

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT. PEGADAIAN CABANG PALLANGGA  
KABUPATEN GOWA**

**SYAMSINAR**

**105720451813**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR**

**2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT. PEGADAIAN CABANG PALLANGGA**

**KABUPATEN GOWA**

**SYAMSINAR**

**105720451813**

**Untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada  
Jurusan Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**MAKASSAR**

**2018**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. PEGADAIAN  
CABANG PALLANGGA KAB. GOWA

Nama Mahasiswa : **SYAMSINAR**  
No. Stambuk : 10572 0451813  
Jurusan : MANAJEMEN  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS  
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

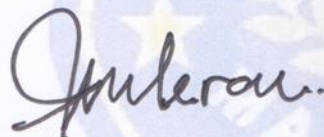
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diajukan didepan penguji  
sastra satu (S1) pada hari Rabu, tanggal 6 Juni 2018 pada Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 6 Juni 2018

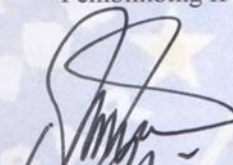
Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. EK. Ikram Idrus, M.S  
NBM : 787256



Safaruddin, SE., MM.  
NBM : 1086526

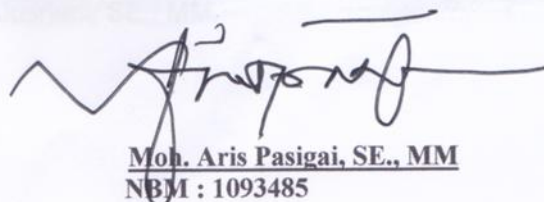
Mengetahui

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Manajemen



Ismail Nasuliong, SE., MM  
NBM : 903078



Moh. Aris Pasigai, SE., MM  
NBM : 1093485

## PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0006/2018 Tahun 1439H/2018M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Rabu, 06 Juni 2018 M/21 Ramadhan 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 07 Juni 2018

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)

(.....)

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

(.....)

Sekretaris : Dr. Agussalim HR, SE, MM.

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

(.....)

Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, SE, MM.

2. Samsul Rizal, SE, MM.

3. Muh. Nur R, SE, MM.

4. Dr. Edi Jusriadi, SE., MM.

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

## **MOTTO**

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya ALLAH-lah hendaknya kamu berharap ”*

*(QS. Alam Nasrah Ayat 6-8)*

## ABSTRAK

**Syamsinar**, stambuk 105720451813, **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa**, dibimbing EK. Ikram Idrus M. S dan Syafaruddin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga kabupaten Gowa.

Metode teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik aksidental yaitu teknik penarikan sampel secara kebetulan. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi linear berganda dan pengelola data primer menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

Pengaruh variabel dari kualitas pelayanan yaitu Kehandalan ( $X_1$ ), Bukti Fisik ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Perhatian ( $X_4$ ) dan Tanggapan ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Hal ini dapat di buktikan dari hasil analisis uji F bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $40,649 > 2,31$ ) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 66,7% yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas tersebut terhadap variable terikat yakni kepuasan nasabah adalah sebesar 82,7% dan Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variable Kehandalan ( $X_1$ ), Perhatian ( $X_4$ ) dan Tanggapan ( $X_5$ ) berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel Bukti Fisik ( $X_2$ ) dan Jaminan ( $X_3$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, variable yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa adalah variable Tanggapan ( $X_5$ ) karena mempunyai koefisien tertinggi sebesar 6,416.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah**

## ABSTRACT

Syamsinar, stambuk 105720451813, Influence Quality Service Against Customer Satisfaction At PT. Pawnshop Branch Pallangga Gowa District, guided EK. Ikram Idrus M. S and Syafaruddin.

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Pawnshop Branch Pallangga Gowa district.

The method of sampling technique used is accidental technique that is accidental sampling technique. This research uses multiple linear regression analysis method and primary data manager using SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

Effect of variable from service quality that is Reliability (X1), Physical Evidence (X2), Guarantee (X3), Attention (X4) and Response (X5) have significant effect to customer satisfaction at PT. Pawnshop Branch Pallangga Gowa District. It can be proved from the result of F test analysis that  $F_{count} > F_{table}$  ( $40,649 > 2,31$ ) the magnitude of influence can be seen from R square is 66,7% indicating that the influence of independent variable to the dependent variable that is customer satisfaction is equal to 82,7% and Result using t test indicate that variable of Reliability (X1), Caution (X4) and Response (X5) have a significant effect on customer satisfaction while Physical (X2) and Guarantee (X3) variable have no significant effect on customer satisfaction at PT. Pawnshop Branch Pallangga Gowa Regency, the variable that has the most dominant influence on customer satisfaction in PT. Pawnshop Branch Pallangga Gowa Regency is variable response (X5) because it has the highest coefficient of 6.416.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

## KATA PENGANTAR



*Assalamu alaikum Warahmatullahi Wabarakatu*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa*”. Tak lupa pula penulis haturkan salam dan shalawat kepada Nabi junjungan kita, pemberi rahmat bagi alam semesta yaitu Baginda Rasulullah Muhammad SAW sang revolusioner sejati yang telah membawa kita keluar dari alam gelap gulita menuju ke alam yang terang benderang seperti saat ini. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam proses penulisan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi didalamnya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak tersebut, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar



2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta staf tata usaha Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE.,MM Ketua Jurusan Manajemen dan seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Drs. EK. Ikram Idrus M. S selaku pembimbing I dan Bapak Syafaruddin, SE., MM selaku pembimbing II yang dengan senang hati meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penulis dalam pemeriksaan skripsi ini.
5. Untuk keluarga tercinta, kedua orang tua, saudara, serta sahabat – sahabatku tercinta Hasniar Mile, Annisa Chintya Putri, Ririn Mutmainnah, Gusniar dan zulhayatri yang telah banyak membantu baik secara moril maupun materil serta segala dukungan, motivasi dan tak pernah putus dalam mendoakan sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.

Makassar, Mei 2018

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Pengertian Pelayanan dan Kualitas Pelayanan .....	6
B. Pengertian Jasa .....	9
C. Pengertian Pemasaran Jasa .....	11
D. Pengertian Pelayanan .....	12
E. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	15
F. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	17
G. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah .....	23
H. Pengertian Nasabah .....	26
I. Kerangka Pikir .....	26
J. Hipotesis.....	28

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
B. Metode Pengumpulan Data .....	29
C. Jenis dan Sumber Data .....	30
D. Populasi dan sampel .....	31
E. Metode Analisis Data .....	31
F. Definisi Operasional Variabel.....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Sejarah singkat .....	34
B. Struktur organisasi .....	37
C. Visi dan misi .....	39
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. Deskriptif Data Responden .....	42
B. Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
1. Kehandalan .....	
2. Bukti Fisik.....	
3. Jaminan .....	
4. Perhatian .....	
5. Tanggapan.....	
6. Kepuasan.....	
C. Analisis hasil penelitian .....	66
1. Analisis regresi linear berganda.....	
2. Uji F .....	
3. Uji t .....	
D. Pembahasan hasil penelitian .....	72
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
1. kesimpulan.....	80
2. Saran .....	81

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
----------------------------	-----------

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>19</b>
<b>Gambar 2. Struktur Organisasi.....</b>	<b>21</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Setelah beberapa tahun Indonesia tertimpa krisis ekonomi dan moneter pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya recovery ekonomi untuk mengurangi dampak dari krisis tersebut sector pad perbankan yang juga terkena imbas krisis, dimana pemerintah telah melakukan berbagai upaya seperti program restrukturisasi perbankan dan restrukturisasi kredit. Hal ini berdampak pada mulai pulihnya kembali sector perbankan.

Peran serta pemerintah dalam stabilitas ekonomi adanya Badan Usaha Milik Negara yang berfungsi ganda, sebagai pelayanan umum dan sumber pendapatan Negara. Berkaitan dengan hal tersebut pemerintah terus berupaya memberikan dukungan bagi perbaikan ekonomi melalui berbagai program yang direncanakannya, mulai dari penyediaan sarana dan prasarana sampai kepada penyediaan modal usaha dan kebutuhan lainnya. Salah satunya adalah penyaluran kredit berdasarkan hukum gadai yang dilakukan oleh perum pegadaian.

Kredit selalu dibutuhkan oleh masyarakat sebagai pelaku ekonomi, disebabkan meningkatnya kegiatan ekonomi yang berdampak langsung pada peningkatan usaha dan kebutuhan masyarakat. Namun peningkatan tersebut tidak selalu diikuti oleh kemampuan finansial dari pelaku ekonomi, dimana kredit sangat diperlukan oleh para pelaku ekonomi khususnya pengusaha /

investor sebagai modal kerja untuk menjalankan usahanya. Berkembangnya kegiatan investasi tersebut berdampak pada terbukanya lapangan kerja sehingga roda perekonomian dapat berjalan secara baik dan optimal.

Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang diharapkan memegang peranan besar dalam menyalurkan kredit kepada para pengusaha khususnya sektor usaha kecil dan menengah, nampaknya belum dapat berjalan sesuai dengan harapan. Hal ini disebabkan karena prosedur dan persyaratan untuk mendapat kredit sulit dipenuhi oleh para pengusaha khususnya para pengusaha kecil menengah dan masyarakat bawah / ekonomi lemah.

Pegadaian sebagai salah satu lembaga khususnya keuangan non bank yang pada dasarnya bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan dana dimana bukan hanya modal untuk pengusaha kecil dan menengah tetapi juga untuk kebutuhan konsumsi rumah tangga. Oleh sebab itu Perum Pegadaian hadir dan menawarkan Kredit Gadai dengan prosedur dan persyaratan lebih mudah dan cepat dibanding dengan bank. Maka dari itu Perum Pegadaian dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal terhadap masyarakat, agar masyarakat dapat lebih efektif dalam mendapatkan dana untuk kebutuhan mereka.

Sistem Pemasaran merupakan salah satu diantara beberapa kegiatan manajemen yang mempunyai peranan penting karena merupakan penunjang langsung terhadap kegiatan perusahaan dan juga terhadap volume penjualan untuk memperoleh laba yang optimal dari hasil penjualan yang maksimal.

Sebagaimana diketahui, bahwa dalam rangka pencapaian laba yang optimal, tentunya terlebih dahulu perusahaan harus mampu merebut pangsa pasar (market share) lebih besar dan ini hanya mungkin tercapai bila perusahaan cukup jeli melihat needs and wants (kebutuhan dan keinginan) dari calon konsumen, selain jangkauan tingkat ekonomi masyarakat juga perlu diperhatikan. Berdasarkan latar belakang penulis tertarik mengangkat judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa?
2. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa?
3. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa?
4. Apakah perhatian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa?
5. Apakah tanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian



Searah dengan rumusan masalah penelitian yang dimaksudkan maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa.

## 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian meliputi dua dimensi utama yaitu :

- a. Sebagai bahan masukan bagi PT. Pegadaian cabang palangga Kabupaten Gowa untuk mempertahankan dan mencari nasabah baru dalam meningkatkan pendapatan perusahaan..
- b. Sebagai referensi bagi rekan-rekan mahasiswa yang ingin meneliti masalah yang sama.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

Dualisme pelayanan sebagai proses dan produk sudah semakin menyatu, bahkan dapat dikatakan bahwa dalam setiap produk melekat unsur pelayanan. Dengan kata lain tidak ada produk yang tidak disertai dengan pelayanan. Sejalan dengan itu maka (hampir) tidak ada perusahaan yang benar-benar manufaktur murni, karena dalam perusahaan tersebut unsur pelayanan tetap ada, bahkan cenderung dominan. Tidak hanya pada tingkat operasional tetapi juga pada tingkat puncak manajemen.

Menurut Moenir Manajemen Pelayanan Umum (1999:16) mengemukakan pengertian **pelayanan** adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan kepentingan orang banyak. Alasannya pelayanan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu dunia usaha dan merupakan gambaran kebiasaan yang diberikan kepada orang lain dalam bentuk sikap, kegiatan mulai dari perencanaan dalam membuat suatu produk, berupa barang atau jasa dilanjutkan dengan proses pengepakan, penyaluran dan berakhir pada kepuasan konsumsi.

Sedangkan menurut Sianipar, Manajemen Pelayanan Masyarakat (1999) mengemukakan bahwa **pelayanan** adalah suatu cara, teknik atau kemampuan memenuhi, menanggapi kebutuhan dan keluhan orang lain secara khas sehingga memuaskan.

Dalam pengertian pelayanan terkandung suatu kondisi yang melayani yakni memiliki suatu keterampilan, keahlian dibidang tertentu. Berdasarkan keterampilan dan keahlian pihak tersebut mempunyai posisi atau nilai lebih dalam kecakapan tertentu, sehingga mampu memberikan bantuan dalam menyelesaikan suatu keperluan, kebutuhan individu atau organisasi.

Kemudian menurut Heskett, Visi Kualitas jasa dalam Hutabarat (1999:20) menyatakan bahwa pelayanan merupakan kunci sukses, oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi fokus perhatian manajemen perusahaan dalam menjalankan usaha.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan itu. Dan itu berarti penerapan kualitas pelayanan harus diberikan terbaik pertama kali.

Pelayanan juga berarti melayani, membantu, menyiapkan, menerima, menyabut dan mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan yang diberikan oleh Perum Pegadaian Cabang Gowa. Kepada masyarakat tentunya diharapkan akan memudahkan dan memperlancar proses pekerjaan yang mereka lakukan khususnya pemenuhan kebutuhannya.

Selanjutnya menurut Thoha, Perbaikan Administrasi di Indonesia (1999:47) mengemukakan bahwa pelayanan social merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang/ kelompok orang atau institusi tertentu untuk

memberikan bantuan atau kemudahan kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Pelayanan itu menjadi penting dan peka karena senantiasa berhubungan dengan khalayak masyarakat, jika kurang sedikit saja pemberian pelayanan tersebut maka akan cepat menyinggung komentar orang.

Dan kemudian menurut Zeithami Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan dalam Aviliani dan Wilfrijdus (1999:10), perwujudan kualitas pelayanan dilihat dari kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Berwujud (Tangibles)

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Jadi ini mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi yang ada.

2. Keandalan (reliability)

Suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijalankan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan dan tanpa kesalahan.

3. Tanggapan (responsiveness)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) kepada pelanggan, memberikan konsumen menunggu

tanpa adanya alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan. Para peristiwa pelayanan yang gagal, kemampuan untuk segera membatasi hal tersebut secara professional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan.

4. Jaminan / kepastian (assurance)

Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menunjang kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan (bebas dari keragu-raguan)

5. Empati (empathy)

Memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan.

## **B. Pengertian Jasa**

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia juga memerlukan jasa dalam mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Pengertian jasa dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2009 : 6) memberikan batasan bahwa Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Definisi lain, dikemukakan pula oleh Valarie and Mary yang kemudian dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2006 : 5) bahwa : Jasa pada dasarnya merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atas pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen.

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan di atas, tampak bahwa di dalam jasa selalu terdapat aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

Buchari Alma (2004 : 204) mengemukakan bahwa: " Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai sehat) bersifat tidak berwujud ".

Selanjutnya pengertian jasa menurut Kotler yang dikutip Yazid (2005 : 2) adalah:" Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan

oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik".

Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini dapat merupakan bagian kecil ataupun bagian utama/pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni berupa barang pada satu sisi dan jasa murni pada sisi lainnya.

### **C. Pengertian Pemasaran Jasa**

Pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen.

Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut, merupakan hal yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Ratih Hurriyati (2005 : 6) mendefinisikan bahwa : "Pemasaran jasa adalah suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut."

Freddy Rangkuti (2009 : 19) mengemukakan bahwa : "Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk." Berdasarkan definisi pemasaran jasa yang dikemukakan Freddy Rangkuti, maka pertama, pemasaran jasa lebih bersifat *intangibile* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit daripada pengawasan produk fisik. Ketiga, interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk dapat mewujudkan produk yang dibentuk.

#### **D. Pengertian Pelayanan**

Kita semua harus dapat memahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang, bukan dari organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, layanan itu mungkin diberikan karena satu pihak berkehendak membantu pihak lain secara sukarela, atau adanya permintaan dari pihak lain kepada satu pihak untuk membantunya secara sukarela. Misalnya, bantuan yang berkaitan dengan kegotong-royongan antar warga, bantuan perhelatan, bantuan duka cita, bantuan hukum cuma-cuma, pemeliharaan anak yatim/piatu, pemeliharaan orang jompo, dan penyelesaian pekerjaan yang dilakukan oleh para aktivitas dalam organisasi non-komersial seperti lembaga swadaya masyarakat.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Peranannya akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan jasa tersebut kompetisi (persaingan) cukup ketat dalam upaya



merebut pangsa pasar atau langganan. Tingkat pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh pusat pelayanan dalam menangani orang-orang yang memerlukan pelayanan-pelayanan.

Kasmir (2005 : 15) mengemukakan bahwa : " Pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah". Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005 : 39) mengemukakan bahwa : "Konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik, kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi.

Menurut Atep Adya Barata (2004 : 10) bahwa : " Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani." Pelayanan dapat terjadi antara :

1. Seorang dengan seorang.
2. Seorang dengan kelompok.
3. Kelompok dengan seorang.
4. Orang-orang dalam organisasi.

Dalam hal layanan diberikan karena tujuan komersial, satu pihak akan menyediakan layanan bagi pihak lain bila pihak lain tersebut bersedia untuk membayar. Misalnya, layanan yang diberikan karena ada transaksi jual beli, layanan timbal balik antara pegawai dan perusahaan, layanan timbal balik antara pegawai negara dan instansi pemerintah

tempatnya bekerja, antara pejabat negara dan lembaganya, dan hubungan timbal balik antara atasan dan bawahan sebagai lanjutan hubungan antar posisi dalam organisasi komersil, non-komersil maupun instansi pemerintah.

Salah satu cara agar penjualan jasa satu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, para konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian nasabah.

Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan nasabah dengan memperhatikan komponen kualitas nasabah.

## E. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Sayangnya, minat dan perhatian pada pengukuran kualitas jasa dapat dikatakan baru berkembang sejak dekade 1980-an.

Pada perusahaan jasa, pelayanan yang diberikan adalah "produk"-nya, oleh karena itu kegiatan merancang pelayanan lebih abstrak (kabur) dibandingkan dengan kegiatan merancang produk. Zulian Yamit (2002 : 95) mengemukakan bahwa: "Pelayanan bukanlah sesuatu yang dapat diraba, selain itu pelayanan tidak dapat disimpan dan ditambahkan untuk memberikan pelayanan di masa yang akan datang". Meskipun demikian, perusahaan jasa biasanya lebih fleksibel dan dapat lebih mudah mengubah kegiatan. Jika perusahaan jasa mengubah kegiatan, maka ruang kantornya lebih mudah untuk disesuaikan dengan kegiatan baru tersebut. Dengan kata lain, mengubah pelayanan lebih mudah bagi perusahaan jasa dibandingkan dengan pabrik dalam mengubah produk.

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh

konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005 : 121) mengemukakan bahwa : "Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan."

Berdasarkan definisi di atas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Lebih lanjut, menurut Wyckof dalam buku Fandy Tjiptono (2005 : 260) mendefinisikan : "Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan."

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya,

perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

#### **F. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Siapapun yang terlibat dalam bisnis, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan nasabah. Bahkan, apabila seorang top manajemen yang tidak pernah bertemu dengan nasabah, nasabah akan tetap mengenal kontribusi top manajemen melalui produk yang mereka konsumsi atau jasa yang digunakan.

Sampai hari ini, kepuasan nasabah masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Tak perlu mereka mengerti bagaimana teori kepuasan nasabah diformulasikan dan tak perlu mereka tahu bahwa teori kepuasan nasabah masih sampai hari ini didebatkan secara serius. Kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi

karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.

Yazid (2005 : 55) mengemukakan bahwa :Kepuasan nasabah adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjukkerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa). Sebaliknya, apabila unjukkerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat.

Berdasarkan pengertian di atas, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan nasabah dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan nasabah dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi nasabah terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi nasabah terhadap kepuasan sangatlah penting, agar tidak terjadi kesenjangan (*gap*) persepsi antara perusahaan dengan nasabah.

Menurut Supranto ( 2001 : 224 ) mengemukakan definisi kepuasan nasabah sebagai berikut : " Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki nasabah sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan ".

Handi Irawan (2004 : 37) mengemukakan bahwa : " Kepuasan nasabah ditentukan oleh persepsi nasabah atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Nasabah merasa puas apabila

harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan nasabah terlampaui. Pernyataan yang fundamental adalah apa sebenarnya yang membuat nasabah puas? Para nasabah memperkirakan penawaran mana yang menyerahkan nilai tertinggi. Para nasabah menginginkan nilai maksimum, dengan dibatasi oleh biaya pencarian serta keterbatasan pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan. Mereka membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu. Kenyataan apakah suatu penawaran memenuhi harapan akan nilai mempengaruhi kepuasan dan kemungkinan pembelian kembali.

Nilai bagi nasabah (*customer delivered value*) adalah selisih antara nilai nasabah total dan biaya nasabah total. Nilai nasabah total (*total customer value*) adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh nasabah dari produk atau jasa tertentu. Biaya nasabah total (*total customer cost*) adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa.

Apakah pembeli akan puas setelah pembelian tergantung pada kinerja tawaran sehubungan dengan harapan pembeli. Menurut Kotler (2002 : 42) berpendapat bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Berdasarkan definisi tersebut di atas bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kerja atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada

dibawah harapan, maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan nasabah amat puas atau senang.

Banyak perusahaan menfokuskan pada kepuasan tinggi karena para nasabah yang kepuasannya hanya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan/preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan nasabah yang tinggi.

Bagaimana para pembeli membentuk harapan mereka ? Harapan mereka dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasihat teman dan kolega, serta janji dan informasi pemasar dan para pesaingnya. Jika para pemasar meningkatkan harapan terlalu tinggi, para pembeli kemungkinan besar akan kecewa.

Beberapa perusahaan yang paling berhasil di masa kini sedang meningkatkan harapan dan akan meningkatkan kinerja yang memenuhinya, perusahaan-perusahaan itu menuju pada Kepuasan nasabah total (*total customer satisfaction*).

Kunci untuk menghasilkan kesetiaan nasabah adalah memberikan nilai nasabah yang tinggi. Menurut Michael Lanning dalam karyawanya *Delivering Profitable value* sebuah perusahaan harus mengembangkan satu proposisi nilai (*value proposition*) yang superior secara bersaing, dan sistem penyerahan nilai (*Value-delivery System*) yang superior. Proposisi nilai



sebuah perusahaan adalah jauh lebih dari sekedar positioningnya pada suatu atribut tertentu, itu merupakan pernyataan tentang pengalaman yang dihasilkan yang akan diperoleh para nasabah dari tawaran dan dari hubungan mereka dengan pemasok. Merek hams menggambarkan suatu janji tentang total pengalaman yang dihasilkan yang dapat diharapkan oleh nasabah.

Apakah janji itu dipenuhi, tergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengelola sistem penyerahan nilainya. Sistem penyerahan nilai mencakup semua komunikasi dan pengalaman saluran yang akan didapatkan nasabah dalam usahanya untuk mendapatkan tawaran.

Selain melacak harapan nilai nasabah, dan kepuasan nasabah, perusahaan-perusahaan juga harus mengawasi kinerja pesaing mereka di bidang-bidang tersebut. Untuk perusahaan-perusahaan yang berfokus pada nasabah, kepuasan nasabah adalah sasaran sekaligus alat pemasaran. Perusahaan-perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi akan memastikan bahwa pasar sasaran (target market) mereka mengetahuinya.

Walaupun perusahaan yang berfokus pada nasabah berusaha mencapai kepuasan nasabah yang tinggi, sasaran utamanya bukanlah untuk memaksimumkan kepuasan nasabah. Jika perusahaan meningkatkan kepuasan nasabah dengan menurunkan harganya atau peningkatan pelayanannya, hasilnya mungkin adalah laba yang rendah.

Saat nasabah menilai kepuasan mereka berdasarkan salah satu unsur kinerja perusahaan, misalnya penyerahan barang, perusahaan perlu

menyadari bahwa beragam sekali cara nasabah mendefinisikan penyerahan barang yang baik. Penyerahan barang yang baik itu dapat berarti penyerahan yang lebih awal, tepat waktu, lengkap, seterusnya.

Paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan nasabah, menurut Buchari Alma (2004 : 285) yaitu :

1. *Complaint and suggestion system* (Sistem Keluhan dan Saran)

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganan. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2. *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan nasabah)

Dalam hal ini perusahaan melakukan survai untuk mendeteksi komentar nasabah. Survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi, atau nasabah diminta mengisi angket.

3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan)

Dalam hal ini perusahaan menaruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau keperusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu bermafaat sebagai bahan pengambilan

keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun kelapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

#### 4. *Lost Customer Analysis* (analisis nasabah yang lari)

Langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

### **G. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Meskipun umumnya defmisi yang diberikan di atas menitikberatkan pada kepuasan/ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan/ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi.

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Fandy Tjiptono (2004 : 25) antara lain meliputi:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti *dash board*, AC, *sound system*, *door lock system*, *power steering* dan sebagainya.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada motor lainnya
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah

direparasi,serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik, warna model/desain dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan maupun negara pembuatnya.

Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para nasabah.

Dalam mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang.

## **H. Pengertian Nasabah**

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah sebagai berikut : " Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Menurut Zulian Yamit (2002 : 75) mendefinisikan nasabah adalah : "Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk".

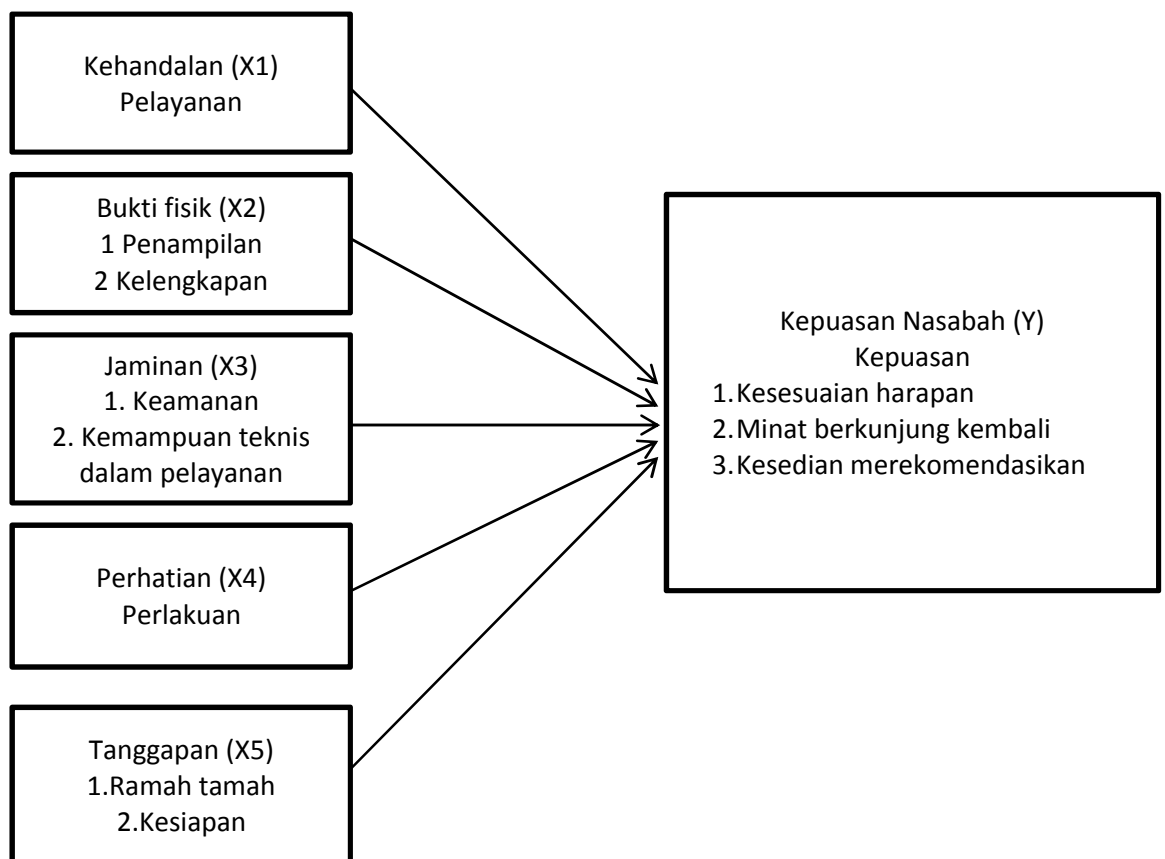
Sedangkan menurut Kasmir (2008 : 94) bahwa : "Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank".

## **I. Kerangka Pikir**

PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, dalam upaya untuk lebih mengantisipasi persaingan yang semakin ketat, serta untuk lebih meningkatkan kepuasan nasabah, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh

perusahaan adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah program atau strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada nasabah jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kepuasan bagi nasabah.

Untuk memudahkan dalam penyusunan proposal maka penulis menggunakan acuan dalam kerangka pikir dapat dilihat melalui skema berikut ini :



Gambar 1 : Kerangka Pikir

## **J. Hipotesis**

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan, maka diajukan hipotesis sebagai jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan yang telah dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa.
2. Diduga bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa.
3. Diduga bahwa jaminan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa.
4. Diduga bahwa perhatian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa.
5. Diduga bahwa tanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallangga Kabupaten Gowa.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada kantor Perum Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa. Sedangkan waktu penelitian diperkirakan dua bulan mulai bulan Maret sampai bulan april 2017.

#### **B. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang relevan untuk memecahkan dan menganalisa masalah tersebut, maka cara yang ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada perusahaan yakni dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan penyusunan proposal ini.

##### 2. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data-data sekunder yang ada pada Perum Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

##### 3. Kuesioner

Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang dibuat untuk memperoleh tanggapan atau persepsi responden yang menjadi sampel penelitian.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Data Kuantitatif**

Yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk angka-angka seperti : jumlah nasabah, volume penjualan serta data lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

#### **2. Data Kualitatif**

Yaitu data mengenai keadaan perusahaan, struktur organisasi, serta uraian tugas masing-masing bagian dalam perusahaan.

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

#### **1. Data Primer**

Yaitu data yang bersumber dari perusahaan berupa hasil pengamatan dengan mewawancarai pimpinan dan karyawan perusahaan serta data-data tertulis lainnya yang ada dalam perusahaan yang dibutuhkan oleh penulis.

#### **2. Data Sekunder**

Yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang berhubungan dengan perusahaan serta laporan-laporan lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

#### D. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, menurut data PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa bahwa nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa sebesar 58.086 orang sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan rumus sloving yaitu :

$$N 58.086 n = 1 + N(e)^2 \quad 1 + 58.086 (0,10)^2 = 99,82$$
 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik aksidental, dimana menurut Sugiyono (2009 : 96) bahwa teknik penarikan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat dijadikan sebagai responden.

#### E. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh sekaligus untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:.

1. Analisis regresi berganda yaitu suatu analisis untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah penabung dengan menggunakan rumus Riduan dan Akdon (2007 : 142)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Di mana :

$X_1$  = Kehandalan

$X_2$  = Bukti Fisik

$X_3$  = Jaminan

$X_4$  = Perhatian

$X_5$  = Tanggapan

$Y$  = Kepuasan nasabah

$a$  = nilai konstanta

$b$  = koefisien regresi

$x$  = kualitas pelayanan

#### F. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penulisan digunakan beberapa istilah sehingga didefenisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Defenisi operasional tersebut adalah :

1. **Pelanggan** adalah masyarakat yang memanfaatkan jasa Perum Pegadaian pada Perum Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa
2. **Pelayanan** adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh Perum Pegadaian untuk memenuhi kepuasan pelanggan dalam rangka meningkatkan pendapatan.
3. **Pelayanan prima (kualitas pelayanan)** adalah pelayanan berkualitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan sering datang berkunjung.
4. **Kehandalan** adalah suatu kemampuan Perum Pegadaian untuk memberikan pelayanan yang akurat kepada pelanggan.

5. **Ketanggapan** adalah suatu kebijaksanaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) kepada pelanggan, memberikan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan.
6. **Jaminan** adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menunjang kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan (bebas dari keragu-raguan).
7. **Empathy** adalah memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.
8. **Bukti fisik** adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Pendapatan adalah hasil yang dicapai oleh Perum Pegadaian dengan adanya asa yang diberikan kepada pelanggan.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Singkat Perusahaan**

Berawal dari Bank Van Leening yang didirikan VOC pada tanggal 20 Agustus 1746 di Batavia yang bertugas memberikan pinjaman uang tunai kepada masyarakat dengan jaminan harta bergerak. Dalam perkembangannya, sebagai bentuk usaha, Pegadaian telah mengalami perubahan seiring dengan perubahan peraturan yang berlaku :

1. Berdirinya Pegadaian milik Pemerintah yang pertama di Sukabumi, berdasarkan Staatblad 1901 No. 131 tanggal 12 Maret 1901.
2. Perubahan status menjadi Jawatan Pegadaian, berdasarkan Staatblad 1930 No. 266.
3. Perubahan menjadi Perusahaan Negara Pegadaian berdasarkan Peraturan Pemerintah RI tahun 1961 No. 178.
4. Perubahan menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 7 tanggal 11 Maret 1969.

Sejak saat itu, kegiatan Perusahaan terus berjalan dan aset atau kekayaannya bertambah. Namun seiring dengan perubahan zaman, Pegadaian dihadapkan pada tuntutan kebutuhan untuk berubah pula, dalam arti untuk lebih meningkatkan kinerjanya, tumbuh lebih besar lagi dan lebih profesional dalam memberikan layanan. Oleh karena itu untuk memberikan keleluasaan pengelolaan bagi manajemen dalam mengembangkan usahanya, Pemerintah meningkatkan status Pegadaian dari Perusahaan Jawatan (PERJAN) menjadi Perusahaan Umum

(PERUM) yang dituangkan dalam peraturan Pemerintah No. 10/1990 tanggal 10 April 1990. Perubahan dari PERJAN ke PERUM ini merupakan tonggak penting dalam pengelolaan pegadaian yang memungkinkan terciptanya pertumbuhan Pegadaian yang bukan saja makin banyak cabangnya, tetapi juga makin meningkatnya kredit yang disalurkan, nasabah yang dilayani, pendapatan dan laba Perusahaan.

Tujuan Perum Pegadaian kembali dipertegas dalam Peraturan Pemerintah RI No. 103 tahun 2000. yakni, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama golongan menengah ke bawah, melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai. Juga menjadi penyedia jasa dibidang keuangan lainnya, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, serta menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktek riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

#### 1. Visi

Pada tahun 2010 menjadi perusahaan yang modern, dinamis, dan inovatif dengan usaha utama gadai.

- a. Modern “dilihat dari fisik penggunaan sarana dan prasarana sebagai perkantoran yang modern, mampu menghasilkan produk atau jasa, member solusi yang cocok bagi kebutuhan masyarakat modern”.
- b. Dinamis “Penampilan seluruh pegawai dalam kecepatan pelayanan dan kemampuan penyesuaian diri dengan perubahan yang bertumpu pada keterampilan karyawan, komunikatif, efisien, dan integritas tinggi”.

- c. Inovatif “Kemampuan perusahaan dalam menyempurnakan produk yang sudah ada dan menciptakan produk baru yang menguntungkan serta menaikkan sistem dan prosedur, sehingga menjadi perusahaan yang solid.

Pada tahun 2012 Pegadaian menjadi “champion” dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai dan fidusia bagi masyarakat menengah kebawah.

- a. Memenangkan persaingan dan menjadi yang terbaik dibidangnya
- b. Tetap pada pelayanan kepada masyarakat menengah ke bawah
- c. Merupakan supermarket pembiayaan mikro dan kecil
- d. Berbasis gadai dan fidusia

## 2. Misi

Ikut membantu program pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah, melalui kegiatan utama berupa penyaluran kredit gadai dan melakukan usaha lain yang menguntungkan.

## 3. Maksud dan Tujuan Perusahaan

- a. Turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah kebawah melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai, dan jasa di bidang keuangan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku.
- b. Menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktek riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.



#### 4. Sasaran Perusahaan

- a. Omset usaha inti meningkat minimal 40% per tahun
- b. Pertumbuhan laba minimal 35% per tahun
- c. Total aktiva sebesar Rp. 39 triliun
- d. Modernisasi sarana dan prasarana
- e. SDM yang kompeten, sebaran SDM yang merata
- f. Terciptanya peraturan yang dinamis, efektif sebagai landasan bagi pengembangandan citra perusahaan.
- g. Peningkatan mutu pemeriksaan dan pengawasan fungsional
- h. Komunikasi antar unit 24 jam

#### **B. Struktur Organisasi**

Struktur adalah suatu bentuk diagram yang menunjukkan aspek-aspek penting perusahaan yang meliputi fungsi-fungsi utama dan hubungan masing-masing saluran wewenang, tanggung jawab, dan tugas mulai dari setiap pimpinan dan karyawan. Organisasi adalah suatu sistem perserikatan yang formal, berstruktur dan terkoordinasi dari kelompok yang bekerjasama dalam mencapai suatu tujuan tertentu, sedangkan organisasi hanyalah merupakan suatu wadah atau alat saja.

Struktur organisasi adalah suatu gambaran yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi.

Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cab. Pallangga mempunyai tipe organisasi lini yaitu suatu bentuk yang mempunyai satu komando atau pimpinan yang memerintah dari atas sampai ke bawah. Dari masing – masing tipe organisasi mempunyai kebaikan dan keburukan.

Sebagai kebaikan dari sistem organisasi lini ialah :

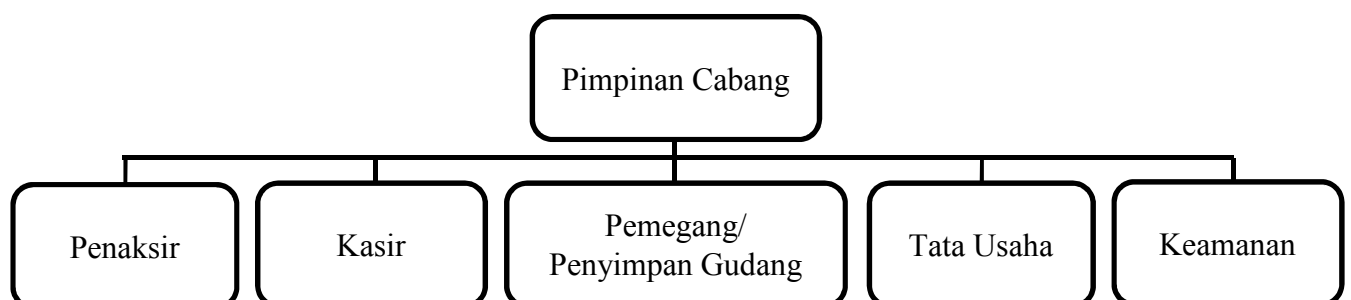
1. Struktur sangat sederhana.
2. Dengan tegas bisa diketahui apa tugasnya dan pada siapa seseorang itu bertanggung jawab.
3. Tata tertib atau disiplin kerja bisa dipelihara.

Kelemahan – kelemahannya ialah :

1. Timbulnya Birokrasi, yaitu lambannya jalan pekerjaan dan tanggung jawab karenabanyaknya tangga – tangga organisasi yang harus dilewati.
2. Untuk organisasi ini dibutuhkan pimpinan yang cakap dan serba tahu.
3. Tidak ada kerja sama antara bagian – bagian yang sederajat dalam organisasi tersebut.
4. Kurang adanya spesialisasi.

Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cab. Pallangga kabupaten Gowa dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.1  
Struktur Organisasi pada Bagian Administrasi  
PT. Pegadaian Cab. Pallangga kab.Gowa



### C. Job Description

Pada Perum Pegadaian terdapat Department yang dibantu oleh beberapa anggota yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pimpinan Cabang

Tugas pokoknya adalah merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kegiatan operasional, administrasi dan keuangan kantor cabang serta Unit pelayanan cabang (UPC), sedangkan fungsinya adalah sebagai berikut :

- a. Pimpinan Cabang
- b. Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor cabang dan UPC berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
- c. Mengevaluasi kegiatan perusahaan.
- d. Merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan kebutuhan dan penggunaan sarana dan prasarana kantor cabang.

#### 2. Penaksir

Penaksir merupakan ujung tombak bagi kemajuan Perum Pegadaian. Tugas pokok dan fungsinya adalah melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang menentukan dan menetapkan uang kredit gadai.

- a. Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang, untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan harga dasar barang yang akan dilelang.

- b. Merencanakan dan menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

Penaksir tidak hanya menjalankan tugas – tugas pokok dan tambahan saja tetapi penaksir mempunyai peranan penting dalam memenangkan persaingan :

- a. Penaksir memberikan kontribusi terbesar terhadap pencapaian customer value.
- b. Penaksir merupakan wakil perusahaan di front office yang langsung berhadapan dengan nasabah, sikap penaksir dalam melayani pelanggan merupakan cerminan dari Perum Pegadaian. Nilai sebuah senyuman sangat berarti bagi pelanggan.
- c. Penaksir merupakan agen – agen pemasar Perum Pegadaian pelanggan yang puas akan membawa 100 pelanggan baru kepada kita, pelanggan yang kecewakan mencegah 100 pelanggan baru kepada kita.

Penaksir pada Perum Pegadaian di bagi menjadi 2 yaitu penaksir emas dan penaksir barang elektronik.

### 3. Kasir

Tugas pokok dan fungsinya adalah mengurus penerimaan dan pembayaran semua transaksi yang terjadi di Kantor Cabang.

### 4. Pemegang atau Penyimpan Gudang Gudang

Tugas pokok dan fungsinya adalah bertanggung jawab penuh atas barang-barang yang ada di gudang. Pemegang gudang terdapat 2 yaitu gudang emas dan gudang barang-barang elektronik.

5. Tata Usaha

Tugas pokok dan fungsinya adalah membuat laporan dan mengentry data gadaian.

6. Keamanan

Tugas dan fungsinya adalah menjaga ketertiban dan keamanan di perusahaan.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskriptif Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa karakteristik dalam penelitian ini menjadi 5 kelompok yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatn perbulan.

Tabel 1

Karakteristik berdasarkan usia responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	Dibawah 25 tahun	24	24%
2	25-35 tahun	40	40%
3	35-50 tahun	30	30%
4	50 tahun >	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: data Primer 2017

Dari data tabel 1 dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja terbanyak adalah umur 25-35 tahun sebanyak 40 responden atau 40%, terbanyak kedua adalah konsumen yang berumur 35-50 tahun sebanyak 30 responden atau 30% disusul konsumen yang berumur 25 tahun < tahun sebanyak 24 responden atau 24% dan terakhir diatas 50 tahun > sebanyak 6 responden atau 6% yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Tabel 2  
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	8	8%
2	Wanita	92	92%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Dapat diketahui bahwa konsumen yang transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa ada laki-laki dan wanita dan yang terbanyak adalah dari kalangan wanita sebanyak 92 responden atau 92% dan laki-laki adalah 8 responden atau 8% yang melakukan pembelian transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Tabel 3  
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	20	20%
2	SMP	25	25%
3	SMA	43	43%
4	PT	12	12%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2017

Dari data tabel 3 dapat diketahui bahwa nasabah yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dan terbanyak adalah SMA sebanyak 43 responden atau 43%, terbanyak kedua

yang berpendidikan SMP sebanyak 25 responden atau 25%, selanjutnya SD 20 responden atau 20% dan terakhir berpendidikan Perguruan Tinggi (PT) .Sebagian besar yang Nasabah melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa dan terbanyak adalah SMA sebanyak 43 responden atau 43%.

Tabel 4

## Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	25	25%
2	WIRASWASTA	43	43%
3	KARYAWAN BUMN	2	2%
4	LAIN-LAIN	30	30%
jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2017

Dari data tabel 4 dapat diketahui bahwa Nasabah melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa berdasarkan pekerjaan dan yang dan yang paling dominan adalah wiraswasta sebanyak 43 responden atau 43%, terbanyak kedua nasabah yang memiliki pekerjaan lain sebanyak 30 responden atau 30%, disusul oleh PNS sebanyak 25 responden atau 25% dan terakhir adalah karyawan bumh sebanyak 2 responden atau 2% .Sebagian besar yang Nasabah melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa adalah wiraswasta sebanyak 40 responden atau 40%.



Tabel 5

## Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rp1.000.000 <	8	8%
2	Rp1.000.000-Rp2.000.000	32	32%
3	Rp.2.000.000-Rp3.000.000	40	40%
4	Rp3.000.000>	10	10%
jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2017

Berdasarkan tabel 5 diatas bahwa sebagian besar responden berpenghasilan Rp2.000.000-Rp3.000.000 yaitu berjumlah 40 orang responden atau 40%, selanjutnya berpenghasilan Rp1.000.000-Rp20.000.000 berjumlah 32 orang responden atau 32% selanjutnya Rp2.000.000 yaitu berjumlah 10 orang responden atau 20%, ada yang berpenghasilan dampai dengan Rp500.000- Rp1.000.000 sebanyak 6 orang responden atau 12% dan yang terakhir dibawah Rp500.000 sebanyak - orang responden atau 0%. Penghasilan responden merupakan salah satu faktor yang dapat mencerminkan status ekonomi atau penghasilan seseorang dan kebanyakan dari responden yang berbelanja dengan penghasilan >Rp2.000.000 yang berjumlah 34 atau 34% Nasabah yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

## B. Deskriptif Variabel Penelitian

Deskriptif Variabel dalam penelitian berguna untuk mendukung hasil analisis data. Variabel yang digunakan dideskripsikan sebagai variabel terikat (dependent variabel) dan variabel bebas (independen variabel). Variabel terikat yang dimaksud adalah kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa sedangkan variabel bebas meliputi : kehandalan, bukti fisik, jaminan, tanggapan dan perhatian.

### 1. Variabel kehandalan ( $X_1$ )

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel kehandalan, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayan secara umum sebagai berikut :

Tabel 6

Kualitas pelayanan berdasarkan kehandalan

No	Indikator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani dengan tepat waktu.	42	2 5	2 0	13	-
2	Kinerja Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani tanpa kesalahan.	16	4 6	3 1	7	-
3	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dalam melayani tidak membeda-bedakan nasabah	23	3 5	3 4	8	-

Tabel 6.1

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa melayani dengan tepat waktu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	20	20.0	20.0	33.0
Valid 4.00	25	25.0	25.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 6.1 mengenai indicator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani dengan tepat waktu, 45 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 25 setuju, 20 orang yang menyatakan netral dan 13 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kehandalan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 45 responden.

Tabel 6.2

Tanggapan responden terhadap kinerja karyawan PT.  
Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani  
tanpa kesalahan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 6.2 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani tanpa kesalahan, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kehandalan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

Tabel 6.3

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dalam melayani tidak membeda-bedakan nasabah

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	8	8.0	8.0	8.0
3.00	34	34.0	34.0	42.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 6.3 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani melayanin tidak membeda-bedakan nasabah, 23 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 34 orang yang menyatakan netral dan 8 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kehandalan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

## 2. Variabel Bukti fisik (X<sub>2</sub>)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel

bukti fisik, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayan secara umum sebagai berikut :

Tabel 7

Kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik

No	Indikator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
4	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa berpenampilan menarik	42	3 9	6	13	-
5	Ruangan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa memiliki fasilitas yang menarik (kursi,Meja,TV dll)	16	4 5	1 5	24	-
6	PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa memiliki kelengkapan kantor yang modern	23	3 5	2 8	14	-

Tabel 7.1

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa berpenampilan menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	6	6.0	6.0	19.0
Valid 4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 7.1 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa berpenampilan menarik, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, 6 orang yang menyatakan netral dan 13 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 42 responden.

Tabel 7.2

Tanggapan responden terhadap ruangan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa memiliki fasilitas yang menarik (kursi,Meja,TV dll)

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	24	24.0	24.0	24.0
3.00	15	15.0	15.0	39.0
Valid 4.00	45	45.0	45.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 7.2 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap ruangan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memiliki fasilitas yang menarik, 16 orang yang menyatakan yang sangat

setuju, 45 setuju, 15 orang yang menyatakan netral dan 24 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 45 responden.

Tabel 7.3

Tanggapan responden terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memiliki kelengkapan kantor yang modern

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	14	14.0	14.0	14.0
3.00	28	28.0	28.0	42.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 7.3 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap ruangan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa kelengkapan kantor yang modern, 23 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 28 orang yang menyatakan netral dan 14 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah



dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

### 3. Variabel Jaminan (X<sub>3</sub>)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel jaminan, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum sebagai berikut :

Tabel 8

Kualitas pelayanan berdasarkan jaminan

No	Indikator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
7	PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa menjamin keamanan barang yang disimpan	16	4 5	2 6	13	-
8	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa menangani produk yang di tawarkan kepada nasabah mau pun calon nasabah dengan baik	22	2 8	3 3	17	-
9	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa terlatih dengan baik	31	3 7	3 2	-	-

Tabel 8.1

Tanggapan responden terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menjamin keamanan barang yang disimpan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	13	13.0	13.0	13.0
Valid 3.00	26	26.0	26.0	39.0

4.00	45	45.0	45.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 8.1 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menjamin barang yang disimpan, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 45 setuju, 26 orang yang menyatakan netral dan 13 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable jaminan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 45 responden.

Tabel 8.2

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menangani produk yang ditawarkan kepada nasabah mau pun calon nasabah dengan baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	17	17.0	17.0	17.0
3.00	33	33.0	33.0	50.0
Valid 4.00	28	28.0	28.0	78.0
5.00	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 8.2 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menangani produk yang ditawarkan kepada nasabah maupun calon nasabah dengan baik, 22 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 28 setuju, 33 orang yang menyatakan netral dan 17 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable jaminan mengenai kualitas pelayanan berpengaruh netral terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan netral yaitu sebanyak 33 responden.

Tabel 8.3

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa terlatih dengan baik

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	32	32.0	32.0	32.0
4.00	37	37.0	37.0	69.0
5.00	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 8.3 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menjamin barang yang disimpan, 31 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 37 setuju dan 32 orang yang menyatakan netral. Maka

dapat dikatakan bahwa variable jaminan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 37 responden.

#### 4. Variabel Perhatian ( $X_4$ )

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel perhatian, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum sebagai berikut :

Tabel 9

Kualitas pelayanan berdasarkan perhatian

No	Indikator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
13	Saya di perlakukan dengan baik oleh karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa saat transaksi	42	3 9	6	13	-
14	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memperlakukan saya dengan baik pada saat transaksi	16	4 6	3 1	7	-
15	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memberikan perhatian pada nasabah yang complain	23	3 5	3 4	8	-

Tabel 9.1

Tanggapan responden terhadap perlakuan karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa saat transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	6	6.0	6.0	19.0
Valid 4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 9.1 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap perlakuan karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa saat transaksi, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, 6 orang yang menyatakan netral dan 13 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable perhatian mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 42 responden.

Tabel 9.2

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memperlakukan saya dengan baik pada saat transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	7.0	7.0	7.0

3.00	31	31.0	31.0	38.0
4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 9.2 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memperlakukan nasabah dengan baik pada saat transaksi, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable perhatian mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

Tabel 9.3

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memberikan perhatian pada nasabah yang complain

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	8	8.0	8.0	8.0
3.00	34	34.0	34.0	42.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 9.3 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memberikan perhatian pada nasabah yang complain, 23 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 34 orang yang menyatakan netral dan 8 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable perhatian mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

#### 5. Variabel Tanggapan (X<sub>5</sub>)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel tanggapan, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum sebagai berikut :

Tabel 10

Kualitas pelayanan berdasarkan tanggapan

No	Indikator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
10	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa ramah dan komonikatif dalam melayani	42	3 9	1 9	-	-
11	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menangani masalah yang	16	4	1	22	-

	di sampaikan dengan cepat		8	4		
12	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa senantiasa mempersiapkan admiditrasi maupun dana yang di perlukan nasabah.	5	3 5	2 8	32	-

Tabel 10.1

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa ramah dan komonikatif dalam melayani

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	19	19.0	19.0	19.0
4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 10.1 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa ramah dan komonikatif dalam melayani, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, 19 orang yang menyatakan netral. Maka dapat dikatakan bahwa variable tanggapan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 42 responden.



Tabel 10.2

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menangani masalah yang di sampaikan dengan cepat

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	22	22.0	22.0	22.0
3.00	14	14.0	14.0	36.0
Valid 4.00	48	48.0	48.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 10.2 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menangani masalah dengan cepat, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 48 setuju, 14 orang yang menyatakan netral dan 22 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable tanggapan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 48 responden.

Tabel 10.3

Tanggapan responden terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa senantiasa mempersiapkan admiditrasi maupun dana yang di perlukan nasabah

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	32	32.0	32.0	32.0
3.00	28	28.0	28.0	60.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	95.0
5.00	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 10.3 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa senantiasa mempersiapkan admiditrasi maupun dana yang dibutuhkan nasabah, 5 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 28 orang yang menyatakan netral dan 32 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable tanggapan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

### 1. Variabel Kepuasan (Y)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel kepuasan, maka diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan nasabah secara umum sebagai berikut :

Tabel 11

#### Kepuasan nasabah

No	Indikator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas telah mendapatkan kemudahan dalam transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa	42	3 9	1 9	-	-
2	Saya puas mendapatkan keamanan dalam transaksi PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa	16	4 6	3 1	7	-
3	Saya puas dengan fasilitas yang disediakan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa	15	6 4	2 1	-	-
4	Saya puas dengan kenyamanan dan kebersihan di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa	16	4 6	3 1	7	-

Tabel 11.1

Tanggapan responden terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa mendapatkan kemudahan dalam transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	19	19.0	19.0	19.0
Valid 4.00	39	39.0	39.0	58.0
Valid 5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 11.1 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa mendapatkan kemudahan melakukan transaksi, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, dan 19 orang yang menyatakan netral. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 42 responden.

Tabel 11.2

Tanggapan responden terhadap keamanan dalam transaksi pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 11.2 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap keamanan dalam transaksi pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan

bahwa variabel kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

Tabel 11.3

Tanggapan responden terhadap fasilitas yang disediakan pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	21	21.0	21.0	21.0
4.00	64	64.0	64.0	85.0
5.00	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 11.3 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap fasilitas yang disediakan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, 15 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 64 setuju, 21 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 64 responden.

Tabel 11.4

Tanggapan responden terhadap kenyamanan dan kebersihan pada PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data primer dan SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 11.4 mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memperlakukan nasabah dengan baik pada saat transaksi, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

### C. Analisis hasil penelitian

Berdasarkan pada hasil tujuan penelitian yang telah dilakukan maka yang pertama akan di analisis ada tidaknya pengaruh pengaruh secara signifikan baik secara menyeluru atau serentak maupun persial variable kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian dan tanggapan

terhadap kepuasan nasabah selain itu dilanjutkan lagi dengan analisis untuk mengetahui variabel mana dari lima variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat.

### 1. Analisis regresi linear berganda

Analisis linera berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya serta seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen kehandalan ( $X_1$ ), Bukti fisik ( $X_2$ ) Jaminan ( $X_3$ ), perhatian ( $X_4$ ) dan tanggapan ( $X_5$ ) terhadap variable dependen Kepuasan Nasabah ( $Y$ )

Tabel 12

Untuk mengetahui analisis regresi linear berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.305	.913		6.904	.000
x1	2.021	.393	2.432	5.147	.000
x2	-3.369	.383	-4.540	-8.789	.000
x3	-.386	.116	-.441	-3.315	.001
x4	.478	.120	.619	3.981	.000
x5	2.086	.325	2.436	6.416	.000

a. Dependent Variable: y

Mode persamaan regresi linear yang terbentuk adalah :

$$Y = 6.305 + 2.021X_1 + -3.369X_2 + -386X_3 + 476X_4 + 2.086X_5 + e$$

Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

besarnya pengaruh dapat di jelaskan masing-masing variabel tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Variabel reliability (layanan kehandalan) ( $X_2$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 2.021 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variable reliability (layanan kehandalan) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani dengan tepat waktu, PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa melayani tanpa kesalahan dan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dalam melayani tidak membeda-bedakan nasabah.
2. Variabel tangible (layanan bukti fisik) ( $X_2$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar -3.369 tetapi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti Variabel tangible (layanan bukti fisik) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Variabel assurance (layanan jaminan) ( $X_3$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar -386 tetapi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti Variabel assurance (layanan jaminan) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.
4. Variabel perhatian ( $X_4$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 476 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabel perhatian mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa diperlakukan dengan baik saat transaksi, karyawan PT. Pegadaian Cabang



Pallangga Kabupaten Gowa memperlakukan nasabah dengan baik saat transaksi, dan karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa memberikan perhatian pada nasabah yang complain.

5. Variabel responsiveness (layanan tanggapan) ( $X_5$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 2.086 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabel responsiveness (layanan tanggapan) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa ramah dan komunikatif dalam melayani, karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa menangani masalah yang di sampaikan dengan cepat, dan karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah.

## 2. Uji F

Uji F menguji koefisien regresi dari variabel bebas yaitu :

Kehandalan ( $X_1$ ), Bukti Fisik ( $X_2$ ) Jaminan ( $X_3$ ), perhatian ( $X_4$ ) dan Tanggapan ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y) digunakan uji F, kriteria pengaruh kualitas pelayanan untuk uji ini adalah :

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada taraf signifikan yang di tentukan, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 13

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	205.922	5	41.184	40.649	.000 <sup>b</sup>
Residual	95.238	94	1.013		
Total	301.160	99			

Dengan menggunakan data dan variabel diatas di peroleh untuk F tabel adalah 2,31. Dengan menggunakan derajat keyakinan sebesar 95% maka hasil perhitungan diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ( $40,649 > 2,31$ ), oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Kehandalan ( $X_1$ ), Bukti Fisik ( $X_2$ ) Jaminan ( $X_3$ ), Perhatian ( $X_4$ ) dan Tanggapan ( $X_5$ ), berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa

### 3. Uji t

Untuk menguji koefisien regresi linear dari variabel bebas yang di gunakan yaitu Uji F menguji koefisien regresi dari variabel bebas yaitu : Kehandalan ( $X_1$ ), Bukti Fisik ( $X_2$ ) Jaminan ( $X_3$ ), Perhatian ( $X_4$ ) dan Tanggapan ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y) digunakan uji t, kriteria untuk uji ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat Kepuasan (Y).
2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada taraf signifikan yang di tentukan, maka  $H_0$  diterima da  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat Kepuasan (Y).
3. Pengujian dilakukan pada derajat kesalahan 5% atau  $\alpha=0,05$ .

4. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel seperti berikut :

Tabel 14  
Hasil Perhitungan uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.305	.913		6.904	.000
x1	2.021	.393	2.432	5.147	.000
x2	-3.369	.383	-4.540	-8.789	.000
x3	-.386	.116	-.441	-3.315	.001
x4	.478	.120	.619	3.981	.000
x5	2.086	.325	2.436	6.416	.000

a. Dependent Variable: y

- a. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah kehandalan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $5.147 > 1,9855$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan demikian bisa dikatakan variabel kehandalan berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa.
- b. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-8.789 < 1,9855$ ) yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian bisa dikatakan variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa.

- c. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah jaminan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-3.315 < 1,9855$ ) yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dengan demikian bisa dikatakan variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.
- d. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah perhatian terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3.981 > 1,9855$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan demikian bisa dikatakan variabel perhatian berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.
- e. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah tanggapan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $6.416 > 1,9855$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dengan demikian bisa dikatakan variabel tanggapan berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil hipotesis yang di olah, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, sangat dipengaruhi oleh kehandalan, perhatian dan tanggapan dan

bukti fisik serta jaminan masih kurang berpengaruh dengan berdasarkan hipotesis dan hasil analisis yang dilakukan, seperti analisis regresi linear berganda : Kehandalan ( $X_1$ ), Bukti Fisik ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Perhatian ( $X_4$ ) dan Tanggapan ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa. Berdasarkan Analisa regresi linear berganda, maka penulis melakukan pembahasan sebagai berikut:

1. Variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan berdasarkan perhitungan pada uji F yang di hasilkan nila F hitung (41,184) lebih besar dari F tabel (2,31) menunjukkan bahwa pengaruh variabel kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian dan tanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel artinya kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian dan tanggapa dengan demikian kelima variabel tersebut diperhatikan dan perlu diadakan suatu perubahan agar pada masa yg akan datang dapat meningkatkan kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa.

Variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengujian untuk mengetahui tingkat singnifikkan antara variabel bebas dengan variabel terkat secara statistic, dapat dilihat pada pembahasan di bawah ini :

a. Kehandalan ( $X_1$ )

Hasil pengujiann membuktikan bahwa variabel kehandalan mempunyai angka  $t_{hitung}$  variabel kehandalan ( $X_1$ ) adalah sebesar 5,147

dan  $t_{\text{tabel}}$  adalah sebesar 1,9855 sehingga  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari pada  $t_{\text{tabel}}$

(5,147 > 1,9855) variabel kehandalan mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel kehandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, dalam melakukan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah kehandalan yang membuat orang tau akan kehebatan atau kehandalan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten\ Gowa baik dari segi karyawan maupun perusahaan. Hasil data untuk variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. kehandalan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan kehandalan yang sesuai dengan keinginan nasabah.

b. Bukti Fisik ( $X_2$ )

Hasil pengujiann membuktikan bahwa variabel Bukti fisik mempunyai angka  $t_{\text{hitung}}$  variabel bukti fisik ( $X_2$ ) adalah sebesar -

8,789 dan t tabel adalah sebesar 1,9855 sehingga t hitung lebih kecil dari pada t tabel ( $-8,789 < 1,9855$ ) variabel bukti fisik mempunyai pengaruh tingkat signifikannya kecil terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena tidak ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Bukti fisik seperti penampilan dan kelengkapan tidak mempengaruhi minat nasabah mungkin mereka merasa kepuasan dengan faktor-faktor lain yang lebih besar pengaruhnya seperti kehandalan, tanggapan dan perhatian ataupun faktor lain, nasabah sendiri mungkin memandang apabila mereka sudah merasa cocok dengan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa mengesmpinkan bukti fisik yang kurang memadai.

c. Jaminan ( $X_3$ ).

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel jaminan mempunyai angka t hitung variabel jaminan ( $X_3$ ) adalah sebesar -3.315 dan t tabel adalah sebesar 1,9855 sehingga t hitung lebih kecil dari pada t tabel ( $-3,315 < 1,9855$ ) variabel jaminan mempunyai pengaruh tingkat signifikannya kecil terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena tidak ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. jaminan seperti keamanan dan kemampuan teknis pelayanan tidak mempengaruhi minat nasabah mungkin mereka merasa puas dengan faktor-faktor lain yang lebih besar pengaruhnya seperti kehandalan, perhatian dan tanggapan ataupun faktor lain, konsumen sendiri mungkin memandang apabila mereka sudah merasa cocok dengan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa mengesmpinkan jaminan yang kurang memadai.

d. Perhatian (X4)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel perhatian mempunyai angka  $t_{hitung}$  variabel perhatian ( $X_4$ ) adalah sebesar 3,981 dan  $t_{tabel}$  adalah sebesar 1,9855 sehingga  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$

( $3,981 > 1,9855$ ) variabel perhatian mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel perhatian memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, dalam melakukan kepuasan nasabah, salah satu



pertimbangan adalah perhatian yang membuat orang tau akan pelayanan di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa melayani dengan baik. Hasil data untuk variabel perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Perhatian mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan perhatian yang sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Tanggapan (X5)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel tanggapan mempunyai angka  $t_{hitung}$  variabel tanggapan (X<sub>5</sub>) adalah sebesar 6,416 dan  $t_{tabel}$  adalah sebesar 1,9855 sehingga  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  (6,416 > 1,9855) variabel tanggapan mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel tanggapan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten. Gowa dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa, dalam melakukan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah tanggapan yang membuat orang tau akan

ramahtamah dan kesiapan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa baik dari segi karyawan maupun perusahaan. Hasil data untuk variabel tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Tanggapan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan tanggapan yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Berdasarkan hasil di atas, variable independen yang terdiri dari kualitas pelayanan Kehandalan, Bukti fisik, Jaminan, perhatian Dan tanggapan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kabupaten Gowa yang di tunjukkan oleh nilai signifikan  $F 0,00 < 0,5$ .

Sebagaimana diketahui bahwa keberhasilan suatu perusahaan bukan saja terletak pada banyaknya Nasabah yang di peroleh perusahaan, namun juga bagaimana cara mempertahankannya agar nasabah tersebut tetap loyal kepada perusahaan dan tidak ingin pindah keperusahaan lainnya. Ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan nasabah merupakan suatu yang langka yang tetap agar bertahan dalam persaingan tersebut

Untuk mempertahankan nasabah agar tetap puas terhadap kualitas pelayanan kepada perusahaan, maka perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan

yang diberikan perusahaan. Rasa puas dan tidak puas nasabah terletak pada hubungan antara harapan nasabah dengan kenyataan yang diberikan oleh produk/jasa tersebut. Apabila kenyataan lebih besar dari harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya apabila kenyataan yang diterima nasabah tidak seperti yang di harapkan maka nasabah tersebut akan merasa tidak puas

Apabila nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka nasabah tersebut akan datang kembali produk/jasa tersebut, sebaliknya apabila nasabah merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka nasabah tersebut tidak akan datang kembali, bahkan akan beralih ke produk/jasa ditempat lain.

Berdasarkan hasil hasil penelitian yang menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 66,7 yang berarti diketahui 66,7% yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai 66,7% diperoleh dari persentase berdasarkan kualitas pelayanan Keandalan, Bukti Fisik, jaminan, Perhatian dan Tanggapan indicator dari variable-variabel tersebut pelayanan, penampilan, kelengkapan, keamanan, kemampuan teknis pelayanan, ramah tamah kesiapan dan perlakuan. Sedangkan sisa 33,3% dipengaruhi oleh factor lain diluar dari penelitian ini seperti lokasi, perusahaan yang strategis, program promosi dan Lain-lain.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah Kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa berdasarkan variabel independen (X) kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y) yaitu :

1. Variabel dari kualitas pelayanan yaitu Keandalan ( $X_1$ ), Bukti fisik ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Perhatian ( $X_4$ ) Tanggapan ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini dapat di buktikan dari hasil analisis uji F bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $40,649 > 2,31$ ) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 68,4% yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat yakni kepuasan nasabah adalah sebesar 70,3%
2. Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel Keandalan ( $X_1$ ), Perhatian ( $X_4$ ). Tanggapan ( $X_5$ ) berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel Bukti Fisik ( $X_2$ ) dan Jaminan ( $X_3$ ) berpengaruh negative tetapi signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa, variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa adalah variabel

Tanggapan Tanggapan ( $X_5$ ) karena mempunyai nilai terbesar yaitu :  
6,416

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahkan pertimbangan bagi perusahaan antara lain :

1. Keandalan ( $X_1$ ), Bukti fisik ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Perhatian ( $X_4$ ) Tanggapan ( $X_5$ ) mempunyai variabel yang masing-masing indikatornya menunjukkan penilaian yang sudah cukup bagus dari konsumen akan tetapi para perusahaan perlu mempertahankan, meningkatkan dan juga perlu untuk memperhatikan variabel yang tidak signifikan agar nasabah tetap memutuskan untuk melakukan transaksi PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa Berdasar atas kesimpulan tersebut untuk variabel Bukti fisik dan jaminan yang mempunyai pengaruh tidak ada signifikan hendaknya pihak dari PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa memberikan perhatian yang lebih terkait mengapa faktor tersebut tidak mempunyai signifikan terhadap kepuasan nasabah, penelitian ini memberikan saran agar di pertahankan dan ditingkatkan walaupun mempunyai pengaruh yang tidak signifikan karena karakteristik konsumen yang masih berkembang, sehingga belum mempunyai pandangan tentang pentingnya Bukti fisik dan jaminan akan tetapi perkembangan masyarakat yang masih ada yang berkembang untuk jangka waktu

tidak tentu, Nasabah akan menyadari pentingnya Bukti fisik dan jaminan dengan Perusahaan dalam peningkatan pelayanan jangka panjang demi terus memuaskan Nasabah agar tetap memutuskan melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa.

## DAFTAR PUSTAKA

AlmaBuchari, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, cetakan keenam, Alfabeta, Bandung

Atep Adya Barata, 2004DasardasarPelayananPrima,cetakankedua,Penerbit : PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Aviliani dan Wilfrj Dus. Eln. Membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Usahawan No.05/XXVI, Mei, 199

Fandy Tjiptono, 2004, Manajemen Jasa, edisi kedua, cetakan ketiga, Penerbit : Andi Yogyakarta

-----, 2009, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit : Andi, Yogyakarta

-----, dan Gregorius Chandra, 2005, Service, Quality dan Satisfaction, Penerbit : Andi, Yogyakarta

Ferry Yudhi, 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus BPR Arthaguna Sejahtera)

Freddy Rangkuti, 2002, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Handi Irawan, 2004, 10 Prinsip Kepuasan Nasabah, cetakan kelima, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta

Heskett Hutabaratt. 1999. Visi Kualitas Jasa, Masalah Usahawan No.5/XXI

Kotler .Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, terjemahan Hendra Teguh, edisi Millenium, cetakan pertama, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta

Kasmir, 2005, Etika Customer Service, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit

: RajaGrafindo Persada, Jakarta

-----, 2008, Manajemen Perbankan, edisi revisi delapan, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta

Melly Agustin, 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Niaga, Tbk (Kantor Cabang Kalimalang Bekasi) Pasca Sarjana Universitas Gunadarma

Moenir, H.A. S 1990, Manajemen pelayanan Umum Indonesia. Bina Aksara jasa.

Rambat Lupiyoadi, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik, edisi pertama, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta

Ratih Hurriyati, 2005, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, cetakan pertama, Penerbit : Alfabeta, Bandung

Riduan dan Akdon, 2007, Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik, cetakan kedua, Penerbit : Alfabeta, Bandung

Sianipar.1999. Manajemen pelayanan masyarakat. Jakarta; Lembaga Administrasi Negara

Supranto, J, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar , cetakan kedua, Penerbit : Rineka Cipta Jakarta

Thoha, Miftah. 1999. Perbaikan Administrasi di Indonesia, LP3ES. Jakarta

Yamit Zulian, 2002, Manajemen Kualitas Jasa, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Ekonisia, Jakarta

Yazid, 2005, Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi ,edisi kedua, cetakan ketiga, Penerbit : Ekonisia, Yogyakarta

UU. No. 10 Tahun 1998, Pokok Perbankan.



### KISI-KISI INSTRUMENT

No	Variabel	Indikator	Item	Skala
X1	Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pelayanan</li></ul>	1 2 3	Likert
X2	Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"><li>• Penampilan</li><li>• kelengkapan</li></ul>	4 5 6	Likert
X3	Jaminan	<ul style="list-style-type: none"><li>• keamanan</li><li>• kemampuan teknis pelayanan</li></ul>	7 8 9	Likert
X4	Perhatian	<ul style="list-style-type: none"><li>• perlakuan</li></ul>	10 11 12	Likert
X5	Tanggapan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ramahtamah</li><li>• kesiapan</li></ul>	13 14 15	Likert
Y	Kepuasan Nasabah	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kepuasan</li></ul>	1 2 3 4 5	Lekert

**ANGKET PENELITIAN**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**NASABAH PADA PT.PEGADAIAN CABANG PALLANGGA**  
**KAB.GOWA**

Kepada :

Yth. Bapak/Ibu Pimpinan PT pegadaian cabang Pallangga kab.Gowa

Di Tempat

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka untuk menyelesaikan tugas akhir di Program Studi Manajemen strata 1 Universitas Muhammadiyah Makassar, saya sebagai peneliti memohon bantuan kepada Bapak/Ibu konsumen PT.Pegadaian cabang pallangga kabupaten Gowa, agar berkenan memberikan jawaban kuesioner yang telah saya berikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.pegadaian cabang Pallangga kabupaten Gowa

Daftar pernyataan dalam kuesioner berjumlah 15 pernyataan yang hendaknya diisi dengan lengkap dan mohon jangan dibiarkan tidak terjawab. Kelengkapan jawaban akan sangat mempengaruhi hasil analisis dalam penelitian ini. Data pribadi Bapak/Ibu tidak akan dipublikasikan, sehingga Bapak/Ibu dapat memberikan opini secara bebas. Kerahasiaan informasi yang diperoleh akan dijaga dengan baik dan informasi tersebut hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik.

Besar harapan saya atas partisipasi Bapak/Ibu terhadap pengisian kuesioner ini karena jawaban tersebut merupakan kontribusi yang berharga baik bagi peneliti dan ilmu pengetahuan, maupun bagi usaha untuk memajukan perusahaan. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualiakum Wr. Wb*

Hormat saya, peneliti

Peneliti

### **Petunjuk Pengisian Angket**

1. Mohon memberikan tanda checklist (✓) pada jawaban yang sesuai dengan yang Bapak/Ibu rasakan.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Setelah melakukan pengisian, mohon Bapak/Ibu mengembalikan kepada yang menyerahkan angket.
4. Mohon memberikan jawaban sesuai dengan keadaan sebenarnya.
5. Keterangan pilihan:

SS = Sangat setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

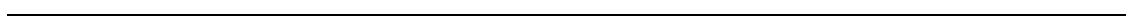
STS = Sangat tidak setuju

PENGHASILAN :

PENDIDIKAN :

UMUR :

TEMPAT TINGGAL/ALAMAT :





VARIABEL	NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kehandalan	1	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa melayani dengan tepat waktu					
	2	Kinerja Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa melayani tanpa kesalahan					
	3	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa dalam melayani tidak membedakan nasabah					
Bukti fisik	4	Karuyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa berpenampilan menarik					
	5	Ruangan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa memiliki fasilitas yang menarik (kursi,Meja,TV dll)					
	6	PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa memiliki kelengkapan kantor yang modern					
Jaminan	7	PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa menjamin keamanan barang yang simpan					
	8	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa menangani produk yang tawarkan kepada nasabah mau pun calon nasabah dengan baik					
	9	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa terlatih dengan baik					
Tanggapan	10	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa ramah dan komonikatif dalam melayani					
	11	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa menangani masalah yang					

		sampaikan dengan cepat					
	12	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang perlukan nasabah.					

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN X

VARIABEL	NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Perhatian	13	Saya di perlakukan dengan baik oleh karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa saat transaksi					
	14	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa memperlakukan saya dengan baik pada saat transaksi					
	15	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa memberikan perhatian pada nasabah yang komplain					

VARIABLE KEPUASAN NASABAH Y

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas mendapatkan keramahan karyawan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa dalam melayani.					
2	Saya puas telah mendapatkan kemudahan dalam transaksi di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa					
3	Saya puas mendapatkan keamanan dalam transaksi PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa					
4	Saya puas dengan fasilitas yang disediakan PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa.					
5	Saya puas dengan kenyamanan dan kebersihan di PT. Pegadaian Cabang Pallangga Kab. Gowa					

## Karakteristik responden

### Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	Dibawah 25 tahun	24	24%
2	25-35 tahun	40	40%
3	35-50 tahun	30	30%
4	50 tahun >	6	6%
jumlah		100	100%

### Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	8	8%
2	Wanita	92	92%
Jumlah		100	100%

### Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	20	20%
2	SMP	25	25%
3	SMA	43	43%
4	PT	12	12%
jumlah		100	100%

### Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	25	25%
2	WIRASWASTA	43	43%
3	KARYAWAN BUMN	2	2%
4	LAIN-LAIN	30	30%
jumlah		100	100%



Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rp1.000.000 <	8	8%
2	Rp1.000.000-Rp2.000.000	32	32%
3	Rp.2.000.000-Rp3.000.000	40	40%
4	Rp3.000.000>	10	10%
jumlah		100	100%

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT y
  /METHOD=ENTER x1 x2 x3 x4 x5.

```

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x5, x3, x4, x1, x2 <sup>b</sup>	.	Enter

- a. Dependent Variable: y  
 b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 <sup>a</sup>	.684	.667	1.00657

- a. Predictors: (Constant), x5, x3, x4, x1, x2

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.922	5	41.184	40.649	.000 <sup>b</sup>
	Residual	95.238	94	1.013		
	Total	301.160	99			

- a. Dependent Variable: y  
 b. Predictors: (Constant), x5, x3, x4, x1, x2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.305	.913		6.904	.000
	x1	2.021	.393	2.432	5.147	.000
	x2	-3.369	.383	-4.540	-8.789	.000
	x3	-.386	.116	-.441	-3.315	.001
	x4	.478	.120	.619	3.981	.000
	x5	2.086	.325	2.436	6.416	.000

a. Dependent Variable: y

c

**Statistics**

		X1	X2	X3	X4	X5	Y
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0

**X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7.00	8	8.0	8.0	8.0
	8.00	5	5.0	5.0	13.0
	9.00	4	4.0	4.0	17.0
	10.00	16	16.0	16.0	33.0
	11.00	9	9.0	9.0	42.0
	12.00	20	20.0	20.0	62.0
	13.00	23	23.0	23.0	85.0
	14.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6.00	8	8.0	8.0	8.0
	7.00	5	5.0	5.0	13.0
	9.00	4	4.0	4.0	17.0
	10.00	13	13.0	13.0	30.0
	11.00	12	12.0	12.0	42.0
	12.00	20	20.0	20.0	62.0
	13.00	23	23.0	23.0	85.0
	14.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
7.00	4	4.0	4.0	4.0
8.00	12	12.0	12.0	16.0
9.00	7	7.0	7.0	23.0
10.00	4	4.0	4.0	27.0
Valid 11.00	25	25.0	25.0	52.0
12.00	17	17.0	17.0	69.0
13.00	25	25.0	25.0	94.0
14.00	3	3.0	3.0	97.0
15.00	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
7.00	13	13.0	13.0	13.0
8.00	8	8.0	8.0	21.0
9.00	1	1.0	1.0	22.0
10.00	17	17.0	17.0	39.0
Valid 11.00	14	14.0	14.0	53.0
12.00	20	20.0	20.0	73.0
13.00	12	12.0	12.0	85.0
14.00	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
7.00	8	8.0	8.0	8.0
8.00	6	6.0	6.0	14.0
10.00	9	9.0	9.0	23.0
11.00	19	19.0	19.0	42.0
Valid 12.00	20	20.0	20.0	62.0
13.00	23	23.0	23.0	85.0
14.00	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Y**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
12.00	6	6.0	6.0	6.0
13.00	1	1.0	1.0	7.0
14.00	8	8.0	8.0	15.0
15.00	6	6.0	6.0	21.0
Valid 16.00	39	39.0	39.0	60.0
17.00	24	24.0	24.0	84.0
18.00	1	1.0	1.0	85.0
19.00	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X1A**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	20	20.0	20.0	33.0
Valid 4.00	25	25.0	25.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X1B**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X1C**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	8	8.0	8.0	8.0
3.00	34	34.0	34.0	42.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X2A**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	6	6.0	6.0	19.0
Valid 4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X2B**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	24	24.0	24.0	24.0
3.00	15	15.0	15.0	39.0
Valid 4.00	45	45.0	45.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X2C**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	14	14.0	14.0	14.0
3.00	28	28.0	28.0	42.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X3A**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	26	26.0	26.0	39.0
Valid 4.00	45	45.0	45.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X3B**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	17	17.0	17.0	17.0
3.00	33	33.0	33.0	50.0
Valid 4.00	28	28.0	28.0	78.0
5.00	22	22.0	22.0	100.0



Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**X3C**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	32	32.0	32.0	32.0
4.00	37	37.0	37.0	69.0
5.00	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X4A**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	19	19.0	19.0	19.0
4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X4B**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	22	22.0	22.0	22.0
3.00	14	14.0	14.0	36.0
4.00	48	48.0	48.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X4C**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	32	32.0	32.0	32.0
3.00	28	28.0	28.0	60.0
4.00	35	35.0	35.0	95.0
5.00	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X5A**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	13	13.0	13.0	13.0
3.00	6	6.0	6.0	19.0
Valid 4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X5B**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**X5C**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	8	8.0	8.0	8.0
3.00	34	34.0	34.0	42.0
Valid 4.00	35	35.0	35.0	77.0
5.00	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**YA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	19	19.0	19.0	19.0
Valid 4.00	39	39.0	39.0	58.0
5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**YB**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**YC**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.00	21	21.0	21.0	21.0
Valid 4.00	64	64.0	64.0	85.0
5.00	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**YD**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	7	7.0	7.0	7.0
3.00	31	31.0	31.0	38.0
Valid 4.00	46	46.0	46.0	84.0
5.00	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## RIWAYAT HIDUP



**SYAMSINAR**, lahir di ritaya pada tanggal 27 juni 1993, anak bungsu dari 4 bersaudara, anak dari pasangan muslimin dan dg ngemba dan dehani dh ke,nang. Penulis menempuh pendidikan taman kanak kanak (TK) pada tahun 2000 di taman kanak kanak Aisyiyah bustanul athfal di Bone dan melanjutkan pendidikan sekolah Sekolah dasar (SD) pada tahun 2001 di SD negeri Romang Rappoa dan pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMP negeri 3 Bajeng kab. Gowa kemudian mewujudkan pendidikan sekolah menengah atas di SMK negeri 1 Bajeng kab. Gowa, dan tamat pada tahun 2012, penulis melanjutkan pendidikan pada program strata (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar melalui jalur penerimaan mahasiswa baru.

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT PEGADAIAN CABANG PALLANGGA KABUPATEN GOWA”**