03(02), 104–117.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered
- Huang, R., & Sarigöllü, E. (2012). How brand awareness relates to market outcome , brand equity , and the marketing mix ☆. *Journal of Business Research*, 65(1), 92–99. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.02.003>
- Kinanti, N. A. (2025). *Peningkatan Literasi Keuangan dalam Pemilihan Produk Perbankan melalui Strategi Promosi*. 5(1), 39–45.
<https://doi.org/10.59431/ajad.v5i1.448>
- Literacy, I. F., & Towards, B. I. (n.d.). *Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank*. 13(1), 95–106.
- Literasi, P., Dan, K., Risiko, T., Investasi, K., Emas, T., Di, N., Pegadaian, P. T., Cabang, P., & Jati, K. (2022). *JIMA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. 2(1), 32–42.
- Pembelian, K., Pada, S., Tabungan, P., Di, E., Pegadaian, P. T., Jepara, C. P., Nisa, C., & Widyasari, S. (2023). *Purchasing Decisions (Study On Gold Saving Product At PT Pegadaian CP Jepara) Pengaruh Pengetahuan Produk , Persepsi Resiko , Dan Citra Perusahaan Terhadap*. 4(5), 7135–7143.
- Persepsi, D. A. N., Keputusan, T., Muhammadiyah, U., & Pekalongan, P. (n.d.). *THE EFFECT OF PROMOTION , SERVICE QUALITY , MOTIVATION , AND PERCEPTION ON CUSTOMER DECISIONS TO CHOOSE GOLD SAVINGS PRODUCTS AT PEKALONGAN*. 47–74.
- Promosi, P., Keuangan, L., Persepsi, D. A. N., Terhadap, R., Menabung, M., Bank, E., Abc, S., & Kesadaran, M. (2024). *THE INFLUENCE OF PROMOTION , FINANCIAL LITERACY AND PERCEIVED RISK ON THE SAVING INTENTION OF GOLD SAVING PRODUCT IN BANK SYARIAH ABC THROUGH BRAND AWARENESS MEDIATION*. 10(2), 645–659.
- Regency, B. (2025). *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Produk Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) CP Bontobahari Kabupaten Bulukumba*. 3(3), 186–197.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<https://doi.org/10.56326/access.v3i3.3119>

Riswa, K. N. (2026). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Digital terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Byond : Studi Kuantitatif pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Bukittinggi*. 5(2), 177–185.

SNLK, O. (2025). *Penghargaan g i i t a l i d J K e*. 1–52.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In Bandung: Alfabeta.

Wahyoedi, S., & Effendi, M. (2021). *The Role Of Brand Image As Mediating Variable In The Influence Of Price And Promotion On Buying Interest (Study Case On Hyundai Electric Car)*. 1743–1754.

Diponegoro, U. (2011). *ghazali*.

Emas, G., Pt, P., Syariah, B., & Kantor, I. (2026). *PENGARUH MEREK , HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT LOMBOK PANCOR*. 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.55587/jla.v6i1.206>

Febriyan, P. A. N., Satoto, E. B., & Sari, M. I. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Investasi , Literasi Keuangan , Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas (Studi Kasus PT . Pegadaian Persero CP Jember)*. 03(02), 104–117.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered

Huang, R., & Sarigöllü, E. (2012). How brand awareness relates to market outcome , brand equity , and the marketing mix ☆. *Journal of Business Research*, 65(1), 92–99. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.02.003>

Kinanti, N. A. (2025). *Peningkatan Literasi Keuangan dalam Pemilihan Produk Perbankan melalui Strategi Promosi*. 5(1), 39–45. <https://doi.org/10.59431/ajad.v5i1.448>

Literacy, I. F., & Towards, B. I. (n.d.). *Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image Towards Saving Intention in Sharia Bank*. 13(1), 95–106.

Literasi, P., Dan, K., Risiko, T., Investasi, K., Emas, T., Di, N., Pegadaian, P. T., Cabang, P., & Jati, K. (2022). *JIMA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. 2(1), 32–42.

Pembelian, K., Pada, S., Tabungan, P., Di, E., Pegadaian, P. T., Jepara, C. P., Nisa, C., & Widyasari, S. (2023). *Purchasing Decisions (Study On Gold Saving Product At PT Pegadaian CP Jepara) Pengaruh Pengetahuan Produk , Persepsi Resiko , Dan Citra Perusahaan Terhadap*. 4(5), 7135–7143.

Persepsi, D. A. N., Keputusan, T., Muhammadiyah, U., & Pekalongan, P. (n.d.). *THE EFFECT OF PROMOTION , SERVICE QUALITY , MOTIVATION , AND PERCEPTION ON CUSTOMER DECISIONS TO CHOOSE GOLD*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SAVINGS PRODUCTS AT PEKALONGAN. 47–74.

Promosi, P., Keuangan, L., Persepsi, D. A. N., Terhadap, R., Menabung, M., Bank, E., Abc, S., & Kesadaran, M. (2024). *THE INFLUENCE OF PROMOTION , FINANCIAL LITERACY AND PERCEIVED RISK ON THE SAVING INTENTION OF GOLD SAVING PRODUCT IN BANK SYARIAH ABC THROUGH BRAND AWARENESS MEDIATION. 10(2), 645–659.*

Regency, B. (2025). *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Produk Tabungan Emas pada PT Pegadaian (Persero) CP Bontobahari Kabupaten Bulukumba. 3(3), 186–197.*
<https://doi.org/10.56326/access.v3i3.3119>

Riswa, K. N. (2026). *Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Digital terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Byond : Studi Kuantitatif pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Bukittinggi. 5(2), 177–185.*

SNLK, O. (2025). *Penghargaan g i i t a a l i d JK e. 1–52.*

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.* Bandung: Alfabeta. In Bandung: Alfabeta.

Wahyoedi, S., & Effendi, M. (2021). *The Role Of Brand Image As Mediating Variable In The Influence Of Price And Promotion On Buying Interest (Study Case On Hyundai Electric Car). 1743–1754.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

NO	JURNAL	PEMBAHASAN	PERBEDAAN
1	Pengaruh Promosi, Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menabung Emas Bank Syariah ABC Melalui Kesadaran Merek. Wulan, Simanjuntak & Taryana (2024) (Promosi et al., 2024)	meneliti pengaruh promosi, literasi keuangan, dan persepsi risiko terhadap minat menabung emas, dengan kesadaran merek (<i>brand awareness</i>) sebagai variabel mediasi, pada nasabah bank syariah menggunakan SEM-PLS (206 responden).	jurnal ini menempatkan <i>awareness</i> sebagai variabel mediasi/antara, bukan sebagai variabel dependen utama (Y), objeknya tabungan emas konvensional di bank syariah (bukan fitur gadai digital), dan tidak memasukkan variabel citra menggadai. ²
2	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas. Nasution & Lubis (2022). (Emas et al., 2026)	menganalisis secara kuantitatif pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di lembaga keuangan syariah.	Jurnal ini hanya menggunakan satu variabel independen (literasi keuangan saja, tanpa promosi dan citra menggadai), variabel Y berupa minat (bukan <i>awareness</i>), dan objeknya gadai emas syariah konvensional bukan fitur digital Tring.
3	Peningkatan Literasi Keuangan dalam Pemilihan Produk Perbankan melalui Strategi Promosi. Kinanti & Wikartika (2025). (Kinanti, 2025)	kegiatan pengabdian masyarakat berupa edukasi literasi keuangan kepada mahasiswa melalui strategi promosi berbasis digital (media sosial), dievaluasi dengan kuesioner <i>purposive sampling</i> .	ini adalah penelitian pengabdian masyarakat (bukan kuantitatif asosiatif-kausal dengan regresi linear berganda dan SPSS), literasi keuangan justru menjadi variabel



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			dependen/hasil dan tidak ada variabel citra menggadai.
4	<i>Islamic Financial Literacy, Promotion, and Brand Image towards Saving Intention in Sharia Bank.</i> Rozikin & Sholekhah (2020). (Literacy & Towards, n.d.)	meneliti pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, dan citra merek (brand image) terhadap minat menabung di bank syariah, menggunakan metode kuantitatif regresi berganda.	kombinasi variabel X-nya sangat mirip (literasi keuangan, promosi, citra), namun variabel Y adalah minat menabung (bukan <i>awareness</i>), citra yang diukur adalah <i>brand image</i> institusi (bukan citra menggadai secara spesifik), dan objeknya produk tabungan bank syariah umum bukan fitur gadai digital Pegadaian.
5	Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Digital terhadap Minat Menggunakan Aplikasi <i>Byond by</i> BSI (Studi Kuantitatif pada Nasabah BSI Bukittinggi). (Riswa, 2026)	meneliti pengaruh kepercayaan dan keamanan digital terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan terintegrasi <i>Byond by</i> BSI, menggunakan desain eksplanatori kuantitatif dengan regresi linear berganda dan SPSS pada 97 responden.	objek penelitian sama-sama aplikasi keuangan terintegrasi (mirip Tring), namun variabel X-nya kepercayaan dan keamanan digital (bukan literasi keuangan, promosi, citra menggadai), dan variabel Y-nya minat penggunaan (bukan <i>awareness</i>). Ini relevan sebagai pembanding karena objek "aplikasi <i>superapp</i> perbankan/lembaga keuangan baru" mirip dengan Tring!, namun fokus konstruksya berbeda total.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadai terhadap Awareness Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring PT Pegadaian”

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan, saya Siti Zahra Pramesti, mahasiswa Jurusan Akuntansi Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan dari Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul :

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PROMOSI, DAN CITRA MENGGADAI TERHADAP AWARENESS GADAI TABUNGAN EMAS VIA APLIKASI TRING PT PEGADAIAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra Menggadai terhadap Awareness Gadai Tabungan Emas Via Aplikasi Tring.

- 🕒 Waktu pengisian: ± 3–5 menit
- 📄 Jumlah pertanyaan: 20 item pernyataan

Kuesioner ini tidak memiliki jawaban benar atau salah. Oleh karena itu, diharapkan responden dapat memberikan jawaban secara jujur dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Seluruh data dan informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya, hanya digunakan untuk kepentingan akademik dan penelitian, serta tidak akan disebarluaskan kepada pihak manapun di luar keperluan penelitian ini.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memiliki Aplikasi Tring by Pegadaian
2. Berusia diatas 17 tahun
3. domisili jabodetabek

Terima kasih atas kesediaan Anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi Anda sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.

- I. Pertanyaan Penyaringan (*Screening*)
 1. Apakah anda memiliki aplikasi Tring! by Pegadaian
 - a. Ya, saya menggunakan aplikasi Tring!
 - b. Tidak, Tetapi tertarik untuk menggunakan aplikasi Tring!
- II. Pertanyaan Identitas Responden

No	Keterangan	Jawaban
1	Nama (Opsional)	Jawaban Opsional dan bisa inisial
2	Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3	Usia	☐ 17 tahun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		○ 18 - 22 tahun ○ 23 - 25 tahun ○ 26 - 30 tahun ○ > 30 tahun ○ Lainnya
4	Pendidikan Terakhir	○ SMA/SMK ○ Diploma (D1/D2/D3) ○ Sarjana (S1/S2) ○ Pascasarjana ○ Lainnya
5	Pekerjaan	○ Pelajar/Mahasiswa ○ Karyawan (BUMN/Swasta) ○ Pegawai Negeri Sipil (PNS) ○ Ibu Rumah Tangga ○ Lainnya
6	Penghasilan Per Bulan	○ < 1.000.000 ○ 1.000.000 - 3.000.000 ○ 3.000.000 - 5.000.000 ○ > 5.000.000 ○ Lainnya
7	Berapa lama anda sudah menggunakan aplikasi Tring! by Pegadaian?	○ < 3 bulan ○ 6 bulan ○ > 6 bulan
8	Tujuan menggunakan aplikasi Tring!	○ Konsumtif ○ Investasi
9	Frekuensi Menggunakan aplikasi Tring!	○ Setiap Hari ○ Beberapa kali dalam seminggu ○ Beberapa kali dalam sebulan ○ Tidak Pernah Bertransaksi

III. Pertanyaan Indikator Penelitian

Mohon baca setiap pernyataan dengan saksama, kemudian berikan penilaian yang paling sesuai dengan pendapat dan kondisi Anda yang sebenarnya dengan memilih salah satu angka pada skala berikut:

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

Literasi Keuangan (LK)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui bahwa saldo Tabungan Emas yang saya miliki dapat dijadikan jaminan (digadaikan) secara digital melalui aplikasi Tring! PT Pegadaian.					
2	Saya memahami manfaat Gadai Tabungan Emas sebagai solusi memperoleh dana cepat tanpa harus menjual aset emas yang saya miliki.					
3	Saya memahami biaya sewa modal yang dikenakan dalam transaksi Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring!.					
4	Saya memahami risiko yang timbul, seperti konsekuensi keterlambatan pembayaran, apabila menggunakan layanan Gadai Tabungan Emas digital.					
5	Saya merasa memiliki pengetahuan yang cukup untuk memutuskan kapan dan berapa banyak saldo Tabungan Emas yang sebaiknya digadaikan melalui aplikasi Tring!.					

Promosi (P)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering melihat iklan atau konten promosi tentang fitur Gadai Tabungan Emas di aplikasi Tring! melalui media sosial (Whatsapp, Instagram, TikTok, YouTube).					
2	Informasi yang disampaikan dalam promosi tentang Gadai Tabungan Emas via Tring! disampaikan secara jelas dan mudah dipahami.					
3	Materi promosi (gambar, video, konten) tentang Gadai Tabungan Emas via Tring! menarik perhatian saya untuk mencari tahu lebih lanjut.					
4	Saya pernah menerima notifikasi, pesan, atau pemberitahuan langsung dari aplikasi Tring! mengenai fitur Gadai Tabungan Emas.					
5	PT Pegadaian aktif memberikan edukasi (melalui webinar, artikel, atau konten edukasi) mengenai cara kerja Gadai Tabungan Emas via Tring!.					

Citra Menggadai (CM)

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa layanan Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring! aman, transparan, dan dapat diandalkan.					
2	Saya memandang menggadaikan saldo Tabungan Emas sebagai solusi keuangan yang cerdas, bukan sebagai tanda kesulitan ekonomi.					
3	Saya menilai layanan Gadai Tabungan Emas via Tring! sebagai layanan yang modern, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini.					
4	Saya menilai PT Pegadaian sebagai lembaga keuangan yang memiliki reputasi baik dan terus berinovasi melalui aplikasi Tring!.					
5	Saya tidak merasa malu atau khawatir akan penilaian negatif dari orang lain ketika menggunakan layanan Gadai Tabungan Emas secara digital via Tring!.					

Awareness (A)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengenali nama fitur "Gadai Tabungan Emas" ketika disebutkan dalam konteks aplikasi Tring! PT Pegadaian.					
2	Saya dapat mengingat secara spontan bahwa Tring! PT Pegadaian memiliki fitur Gadai Tabungan Emas, tanpa perlu diberi tahu terlebih dahulu.					
3	Saya mengetahui cara kerja atau prosedur dasar untuk menggunakan fitur Gadai Tabungan Emas via aplikasi Tring!.					
4	Saya merasa familiar (akrab) dengan fitur Gadai Tabungan Emas sebagai salah satu layanan yang tersedia dalam ekosistem aplikasi Tring!.					
5	Ketika membutuhkan dana mendesak, fitur Gadai Tabungan Emas via Tring! menjadi salah satu alternatif pertama yang saya pikirkan.					

Lampiran 3 Data Penelitian

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

RES	Literasi Keuangan					Promosi					Citra Menggadai					Awareness				
P	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	3	3	2	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4
2	2	3	3	1	3	1	3	3	2	2	1	2	3	1	2	3	4	3	4	4
3	1	1	5	5	5	2	1	3	1	2	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	3	4	4	3
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
6	3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
7	2	1	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
8	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3
9	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
10	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
11	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
12	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	3
13	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	3	5	4	5
14	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
15	4	5	3	4	4	3	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5
16	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4
17	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5
18	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	3	2	3	3	2	4	5	5	5	5
19	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
20	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	5	5	4
21	4	5	5	4	3	2	4	2	4	3	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4
22	4	4	5	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4
23	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3
24	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
25	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	2
26	4	5	4	3	4	2	3	2	4	4	5	4	4	3	3	4	5	2	3	4
27	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
28	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
29	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	2	3	3	2	4	3	4	4	4
30	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
31	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	1
32	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	1	1	3	3
33	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4
34	5	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
35	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
36	3	4	4	2	2	1	2	2	1	3	4	4	4	4	2	2	1	1	1	1
37	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
38	4	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4	3	3	4	5	4	5	3	4	5
39	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4
40	4	5	3	4	4	3	4	5	3	5	4	5	3	5	3	4	5	3	4	5
41	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
42	4	5	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	3
43	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5
44	4	4	5	1	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	4	2	4	4	4
45	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5
46	2	4	3	1	2	3	1	4	3	2	2	3	1	4	3	5	4	1	3	5
47	4	4	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	5	3	5
48	3	5	3	5	4	2	4	5	1	2	3	1	4	5	5	4	5	2	2	1
49	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
50	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

51	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
52	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
53	4	3	5	3	4	4	2	4	3	5	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4
54	5	3	3	5	4	5	5	4	2	3	5	3	4	3	5	5	3	4	3	4
55	5	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5
56	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	2	3	4	3	2	5	4	5	5	5
57	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2	2	3	3	2	5	5	4	5	5
58	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
59	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
60	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	1	1	2	1	2	3	4	5
61	2	3	1	3	2	3	3	2	3	2	4	5	3	2	3	4	3	2	3	4
62	4	3	4	5	4	4	4	3	2	1	3	2	2	2	3	4	4	4	5	4
63	5	5	1	5	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3
64	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	1
65	4	3	2	3	4	5	3	2	4	4	2	5	4	5	3	4	5	2	3	5
66	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3
67	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	2	4	2	4	4	5	4	4
68	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	2	3	3	2	2	3	3	4	5	3
69	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4
70	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	2	4	4	5	4	4
71	2	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	4	4	3	2	2	1	2	2	3
72	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5
73	5	5	5	5	4	5	4	5	2	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
74	2	3	2	2	4	4	5	4	2	4	3	2	2	1	2	3	4	4	2	2
75	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	5
76	4	5	3	2	1	2	4	2	1	3	4	3	5	5	3	2	4	3	4	5
77	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5
78	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5
79	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	2	2	3	4	4	2	4	4
80	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
81	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	2	2	3	4	4	5	5	4
82	5	4	2	4	5	4	5	4	4	5	3	2	2	1	2	3	5	4	5	4
83	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	1	2	2	1	2	3	4	5	5	4
84	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	3	4	4	5	3	4
85	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	2	2	3	4	2	4	5	3	5	4
86	4	5	4	3	4	3	4	4	3	5	2	3	3	4	2	4	4	3	4	5
87	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
88	4	4	2	4	1	4	3	2	4	2	3	4	4	3	4	5	2	1	4	2
89	4	5	4	5	5	3	4	2	4	2	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4
90	2	1	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	3	5	4	5	4
91	2	2	3	2	3	2	1	3	2	1	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2
92	2	1	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	2	1	5	3	2	4
93	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	2	4	3	2	4	4	5	5	5
94	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	3
95	2	3	4	5	1	4	3	3	5	4	2	3	4	4	3	3	2	4	3	4
96	2	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	2	2	1	3	3
97	2	2	1	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	1	2	3	2	4	3
98	3	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	4	5	4	4	3
99	4	3	5	4	5	2	2	1	2	1	3	5	4	4	5	2	4	3	4	1
100	4	2	3	2	4	4	2	4	2	3	4	5	3	3	2	5	4	5	4	5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Lembar Bimbingan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,

SAINS, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
 Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
 Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
 Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

1. Nama Mahasiswa : Siti Zahra Pramesti
2. NIM : 2204421003
3. Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi, dan Citra
Menggadai terhadap awareness Gadai Tabungan Emas PT Pegadaian
5. Dosen Pembimbing : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	20/02/2026	• Diskusi terkait topik skripsi yang akan diambil dan menentukan variabel x dan y	
2.	09/03/2026	• Revisi fenomena dan pembuatan Bab I	
3.	19/03/2026	• Revisi latar belakang	
4.	27/03/2026	• Revisi bab I	
5.	04/04/2026	• Revisi bab I dan pembuatan bab II	
6.	12/04/2026	• Revisi bab I dan bab II	
7.	04/06/2026	• Revisi bab I merubah alur skripsi setelah sempro	
8.	06/06/2026	• Revisi bab II	
9.	19/06/2026	• Revisi bab I - V	

Menyetujui KPS
 Depok, 02 Juli 2026

Heri Abrianto, S.E., M.M
 NIP. 196510051997021001



Lampiran 5 Generative AI

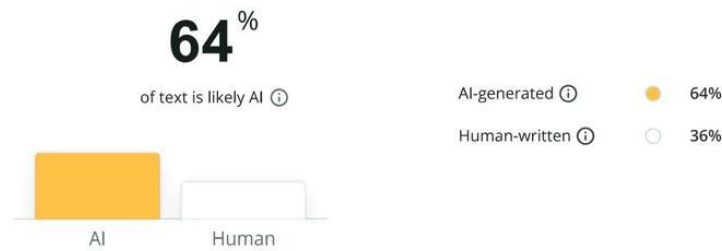
AI Detector report by

aiquillbot 2026-07-02 02:31 PM

Version 2026-v6.2.1

10,416 Words

Results



Caution: Our AI Detector is advanced, but no detectors are 100% reliable, no matter what their accuracy scores claim. Never use AI detection alone to make decisions that could impact a person's career or academic standing.

BAB IPENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam sektor jasa keuangan di Indonesia. Digitalisasi kini telah menjadi fondasi utama dalam ekosistem keuangan modern, menggantikan fungsi sekadar pelengkap dari layanan tradisional, dan menuntut kecepatan, kemudahan, serta akses tanpa batas (Purwanti, 2026). Fenomena ini secara nyata tercermin dalam kinerja PT Pegadaian (Persero) sebagai lembaga keuangan non-bank tertua di Indonesia, yang mencatat lonjakan transaksi digital secara eksponensial dalam dua tahun terakhir.

Pegadaian membukukan 8,02 juta transaksi digital pada tahun 2024, dengan 1,34 juta nasabah yang aktif menggunakan aplikasi Pegadaian Digital dan Pegadaian Syariah Digital. Pencapaian ini akan meningkat pesat pada tahun berikutnya, dan hingga tahun 2025, transaksi digital akan naik lebih dari 34 juta (tumbuh sekitar 324% YoY). Dari sisi pengguna, jumlah nasabah aktif transaksi digital meningkat menjadi lebih dari 4,6 juta orang, atau naik 244% YoY, menunjukkan bahwa kepercayaan dan adopsi (Dody, S, 2026).

Pada Oktober 2025, aplikasi terintegrasi Tring!, yang menggabungkan layanan Pegadaian Digital dan Syariah Digital sebelumnya, memperkuat transformasi digital. Tring! telah memiliki lebih dari 3 juta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta