



Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Pegadaian CP Gaharu Medan

Zubaidah Hanum^{1*}, Neni Triastuti², Apriza Afifah Satori³, Sylvia Vianty Ranita⁴

^{1,2,3}Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Medan, Indonesia

⁴Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: ¹hanum2011@gmail.com

Abstrak– Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan nasabah. Salah satu keberhasilan perusahaan jasa dalam persaingan adalah memberikan pelayanan yang terbaik serta terbaru sehingga meningkatkan nilai perusahaan dimata konsumen, hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabahnya, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah tersebut. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan rendah, maka tingkat kepuasan nasabahnya juga akan rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian CP Gaharu Medan. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari observasi langsung dan kuesioner yang disebar kepada nasabah yaitu sebanyak 44 responden. Metode yang digunakan metode deskriptif kuantitatif. Pengolahan data menggunakan program *statistical program for social science* (SPSS 22.0), setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan analisis linier regresi sederhana $Y = 13,700 + 5,783X$ dan berdasarkan Uji T diperoleh $t_{hitung} 18,499 > t_{table} 2,018$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan hasil penelitian uji determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi 89,1% terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas, Kepuasan, Pelayanan, Nasabah, PT Pegadaian

Abstract– Service quality is closely related to customer satisfaction. One of the successes of service companies in competition is to provide the best and latest services so as to increase the value of the company in the eyes of consumers, this means that the higher the quality of service provided by the company to its customers, the higher the level of customer satisfaction. Conversely, if the quality of service provided by the company is low, the level of customer satisfaction will also be low. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT Pegadaian CP Gaharu Medan. This study uses primary data sourced from direct observation and questionnaires distributed to customers, namely 44 respondents. The method used is a quantitative descriptive method. Data processing using statistical program for social science (SPSS 22.0), after statistical tests using simple linear regression analysis $Y = 13,700 + 5,783X$ and based on the T test, $t_{count} 18,499 > t_{table} 2,018$ means H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that service quality has a significant effect on customer satisfaction and the results of the determination test research show that service quality contributes 89.1% to customer satisfaction

Keywords: Quality, Satisfaction, Service, Customers, PT Pegadaian

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, industri jasa memegang peranan penting dalam perekonomian baik domestik maupun internasional dan tumbuhnya kegiatan ekonomi mendorong persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa. Produsen harus menciptakan karya kreatif dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar tidak ketinggalan, salah satu keberhasilan perusahaan jasa dalam persaingan adalah memberikan pelayanan yang terbaik serta terbaru sehingga meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen. Lembaga keuangan merupakan salah satu lembaga jasa yang memberikan pelayanan khusus kepada konsumen, dan harus terus memberikan pelayanan kepada konsumen seiring kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Dalam memenuhi kebutuhan penggunaan layanan, kualitas layanan merupakan dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk menentukan berbagai jenis layanan yang berkembang pada saat ini. Di era perkembangan dan pertumbuhan yang pesat, masyarakat cenderung memilih perusahaan jasa yang aman dan terjangkau. Semua nasabah yang datang ke PT. Pegadaian menginginkan pelayanan yang memuaskan sedangkan jumlah nasabah yang datang dalam jumlah yang banyak dan memiliki perilaku dan sifat yang tidak sama

sehingga menyebabkan kesulitan dalam upaya mewujudkan suatu sistem pelayanan yang memuaskan nasabah. [1] Menurut keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1993 “Pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah baik di pusat maupun di daerah, BUMN, BUMD dalam bentuk barang dan jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Dalam perusahaan jasa orang yang berada didalamnya sangat berperan dan memiliki pengaruh besar pada kinerja perusahaan jasa itu sendiri. [2] Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Strategi *people* memiliki pelayanan khusus dalam melayani pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap setiap pelanggan [3].

Program peningkatan pelayanan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Perusahaan yang melayani kebutuhan masyarakat luas perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. [4]

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan melalui kinerja. Artinya



masyarakat secara alami akan merasa puas dan mengembangkan rasa percaya terhadap pelayanan yang diberikan melalui kinerja tersebut jika kualitas pelayanan yang diberikan melalui kinerja lebih tinggi.[5]

[6] Menyatakan ada lima dimensi yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko, atau ragu-ragu.
- 5) Empaty (*Empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*) [7]

Untuk menentukan tingkat kualitas pelayanan yang tepat, tidak hanya mempertimbangkan sudut pandang konsumen, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan konsumen serta komponen kualitas yang diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi pelayanan harus memperhatikan kepentingan konsumen dengan memperhatikan komponen kualitas yang diinginkan oleh konsumen. Berikut adalah faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu:

- a. Melakukan penelitian untuk mengidentifikasi determinan penting kualitas layanan bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan oleh pasar sasaran merupakan langkah awal yang harus dilakukan.
- b. Mengelola harapan pelanggan semakin banyak janji yang dibuat, semakin banyak harapan pelanggan, yang pada dasarnya berarti perusahaan akan lebih mungkin gagal memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, ada satu hal yang dapat dijadikan aturan, yaitu jangan menjamin apa yang tidak dapat disampaikan, tetapi berikan jaminan yang lebih dari jaminan.
- c. Tujuan pengelolaan bukti manajemen kualitas layanan adalah untuk meningkatkan persepsi pelanggan baik sebelum maupun sesudah layanan diberikan. Pelanggan lebih cenderung memperhatikan fakta fakta tangible.
- d. Mengembangkan budaya kualitas budaya kualitas merupakan sistem organisasi yang menghasilkan lingkungan yang konduktif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus.

Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga bagi kelangsungan hidup perusahaan, Pelayanan yang diberikan oleh penjual jasa akan memberikan rasa percaya dan mengakibatkan munculnya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas layanan nasabah.

Memenuhi kebutuhan konsumen merupakan keinginan semua perusahaan. Memuaskan kebutuhan konsumen tidak hanya merupakan faktor kunci dalam kelangsungan hidup perusahaan, tetapi juga keunggulan kompetitif. Konsumen yang puas dengan suatu produk atau jasa cenderung akan membeli kembali produk atau jasa tersebut jika kebutuhan yang sama muncul di masa mendatang. Ini berarti kepuasan konsumen adalah pendorong utama pembelian berulang, yang menyumbang sebagian besar volume penjualan perusahaan. Kepuasan dari konsumen merupakan salah satu faktor pendorong terjadinya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Pada dasarnya konsumen akan menghargai apa yang disampaikan oleh orang lain tentang produk atau layanan [8]. Ketika pelanggan merasa puas mereka akan memberitahukan dan berbagi informasi tentang pengalaman yang diperoleh kepada pelanggan lain serta dapat menjadi referensi bagi perusahaan yang terkait.[9]. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan [10]. Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan dan kenyataan ini lah yang akan menentukan kepuasan pelanggan [11]. Cara sederhana mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan atau membandingkan dengan pesaing [12].

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang produknya tidak berwujud sehingga untuk mengetahui tingkat kepuasan pada pelanggan dapat dilakukan memberikan kualitas pelayanan dengan prima[13]

Dampak pada seberapa puas pelanggan atas kualitas pelayanan yang mereka terima adalah ketika seorang pelanggan senang dengan layanan yang mereka terima, mereka lebih cenderung menggunakan produk atau layanan perusahaan di masa depan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Di sisi lain, jika pelanggan tidak puas dengan layanan yang mereka terima, kemungkinan besar mereka akan mencari opsi lain dan tidak akan merekomendasikannya kepada oranglain. Kualitas pelayanan dapat berupa hal-hal seperti:

1. Waktu tunggu yang tidak terlalu lama
2. Pelayanan yang ramah dan sopan
3. Kesiediaan untuk membantu dan menjawab pertanyaan nasabah dengan baik
4. Kemudahan dalam mengakses layanan
5. Kecepatan dalam menyelesaikan kebutuhan nasabah



[14] Terdapat empat cara dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu: (1) Sistem keluhan dan saran, (2) Kepuasan berbelanja, (3) Analisa pelanggan yang hilang, (4) Survei kepuasan pelanggan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada nasabah PT Pegadaian CP Gaharu Medan dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian CP Gaharu Medan. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan memberikan kuesioner pada nasabah. Populasi yang digunakan pada penelitian ini 44 responden. Sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Metode analisis data yang digunakan untuk mengukur hasil dari penelitian ini yaitu Metode deskriptif kuantitatif dimana data yang diperoleh diukur dengan skala likert dan di analisis berdasarkan uji statistic menggunakan SPSS. Uji analisis yang digunakan Regresi linear sederhana, Uji koefisien korelasi, Uji determinasi dan Uji Parsial. [15] analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Sederhana

Dari hasil uji regresi sederhana yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,700	3,676		3,727	,001
Kualitas Pelayanan	5,783	,313	,944	18,499	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2023)

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13,700 + 5,783X$$

Dimana

Jika nilai X = 0 akan diperoleh Y = 13,700

Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 13,700 nilai ini menunjukkan bahwasaat Kualitas pelayanan bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasann nasabah akan tetap bernilai 13,700, koefisien regresi nilai (b) sebesar 5,783 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 5,783 satuan.

Dari hasil uji koefisien korelasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Koefisien Korelasi

Correlations			
		Kepuasan Nasabah	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1,000	,944
	Kualitas Pelayanan	,944	1,000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah		,000
	Kualitas Pelayanan	,000	
N	Kepuasan Nasabah	44	44
	Kualitas Pelayanan	44	44

Besarnya koefisien korelasi (r) antara dua variabel adalah untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau lemahnya pengaruh maka digunakan pedoman sebagai berikut :

Tabel 3. Interpretasi Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan spss dapat diketahui bahwa nilai korelasi sebesar 0,944 jika dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi masuk dalam interval 0,80 – 1,000 dengan tingkat hubungan yang sangat kuat, sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kekuatan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

Dari hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,944 ^a	,891	,888	1,78852

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2023)

Berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 89,1% yang artinya variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 89,1% terhadap variabel kepuasan nasabah.

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,700	3,676		3,727	,001
	Kualitas Pelayanan	5,783	,313	,944	18,499	,000



a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2023)

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,018. Sesuai dengan kriteria jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadapkepuasan nasabah

IV. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.Pegadaian CP Gaharu Medan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkatkepuasan nasabah yang diberikan oleh perusahaan maka tingkat kepuasan nasabahnya juga akan tinggi sebaliknya, jika kualitas pelayanan yangdiberikan oleh perusahaan rendah, maka tingkat kepuasan nasabahnya jugaakan rendah

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2,018 ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil analisis koefisien korelasi kualitas pelayanan terhadap kepuasannasabah sebesar 0,944 ,sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kekuatan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat

Hasil analisis uji determinasi diperoleh angka sebesar 89,1% yang berarti variabel independen kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 89,1%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada PT Pegadaian CP Gaharu Medan dan para responden yang bersedia mengisi kuesioner hingga terlaksananya penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan,” *J. Penelit. Pendidik. Sos. Hum.*, vol. 6, no. 1, pp. 54–57, 2021, doi: 10.32696/jp2sh.v6i1.729.
- [2] Ahmad Afan Zain, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Al-Maqashid J. Econ. Islam. Bus.*, vol. 2, no. 2, pp. 47–54, 2022, doi: 10.55352/maqashid.v2i2.269.
- [3] S. D. Tantri and Z. Hanum, “Strategi Bauran Pemasaran (7P) Layanan Jaringan Transfer Nusantara Pada PT Kriska Jatindo Medan,” *Pros. Semin. Nas.* ..., pp. 363–368, 2022, [Online]. Available: <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/view/187/135>.
- [4] B. Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, Edisi Revi. Jawa Barat: Pustaka Reka Cipta, 2021.
- [5] Oktariansyaha, Reina Damayantib, Benny Usmanc, and Andri Eko Putra, “Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmudi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Palembang,” *J. Manaj. dan Bisnis Sriwij.*, vol. 15, no. 1, pp. 49–61, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs>.
- [6] D. Erlianti, “Kualitas Pelayanan Publik,” *J. Adm. Publik dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 15–28, 2019, doi: 10.36917/japabis.v1i1.7.
- [7] K. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2009.
- [8] dkk Alfonsius, *Perilaku Konsumen*, Pertama. Yogyakarta: Penamuda Media, 2023.
- [9] Z. Hanum, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Lulusan Terhadap Lulusan Pendidikan Vokasi (Studi Kasus Lulusan Politeknik Lp3I Medan),” *J. Ilmu Keuang. dan Perbank.*, vol. 9, no. 1, pp. 27–39, 2020, doi: 10.34010/jika.v9i1.2329.
- [10] A. Meilani and D. Sugiarti, “Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 8, no. 3, pp. 2501–2510, 2022.
- [11] D. Marlius and I. Putriani, “Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Layanan Customer Service,” *J. Pundi*, vol. 3, no. 2, p. 111, 2020, doi: 10.31575/jp.v3i2.151.
- [12] F. Tjiptono, *Kepuasan Pelanggan*, 1st ed. Yogyakarta: Andi Offset, 2021.
- [13] Taupik Ismail, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung,” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 5, no. 3, pp. 413–423, 2021.
- [14] N. Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.