

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua

Anastacia Alice Mandagi
Jhonny. A. F kalangi
Olivia Walangitan

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi
anastaciamandagi20@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine and explain the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. This research was conducted at PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. The population and sample used are customers at the UPC Pegadaian Malalayang Dua. The sample taken and used in this study amounted to 97 respondents with the sampling technique using accidental sampling. The data analysis technique used simple linear regression. Based on the results of data analysis using regression and correlation, it can be concluded that the service quality variable has a significant effect on the customer satisfaction variable. From the data analysis can be concluded service quality variable can explain the variation of the customer satisfaction variable by 43.1% while the rest is explained by other variables. Which means service quality affects customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah nasabah yang ada di Pegadaian UPC malalayang Dua. Sampel yang diambil dan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 97 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Aksidental. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Berdasarkan dari analisis data yang menggunakan regresi dan korelasi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dari analisis data dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variasi dari variabel kepuasan nasabah sebesar 43,1% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar sehingga hal inilah yang dapat memicu perusahaan untuk terus berusaha memperbaiki bisnisnya bahkan memerlukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan yang ketat antar perusahaan. Tentu saja untuk memperoleh keuntungan yang optimal perusahaan harus terlebih dahulu memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan salah satunya adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan.

PT. Pegadaian (Persero) merupakan perusahaan jasa, industri jasa memiliki peran penting dalam perekonomian dunia maupun dalam perekonomian indonesia, adanya badan usaha milik

negara yang berfungsi ganda baik sebagai pelayanan umum dan sebagai sumber pendapatan negara pemerintah terus berupaya melalui program yang direncanakan untuk mendukung perbaikan ekonomi mulai dari penyediaan sarana prasarana dan penyediaan modal usaha maupun kebutuhan lainnya. Salah satunya yaitu penyaluran kredit berdasarkan hukum gadai yang dilakukan pegadaian.

Dari begitu banyak perusahaan yang menjadi saingan membuat pegadaian terlebih khusus lagi yang ada di Unit Pelayanan Cabang Malalayang Dua tentunya harus pandai bergerak dalam persaingan untuk memenangkan nasabah, tentunya pegadaian harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memberikan kemudahan dan dapat menciptakan kepuasan nasabah sehingga keuntungan perusahaan akan lebih meningkat dan

seiring berjalannya waktu perusahaan dapat terus berkembang dan mendapat kepercayaan lebih dari pada nasabahnya.

Menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006:182) kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi antara lain: bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang ada dapat menjadi strategi yang harus digunakan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya. Melihat dari pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua bisa dikatakan masih kurang baik, dalam hal ini banyaknya antrian sehingga membuat nasabah merasa jenuh disaat menunggu antrian, sementara itu kurangnya sarana seperti kursi sehingga sehingga ada nasabah yang berdiri menunggu antrian giliran, kurangnya kecepatan bahkan sarana yang diberikan pihak pegadaian malalayang dua dapat memungkinkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan dan dapat berdampak juga pada penurunan kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini yaitu apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua?.

Tinjauan Pustaka **Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2017). Menurut Kotler (2011) kualitas pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilihan sesuatu.

Menurut Tjiptono (2007) Pengertian kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan produk/jasa yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan tersebut.

Menurut Parasuraman, et al terdapat lima dimensi layanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut yaitu:

1. Kehandalan (*Reliability*), Kehandalan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan yang berarti ketepatan waktu.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), Daya Tanggap yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu

dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nasabah menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.

3. Jaminan (*Assurance*), Adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada pelayan perusahaan.
4. Empati (*empathy*), Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan.

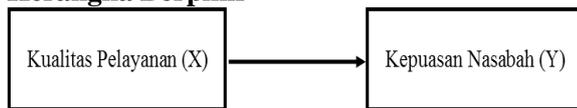
Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller mendefinisikan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Nasabah adalah orang atau badan usaha yang menerima uang pinjaman dengan jaminan berupa barang jaminan dan/atau memanfaatkan layanan lainnya yang tersedia di perusahaan pegadaian, pengertian ini diambil dari berdasarkan peraturan OJK pada UU No.21 Pasal 1 Tahun 2011 tentang usaha pergadaian. Ketika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka nasabah akan kecewa, kurang puas ataupun tidak puas sama skali dan sebaliknya apabila kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau melebihi harapan maka nasabah akan merasa puas atau sangat puas.

Menurut Swastha & Irawan (2008) ada 4 indikator kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut:

1. Perasaan puas. Ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari nasabah saat menerima pelayanan yang baik dari perusahaan
2. Selalu membeli produk. Nasabah akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan setelah membeli produk. Sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian dengan harapan yang diinginkan nasabah.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

Berdasarkan masalah yang sudah dikemukakan maka hipotesis yang diajukan sebagai dugaan sementara terhadap permasalahan yang sudah dikemukakan yaitu terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah aktif yang ada di PT. Pegadaian UPC Malalayang Dua dan untuk sampel berjumlah 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Aksidental. Teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dan sekunder yang dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung di perusahaan, studi kepustakaan dan menyebar kuesioner. Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, Koefisien Korelasi, Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi, dan Uji t.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

No Item	r hitung	r table	Keterangan
X1	0,595	0,198	Valid
X2	0,701	0,198	Valid
X3	0,721	0,198	Valid
X4	0,731	0,198	Valid
X5	0,752	0,198	Valid
Y1	0,796	0,198	Valid
Y2	0,615	0,198	Valid
Y3	0,713	0,198	Valid
Y4	0,763	0,198	Valid

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Dari tabel tersebut jumlah skor dari masing-masing item pernyataan kuesioner variabel X dan Y semua item dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} .

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Nama Variabel	ALPHA CRONBACH'S	Ket
X	0.717	Reliabel
Y	0.695	Reliabel

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Berdasarkan dari tabel uji reliabilitas diatas dapat di ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dinyatakan reliabel karena nilai yang didapat lebih dari 0,60 sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > dari 0,60.

Koefisien Korelasi

Tabel 3 Koefisien Korelasi

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	0.656**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	97	97
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	0.656**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	97	97

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikan dari tabel sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X atau kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y atau kepuasan nasabah secara simultan. Nilai koefisien korelasi dari tabel tersebut adalah sebesar 0,656 maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) memiliki hubungan yang kuat karena semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna.

Regresi Linier Sederhana

Tabel 4 Regresi Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.175	1.494		2.794	.008
	Kualitas Pelayanan	0.588	0.069	0.856	8.481	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Berdasarkan hasil analisis nilai konstanta yaitu nilainya sebesar 4,175 angka ini merupakan angka konstan dan memiliki arti bahwa jika variabel kualitas pelayanan tidak berubah maka nilai variabel Y atau kepuasan nasabah adalah sebesar 4,175.

Selanjutnya Nilai koefisien regresi adalah sebesar 0,588 angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,588. Tanda positif menunjukkan bahwa jika variabel X atau kualitas pelayanan meningkat maka variabel Y atau kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Koefisien Determinasi

Tabel 5 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.425	1.461
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Berdasarkan hasil dari tabel koefisien determinasi dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,431, sehingga dapat diketahui bahwa variasi yang terjadi adalah sebesar 0,431 atau 43,1%. Hasil ini menjelaskan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yaitu sebesar 43,1%, sedangkan untuk sisanya 56,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain seperti harga, promosi dan bauran yang lain.

Uji Hipotesis

Tabel 6 Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.175	1.494		2.794	.006
	Kualitas Pelayanan	.588	.069	.656	8.481	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Dari masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari tingkat signifikansi, jika tingkat signifikansinya < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y. Dan untuk T hitung jika T hitung > T table maka terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y, jika T hitung < T table maka tidak terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y. Berdasarkan hasil dari tabel pengolahan data SPSS statistik versi 25 nilai signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah 0,000 < 0,05 dan untuk nilai t hitung dan untuk nilai t hitung 8,481 > t tabel 1,988. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas

pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pembahasan

Parasuraman (2011) keandalan yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, daya tanggap yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu dan memberikan layanan dengan tanggap, jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, empati meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para nasabah. Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua dipengaruhi oleh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yaitu sebesar 43,1%, sedangkan untuk sisanya 56,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain seperti harga, promosi, suku bunga dan bauran yang lain.

Berdasarkan hasil analisis data regresi sederhana sebagaimana yang dijelaskan yang diuji melalui perhitungan dengan menggunakan program komputer SPSS, pengujian secara parsial (uji-t) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Yang artinya hasil dari pengujian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang diberikan oleh PT. Pegadaian UPC Malalayang Dua yang tercermin dari kemampuan karyawan memberikan layanan segera, keinginan dan kesediaan karyawan untuk membantu dan memberikan layanan dengan tanggap, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, pemahaman atas kebutuhan individual para nasabah, dan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal meliputi fasilitas fisik, perlengkapan terhadap kepuasan nasabah PT. pegadaian UPC Malalayang Dua.

Berdasarkan analisis koefisien korelasi diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan yaitu menyangkut kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara simultan, tingkat hubungan antara kualitas pelayanan baik itu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan yang kuat.

Hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Yang berarti kualitas pelayanan yang prima merupakan faktor yang dinilai oleh nasabah yang kemudian nasabah

mengevaluasi apakah sudah sesuai dengan harapan mereka.

Sebagaimana yang diketahui bahwa keberhasilan suatu perusahaan bukan saja terletak pada banyaknya nasabah yang diperoleh perusahaan, namun juga bagaimana cara mempertahankannya agar nasabah tersebut tetap loyal kepada perusahaan dan tidak ingin pindah ke perusahaan lainnya. Untuk mempertahankan nasabah agar tetap puas terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka salah satunya perusahaan harus mempertahankan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah atau melebihi harapan nasabah maka dapat terjadi kepuasan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul ketika pelayanan tidak memenuhi harapan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelayanan semakin sesuai dengan harapan nasabah maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah semakin besar.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Reinhard K. Soromi (2019) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian yang dilakukan peneliti juga memperoleh hasil yang sama namun pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian tersebut mempunyai nilai lebih tinggi dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian penelitian yang dilakukan Elsa Rundengan (2020) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tomohon Selatan yang menunjukkan hasil adanya pengaruh yang kuat dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga mendapatkan hasil yang menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif variabel kualitas

pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian UPC Malalayang Dua terhadap kepuasan nasabah melalui hal ini dapat disimpulkan pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian UPC Malalayang Dua sudah cukup baik dimana dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak pegadaian.

Referensi

- Elsa Rundengan, J. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tomohon Selatan. *Productivity, Vol. 1 No. 2, 2020*, 107-114.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1998). SERVQUAL: a multiple item scale for Measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64 No, 1, pp. 12-40.
- Reinhard Soromi, F. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 9 No. 1*, 63-67.
- Swastha, B, & Irawan (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa Edisi Pertama Cetakan Ketiga*. Malang: Bayumedia Publising.