
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi
Pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua**

Injilia Rani Kaat
Jhonny. A. F. Kalangi
Olivia Walangitan

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi
Injiliakaat806@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction Kreasi Program at PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua. This type of research is quantitative analysis. The population used is consumers at the UPC Malalayang Dua Pawnshop. The samples taken and used in this study amounted to 122 respondents. With the sampling technique using judgment sampling. Data analysis technique with simple linear regression method. Through data processing using regression and correlation, it can be concluded that the service quality variable has a significant effect on the creative program consumer satisfaction variable. From the data analysis it can be concluded that the service quality variable can explain variations in customer satisfaction variables, in this study the value of the customer satisfaction variable is 53.1% while the remaining 46.9% is influenced by other variables. This means that the quality of service affects the creation of consumer satisfaction programs.*

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi Pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua. Jenis penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang ada di pegadaian UPC Malalayang Dua. Sampel yang diambil dan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 122 responden. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan judgment sampling. Teknik analisis data dengan metode regresi linier sederhana. Melalui olah data yang menggunakan regresi dan kolerasi dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen program kreasi. Dari analisis data dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variasi dari variabel kepuasan konsumen, dalam penelitian ini nilai variabel kepuasan konsumen adalah 53,1% sedangkan untuk sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen program kreasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Di Indonesia lembaga keuangan terbagi menjadi 2 yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank PT. Pegadaian (Persero) termasuk pada lembaga keuangan non bank, salah satu peran dari lembaga keuangan non bank adalah sebagai penghimpun dana dengan mengeluarkan surat berharga untuk disalurkan kepada masyarakat agar masyarakat dapat terbantu.

Beberapa waktu belakangan ini, kegiatan kredit pinjam-meminjam dalam bentuk gadai semakin diminati oleh masyarakat apalagi ditengah pandemi covid-19 yang membuat para pekerja kehilangan pekerjaan atau mengalami penurunan pendapatan, hal ini menjadikan daerah Manado dan sekitarnya mempunyai potensi pasar untuk jasa gadai. Salah satu perusahaan gadai yang ikut ambil bagian pada kegiatan ini adalah pegadaian yang berada di unit bisnis mikro

Malalayang. Pegadaian mempunyai cabang yang sudah tersebar di seluruh Indonesia baik di Kota, kabupaten, dan beberapa cabang di kecamatan. Selain dari pegadaian ada juga beberapa perusahaan yang melakukan kegiatan pinjam-meminjam lainnya seperti bank milik negara, bank swasta, koperasi, dll.

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 Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2008:182) 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 konsumen. Melihat dari pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero) Malalayang Dua kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan. Karena beberapa keadaan yang dapat mengakibatkan penilaian negatif dari para konsumen, seperti konsumen mengantri cukup lama, hasil taksir tidak sesuai dengan harapan konsumen, nomor antrian yang masih manual dan tidak ada informasi digital yang menyatakan urutan nomor antrian, dan jumlah kursi yang terbatas. Dikarenakan banyaknya jasa yang diberikan oleh Pegadaian (Persero) malalayang dua dan juga keterbatasan karyawan, maka para konsumen harus menunggu untuk menggunakan jasa Pegadaian (Persero) Malalayang dua. Setiap konsumen yang datang ke Pegadaian (Persero)

Malalayang dua menginginkan pelayanan yang memuaskan. Dengan sikap dan sifat yang berbeda serta tingkat pendidikan yang bervariasi dalam upaya mewujudkan suatu sistem pelayanan yang memuaskan konsumen. Keluhan-keluhan tersebut akan selalu ada bila tidak ada perbaikan dalam pelayanan jasa gadai itu sendiri.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen Program Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua”. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini yaitu apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen program kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

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.

Pengertian kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan produk/jasa yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan tersebut (Tjiptono, 2001:71). Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi

atau melampaui harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2017).

Menurut American Society for Quality Control dalam Lupiyoadi (2006), kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2004) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Persoalan kualitas dalam dunia bisnis sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap survive dalam bisnisnya. Konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

Menurut Parasuraman (2011), 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 konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
3. **Jaminan (*Assurance*)**, Adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada pelayan perusahaan.
4. **Empati** yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengorganisasian yang nyaman bagi konsumen.
5. **Bukti Fisik (*Tangibles*)**, Bukti fisik 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 Konsumen

Kotler dan Keller (2012:46) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Kotler (2005), menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan

pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

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

1. Perasaan puas. Ungkapan perasaan puas atau



tidak puas dari konsumen saat menerima pelayanan yang baik dari perusahaan

2. Selalu membeli produk. konsumen 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 konsumen.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

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

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian metode kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen aktif yang ada di PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua dan untuk sampel berjumlah 122 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan judgment sampling. Teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dan sekunder yang dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung di perusahaan, studi kepustakaan dan menyebar kuesioner. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Normalitas
4. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana
5. Analisis Regresi Linier Sederhana
6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)
7. Uji Parsial

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Nilai R_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah X.1 0,432, X.2 0,265, X.3 0,685, X.4 0,407 dan X.5 0,367 sehingga nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,1779) dalam penelitian ini. Kuisisioner pun dinyatakan valid dan bisa digunakan dalam penelitian ini.

Nilai R_{hitung} variabel kepuasan konsumen adalah Y.1 0,698, Y.2 0,446, Y.3 0,771, dan Y.4 0,729 sehingga nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,1779) dalam penelitian ini. Kuisisioner pun dinyatakan valid dan bisa digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,60$

a. Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,708	5

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

Nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel X (kualitas pelayanan) adalah 0,708 lebih dari 0,60 atau $0,708 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliabel.

b. Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,761	4

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

Nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Y (kepuasan konsumen) adalah 0,761 lebih dari 0,60 atau $0,761 > 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		122
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	307.469.118
Most	Absolute	.070

Extreme Differences	Positive	.070
	Negative	.051
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

Didapatkan hasil bahwa nilai sig 0,200 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data yang ada dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	565
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	122	122
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	565	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	122	122

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

Koefisien korelasi sederhana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui derajat tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Nilai pearson correlation adalah 0,565 yang artinya bahwa tingkat derajat hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) berada di tingkat yang sedang.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) adalah positif

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Sig
1	(Constant)	2.790	1.031	0.001
	Kualitas Pelayanan	.980	.538	0.001
Standardized Coefficients				
1		Beta	T	Sig
	(Constant)		3.545	0.001
	Kualitas Pelayanan	.395	2.846	0.001

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

$$Y = 2.790 + 0,980X$$

Hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 2.790, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel X (kualitas pelayanan) adalah sebesar 2.790.
- b. Koefisien regresi X (kualitas pelayanan) sebesar 0,980 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel X (kualitas pelayanan), maka nilai variabel Y (kepuasan konsumen) bertambah sebesar 0,980.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.531	.236	1.017

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

Berdasarkan tabel di atas, dapat di tarik kesimpulan dari uji koefisien determinasi yaitu terlihat dari tabel *R Square* 0.531 yang artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 0.531 atau 53,1 %. sedangkan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu suku bunga, harga.

Uji Parsial

Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Sig
1	(Constant)	2.790	1.031	0.001
	Kualitas Pelayanan	.980	.538	0.001
Standardized Coefficients				
1		Beta	T	Sig
	(Constant)		3.545	0.001
	Kualitas Pelayanan	.395	2.846	0.001

Sumber: Olah data menggunakan SPSS versi 25,2022.

Berdasarkan tabel di atas yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari tingkat signifikansi, jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel (X) pada variabel (Y). Dan jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel pengolahandata SPSS statistik versi 25, 2022 nilai signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah $0,001 < 0,05$. Dan untuk nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 122-2-1) = 1,98010$ Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,846 > 1,98010$), maka dapat disimpulkan bahwa "Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua" terbukti benar dan dapat diterima.

Pembahasan

Pada koefisien korelasi sederhana peneliti mendapatkan hasil bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini saling berkorelasi. Peneliti juga mendapatkan hasil bahwa tingkan derajat hubungan antar variabel dalam penelitian ini berada di tingkat yang sedang.

Pada anlisis regresi linier sederhana peneliti mendapatkan nilai konstanta, nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang positif sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen bersifat positif dan bukan negative.

Pada uji parsial, didapatkan hasil bahwa H_1 yang dikemukakan oleh peneliti yang berbunyi "Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua" dapat diterima dan terbukti benar dikarenakan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$.

Uji statistik data terakhir yang dilakukan adalah uji determinasi (R^2). Pada uji ini penelitian mendapatkan hasil bahwa nilai R Square pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,531 yang artinya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen ada sebesar 53,1% dan sisanya yaitu 46,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor lainnya seperti suku bunga, harga dan bauran Lainnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gahensya Keloay (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. Pada penelitian terdahulu tersebut didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan penelitian yang saat ini dilakukan oleh peneliti juga mendapatkan hasil yang sama dimana kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Rundengan (2020), Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tomohon Selatan. Hasil yang didapat adalah bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut sesuai dengan

hasil yang didapatkan oleh peneliti saat ini walaupun memiliki subjek yang berbeda.

Simpulan

Melihat hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada maka peneliti dengan ini mensimpulkan. Pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian UPC Malalayang Dua terhadap konsumen pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, dimana dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kosumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak pegadaian walaupun memiliki subjek yang berbeda, kualitas pelayan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Refrensi

Keloay, G.. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Productivity*. Vol. 8 No.2, 2019. 26-33.

Kotler, P.. 2005. Manajemen pemasaran, Jilid I dan II. PT Indeks. Jakarta.

Kotler, P.. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisi, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, P., dan Keller L. (2012), *Marketing Management (14E)*, New Jersey: Pearson

Lupiyoadi, R.. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empet. Jakarta.

Lupiyoadi, R.. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Parasuraman, A.. 2011. A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implication For Future Research. *Journal Of Marketing*, Vol 49.

Rundengan, E.. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tomohon Selatan. *Productivity*. Vol. 1 No. 2, 2020, 107-114.

Swastha, B, & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.

Tjiptono, F.. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.

Tjiptono, F.. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.