

**KEPERCAYAAN NASABAH DALAM TRANSFORMASI  
INVESTASI EMAS DARI KONVENSIONAL KE TRANSAKSI  
DIGITAL PADA PENGAPLIKASI TRING MOBILE**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk Tugas Akhir  
program studi S1 Manajemen



**Disusun oleh :**

**FERIZ RAYESH MUHAMMAD FARHAN  
(1241921002)**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2026**

## **LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun  
dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Feriz Rayesh Muhammad Farhan**

**NIM : 1241921002**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 21 April 2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Feriz Rayesh Muhammad Farhan  
NIM : 1241921002  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Tugas Akhir : Kepercayaan Nasabah Dalam  
Tranformasi Investasi Emas Dari Konvensional Ke Transaksi Digital Pada  
Pengaplikasi Tring Mobile

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan  
Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan  
yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1  
(S.M) pada Program Studi manajemen , Fakultas  
Ekonomi, Universitas Bakrie**

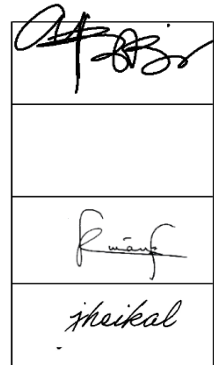
### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ananda Fortunisa, SE., M.Si

Pembimbing :

Penguji : Prof. Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si.

Penguji : Dr.Jerry Heikal, ST, MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 April 2026

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feriz Rayesh Muhammad Farhan

NIM : 1241921002

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun  
dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Dibuat : Jakarta

Pada tanggal : 21 April 2026

Yang menyatakan



**Feriz Rayesh Muhammad Farhan**

## LEMBAR PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk mama, Alm  
ayah, kakak, keluarga, teman serta seluruh orang yang saya sayangi. Tidak  
terdapat kata yang bisa diungkapkan untuk membalas seluruh kebaikan yang  
sudah kalian berikan...

**feriz Rayesh Muhammad farhan**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak terlepas dari doa, usaha dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan Tugas Akhir.

1. Allah SWT yang telah memberikan berkat, rahmat, hidayah, karunia, nikmat dan pertolongan-Nya kepada peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir
2. Kedua orang tua, mama (Salbiah) dan Almarhum ayah (Ibnu Hajar), serta kakak tersayang (Devi Yuliana) yang telah memberikan doa dan meridhoi perjuangan peneliti baik dalam berkuliah hingga penyusunan TA ini. Terima kasih juga peneliti berikan untuk ponakan tersayang (Kayshila Adiba Mumtaz, Kaustar Arsyaka Adiba Mumtaz) yang selalu memberi semangat kepada peneliti
3. Ibu Dr. Ananda Fortunisa, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu sabar tanpa lelah berkontribusi besar meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan Tugas TA ini.
4. Seluruh dosen pengajar studi manajemen Bakrie yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya selama peneliti mengikuti studi di Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bakrie.
5. Terima kasih untuk informan yang telah membantu peneliti.
6. Terima kasih untuk Wikipedia, google, perpustakaan nasional, google cendikia, open library telkom university, perpustakaan bakrie yang turut membantu dalam mendapatkan data riset ini sehingga mendapatkan hal yang bermanfaat bagi peneliti.
7. Keluarga kecil peneliti yaitu amat, ilam, akbar, fikri, dulos, yudha yang sudah memberikan banyak pelajaran hidup mengenai arti persaudaraan, pengorbanan dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Hirabbil 'Alamin, Puji Syukur Peneliti Panjatkan Atas Kehadirat Allah SWT Yang Telah Memberikan Nikmat Iman, Nikmat Islam, Hidayah, Dan Karunia Dan Pertolongan-Nya Kepada Peneliti Dalam Menyelesaikan Tugas Akhir Ini Yang Berjudul “Kepercayaan Nasabah Dalam Transformasi Investasi Emas Dari Konvensional Ke Transaksi Digital Pada Pengaplikasi Tring Mobile”. Shalawat Serta Salam Selalu Tercurahkan Kepada Nabi Muhammad SAW Dan Semoga Kita Semua Mendapatkan Syafa’atnya Di Yaumil Akhir.

Tugas Akhir Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Starta Satu (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bakrie. Tugas Akhir Ini Memberikan Banyak Pelajaran, Semangat, Ketegangan Yang Luar Biasa, Kepasrahan, Serta Menjadi Moment Yang Tidak Terlupakan Oleh Peneliti. Hal Ini Merupakan Pelajaran Berharga Yang Mungkin Tak Terulang Dikala Perjalanan Sebagai Manusia Yang Sedang Berlanjut.

Peneliti Menyadari Bahwa Dalam Penyusunan Tugas Akhir Ini Masih Banyak Kekurangan, Sehingga Kritik Dan Saran Sangat Diharapkan Untuk Perbaikan Tugas Akhir Ini, Akhir Kata , Semoga Tugas Akhir Ini Berguna Bagi Pihak Yang Membutuhkan. Terima Kasih.

Jakarta, 21 April 2026

Feriz Rayesh Muhammad Farhan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menguraikan secara rinci bagaimana keyakinan nasabah terbangun ketika mereka beralih dari cara lama berinvestasi emas (fisik) ke transaksi digital melalui aplikasi Tring! Mobile by Pegadaian. Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada unsur-unsur kepercayaan yang diajukan oleh Mayer dkk. (1995), yakni Ability (kapasitas teknis), Benevolence (niat baik atau perhatian), dan Integrity (kejujuran atau kredibilitas). Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan telaah dokumen. Narasumber penelitian ini berjumlah 12 orang, mencakup 1 orang dari PT Pegadaian (Staf Marketing Tring! Mobile) dan 11 orang dari luar perusahaan (pengguna aktif Tring! Mobile serta pengguna emas fisik tradisional). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Unsur Ability menjadi daya tarik utama untuk mulai menggunakan aplikasi, karena nasabah menyukai tampilan yang mudah dipakai (UI/UX), kelengkapan fitur sekali sentuh, dan kemudahan bertransaksi dari rumah, meskipun ada beberapa catatan tentang kendala server saat harga naik drastis (peak traffic) dan sistem yang lambat dimuat (loading lama); (2) Unsur Benevolence menjaga kenyamanan dan hubungan jangka panjang berkat keluwesan layanan dana darurat (Gadai Digital), cepat tanggapnya layanan pelanggan (Customer Service), dukungan langsung dari staf cabang (pendekatan personal), serta adanya fitur Tabungan Emas yang terjangkau mulai dari Rp10.000; dan (3) Unsur Integrity berfungsi sebagai perlindungan keamanan total yang dibangun berkat status Pegadaian sebagai BUMN di bawah Holding Ultra Mikro (BRI Group/Danantara), pemantauan resmi dari OJK, jaminan ketersediaan emas fisik yang setara 1:1 (aset dasar), serta keterbukaan dalam perhitungan biaya dan bunga transaksi yang dilakukan secara terang-terangan. Kesimpulan penelitian ini adalah penguatan ketiga unsur ini secara bersamaan merupakan faktor krusial dalam mempercepat adopsi keuangan digital emas di Indonesia.

**Kata kunci :** Kepercayaan Nasabah, Emas Digital, Tring! Mobile, Ability, Benevolence, Integrity

## ABSTRACT

This study aims to examine and describe in detail how customer confidence is built when they switch from the old way of investing in gold (physical) to digital transactions through the Tring! Mobile application by Pegadaian. The framework of this study is based on the elements of trust proposed by Mayer et al. (1995), namely Ability (technical capacity), Benevolence (goodwill or concern), and Integrity (honesty or credibility). This study uses a descriptive qualitative approach with data collection methods in the form of in-depth interviews, observations, and document reviews. The informants for this study numbered 12 people, including 1 person from PT Pegadaian (Tring! Mobile Marketing Staff) and 11 people from outside the company (active users of Tring! Mobile and traditional physical gold users). The results of the study indicate that: (1) The Ability element is the main attraction for starting to use the application, because customers like the easy-to-use interface (UI/UX), complete one-touch features, and the ease of transactions from home, although there are some notes about server problems when prices increase drastically (peak traffic) and slow system loading (long loading); (2) The Benevolence element maintains comfort and long-term relationships thanks to the flexibility of emergency fund services (Digital Pawn), responsive customer service (Customer Service), direct support from branch staff (personal approach), and the availability of affordable Gold Savings features starting from IDR 10,000; and (3) The Integrity element functions as total security protection built thanks to Pegadaian's status as a BUMN under the Ultra Micro Holding (BRI Group/Danantara), official monitoring from the OJK, guaranteed availability of physical gold equivalent to 1:1 (basic assets), and openness in calculating transaction fees and interest that are carried out openly. The conclusion of this study is that strengthening these three elements simultaneously is a crucial factor in accelerating the adoption of digital gold finance in Indonesia..

**Keywords :** Customer Trust, Digital Gold, Tring! Mobile, Ability, Benevolence, Integrity.

## DAFTAR ISI

|                                                      |      |
|------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....                 | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                              | iv   |
| LEMBAR PERSEMBAHAN .....                             | v    |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                             | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                 | vii  |
| ABSTRAK .....                                        | viii |
| ABSTRACT.....                                        | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                      | x    |
| DAFTAR TABEL.....                                    | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                  | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                 | xiv  |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                              | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                             | 1    |
| 1.2 Batasan Masalah.....                             | 13   |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                            | 13   |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                          | 13   |
| 1.5 Kegunaan Penelitian.....                         | 13   |
| 1.6 Sistematika Penelitian .....                     | 14   |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....                         | 15   |
| 2.1 Manajemen Pemasaran.....                         | 15   |
| 2.2 Perilaku Konsumen .....                          | 16   |
| 2.3 Kepercayaan Konsumen.....                        | 20   |
| 2.4 <i>Integrative of Organizational Trust</i> ..... | 22   |
| 2.5 Keputusan Investasi .....                        | 24   |
| 2.6 Kerangka pemikiran .....                         | 25   |
| 2.7 Kajian penelitian terdahulu .....                | 25   |
| BAB 3 METODE PENELITIAN.....                         | 35   |
| 3.1 Metode Penelitian.....                           | 35   |
| 3.2 Objek penelitian .....                           | 35   |
| 3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....      | 37   |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel.....                   | 38   |
| 3.5 Pedoman Diskusi.....                             | 40   |

|       |                                                                              |     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.6   | Pedoman Wawancara .....                                                      | 40  |
| 3.6.1 | Wawancara Dengan Internal Pegadaian.....                                     | 40  |
| 3.6.2 | Wawancara Dengan Pengguna Tring.....                                         | 41  |
| 3.6.3 | Wawancara Dengan Pengguna Emas Fisik.....                                    | 43  |
| 3.7   | Teknik Analisis Data.....                                                    | 44  |
| BAB 4 | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                        | 45  |
| 4.1   | Gambaran Umum Penelitian .....                                               | 45  |
| 4.1.1 | PT Pegadaian.....                                                            | 45  |
| 4.1.2 | Tring! Mobile .....                                                          | 45  |
| 4.2   | Profil Informan Penelitian.....                                              | 46  |
| 4.3   | Hasil Penelitian .....                                                       | 49  |
| 4.3.1 | Analisis Transformasi Kepercayaan Investasi Emas Fisik ke Emas Digital ..... | 49  |
| 4.3.2 | Analisis Dimensi Kepercayaan .....                                           | 55  |
| 4.4   | Pembahasan.....                                                              | 105 |
| 4.4.1 | Transformasi Kepercayaan Investasi Emas Digital .....                        | 106 |
| 4.4.2 | Dimensi Kepercayaan .....                                                    | 110 |
| BAB 5 | KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                    | 116 |
| 5.1   | Kesimpulan .....                                                             | 116 |
| 5.2   | Implikasi Praktis .....                                                      | 116 |
|       | DAFTAR PUSTAKA .....                                                         | 119 |
|       | LAMPIRAN.....                                                                | 123 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....                               | 30 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....                      | 39 |
| Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara Dengan Pihak Internal Pegadaian .....         | 40 |
| Tabel 3. 3 Pedoman Wawancara Dengan Pihak Pengguna Tring.....              | 41 |
| Tabel 3. 4 Pedoman Wawancara Dengan Pengguna Emas Fisik.....               | 43 |
| Tabel 4. 1 Profil Informan Penelitian.....                                 | 47 |
| Tabel 4. 2 Proses Reduksi dan Coding Dimensi Ability (Kemampuan Sistem)... | 56 |
| Tabel 4. 3 Tabulasi Dimensi Ability .....                                  | 66 |
| Tabel 4. 4 Proses Reduksi dan Coding Dimensi Benevolence .....             | 69 |
| Tabel 4. 5 Tabulasi Informan Mengenai Benevolence .....                    | 79 |
| Tabel 4. 6 Proses Reduksi dan Coding Dimensi Integrity .....               | 86 |
| Tabel 4. 7 Tabulasi Informan Integrity .....                               | 98 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Perbandingan Investasi Emas Digital dan Fisik Antar Generasi..... | 2  |
| Gambar 1.2 Halaman pembelian emas <i>Tring!</i> .....                        | 7  |
| Gambar 1.3 Laporan Gen z dari CNN Indonesia .....                            | 8  |
| Gambar 1.4 Menawarkan Program cicilan emas .....                             | 9  |
| Gambar 1.5 Logo <i>Tring!</i> .....                                          | 10 |
| Gambar 1.6 Tampilan Login .....                                              | 10 |
| Gambar 1.7 Verifikasi No Hp .....                                            | 11 |
| Gambar 1.8 Kode OTP <i>Tring!</i> .....                                      | 11 |
| Gambar 1.9 Verifikasi Email .....                                            | 12 |
| Gambar 1.10 Verifikasi email berhasil .....                                  | 13 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                                           | 25 |
| Gambar 4. 1 Tampilan Depan <i>Tring!</i> Mobile .....                        | 46 |
| Gambar 4. 2 Transformasi Investasi Emas .....                                | 54 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Display Data Wawancara Awal.....                     | 123 |
| Lampiran 2. Display Data <i>Ability</i> .....                    | 124 |
| Lampiran 3. Display Data Benevolence.....                        | 126 |
| Lampiran 4. Display Data Integrity .....                         | 127 |
| Lampiran 5. Transkrip Wawancara Muhammad Iqbal .....             | 129 |
| Lampiran 6 Transkrip Alpianto Louis Putra .....                  | 131 |
| Lampiran 7 Transkrip Wawancara Firmansyah.....                   | 133 |
| Lampiran 8 Transkrip Wawancara Erik Irawan.....                  | 136 |
| Lampiran 9 Transkrip Jacob.....                                  | 138 |
| Lampiran 10 Transkrip Wawancara Tutik .....                      | 140 |
| Lampiran 11 Transkrip Wawancara Eka.....                         | 143 |
| Lampiran 12 Transkrip Wawancara Mimi Angraini.....               | 145 |
| Lampiran 13. Transkrip Wawancara Heru Santoso .....              | 147 |
| Lampiran 14. Transkrip Ibu Inka .....                            | 148 |
| Lampiran 15. Transkrip wawancara Ibnu Sina .....                 | 150 |
| Lampiran 16. Transkrip wawancara Ibu Riri Endang Widayanti ..... | 152 |