

**PENGARUH KOMPETENSI KARYAWAN DAN INOVASI
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. MAS AGUNG SEJAHTERA
DI KABUPATEN JENEPONTO**

SKRIPSI



**NURFADILAH MANSYUR
NIM : 105721111921**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR SEMESTER

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH KOMPETENSI KARYAWAN DAN INOVASI
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. MAS AGUNG SEJAHTERA
DI KABUPATEN JENEPONTO**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

NURFADILAH MANSYUR

105721111921

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat Bukan Menjadi Alasan Untuk Menyerah, Setiap Orang Memiliki Proses Yang Berbeda *PERCAYA PROSES* Itu Yang Paling Penting, Karena Allah Telah Mempersiapkan Hal Baik Di Balik Kata Proses Yang Kamu Anggap Rumit”

(Edwar Satria)

**“Apapun Yang Terjadi Pulanglah Sebagai
Seorang Sarjana”**

(Patrisius Jima Banggo)

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta, keluarga, sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan do’a dan support untuk menyelesaikan skripsi ini.

Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Makassar Semoga Allah SWT Senantiasa Memberikan Rahmat dan Karunianya



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto

Nama Mahasiswa : Nurfadilah Mansyur
No. Stambuk/NIM : 105721111921
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

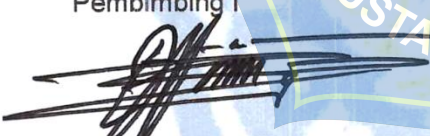
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 23 Agustus 2025 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Agustus 2025

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
NIDN : 0922027901

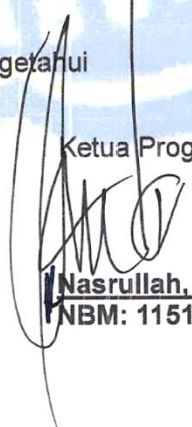

Dr. M Yusuf Alfian Rendra Anggoro, S.E., M.M.
NIDN : 0906039301

Mengetahui

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
NBM : 1038166


Nasrullah, SE., MM
NBM: 1151132



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Nurfadilah Mansyur, Nim 105721111921 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0013/SK-Y/61201/091004/2025 M, Tanggal 23 Safar 1447 H/23 Agustus 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 23 Safar 1447 H
23 Agustus 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pegawai Ujian : Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M. (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M. (.....)
2. Dr. M. Yusuf Alfian Rendra Anggoro, S.E., M.M. (.....)
3. Dr. Samsul Rizal, S.E., M.M. (.....)
4. Zalkha Soraya, S.E., M.M. (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
NBK : 1038166



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfadilah Mansyur
Stambuk : 105721111921
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 23 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Nurfadilah Mansyur
105721111921

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi

Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
NBM : 1038166

Nasrullah, S.E., M.M
NMB : 1151 132

HALAMAN PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Nurfadilah Mansyur
NIM : 105721111921
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 23 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan




Nurfadilah Mansyur
NIM : 105721111921

KATA PENGANTAR



Puji syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Tak lupa, shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Berkat pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat :

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang senantiasa

meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.

5. Bapak Dr. M Yusuf Alfian Rendra Anggoro, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Teristimewa untuk kedua orang tuaku cinta pertamaku dan panutantu, Ayahanda H. Mansyur dan pintu surgaku Ibunda Hj. Sunarti.

Terimakasih atas doa dan dukungan, semangat, perhatian, kasih sayang yang diberikan kepada penulis. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik dan mengusahakan segala kebutuhan penulis. Mereka memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun mereka mampu mendidik dan memberikan motivasi hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.
9. Adikku tercinta M. Defandra Mansyur, yang selalu menjadi alasan penulis untuk lebih keras lagi dalam menyelesaikan studi ini dan selalu memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
10. Nenekku tercinta Hj. Rabania dan Alm Hj. Saharia, terimakasih atas

dukungan dan motivasi, serta menjadi salah satu donatur penulis dalam menjalani masa perkuliahan.,Teruntuk nenekku Alm Hj. Saharia kepergianmu membuatku mengerti bahwa rindu yang paling menyakitkan adalah merindukan seseorang yang telah tiada, ragamu memang tidak di sini, ragamu memang sudah tidak ada, tidak bisa saya jangkau tapi namamu akan tetap jadi motivasi sampai detik ini. Nekk cucumu sudah lulus dengan gelar sarjana.

11. Kepada keluarga besar H. Simburu dan keluarga besar H. Baco, terimakasih atas dukungan baik moral maupun material sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan di perkuliahan.
12. Kepada Om dan Tante saya Syarifuddin dan H. Rahmawaty serta sepupu saya Febryan Al-fareza Syaputra dan Arini Khumairah, terimakasih karna telah mensupport dan selalu mengingatkan penulis agar bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini hingga mendapat gelar sarjana.
13. Dan tidak lupa Kepada Om dan Tante saya Rian Hidayat dan Fira Yuniar serta Hajrah, terimakasih sudah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai mendapatkan gelar sarjana.
14. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2021 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
15. Terima kasih teruntuk semua Keluarga Besar yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.
16. Terakhir penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada satu sosok yang

selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, melawan dirinya yang introvert, pemalu, dan selalu insecure atau merasa kurang pada dirinya sendiri, seorang perempuan sederhana dengan yang impian tinggi. Terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku sendiri, Nurfadilah Mansyur. Anak pertama yang baru saja berusia 22 tahun yang dikenal keras kepala dan tidak banyak bicara. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri, walaupun sering diremehkan. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, walau terkadang harapanmu tidak sesuai apa yang semesta berikan. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha, rayakan apapun dalam dirimu. Aku berdoa, semoga langkah kaki kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang baik, tulus, dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

Penulis dengan sepenuh hati menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi metode, maupun penyajiannya, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk menjadi bahan pembelajaran dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat terutama bagi Universitas Muhammadiyah Makassar, baik dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiquil Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 13 Agustus 2025

Nurfadilah Mansyur

ABSTRAK

NURFADILAH MANSYUR.2025. Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Edi Jusriadi dan M.Yusuf Alfian Rendra Anggoro

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa kompetensi karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Demikian pula, inovasi layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, kedua variabel independen ini, yaitu kompetensi karyawan dan inovasi layanan, berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan kemampuan menjelaskan 35,5% variasi kepuasan. Sisanya (64,5%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Kesimpulannya, peningkatan kompetensi karyawan dan inovasi layanan sangat krusial untuk meningkatkan kepuasan nasabah di PT. Mas Agung Sejahtera.

Kata Kunci : Kompetensi Karyawan, Inovasi Layanan, Kepuasan Nasabah



ABSTRACT

NURFADILAH MANSYUR.2025. *The Effect of Employee Competence and Service Innovation on Customer Satisfaction at PT. Mas Agung Sejahtera in Jeneponto Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Edi Jusriadi and M. Yusuf Alfian Rendra Anggoro*

This study aims to analyze the effect of employee competence and service innovation on customer satisfaction at PT. Mas Agung Sejahtera in Jeneponto Regency. Using a quantitative approach, the data were statistically analyzed to test the relationship between variables. The results of the analysis indicate that employee competence has a positive and significant influence on customer satisfaction. Similarly, service innovation has a positive and significant influence on customer satisfaction. Simultaneously, these two independent variables, namely employee competence and service innovation, make a positive and significant contribution to customer satisfaction, explaining 35.5% of the variation in satisfaction. The remaining 64.5% is influenced by factors outside the model. In conclusion, improving employee competence and service innovation is crucial for improving customer satisfaction at PT. Mas Agung Sejahtera.

Keywords: Employee Competence, Service Innovation, Customer Satisfaction



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKHIR.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pikir.....	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	25

D. Jenis dan Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Definisi Operasional Variabel	29
G. Teknik Analisis Data	30
H. Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Hasil Penelitian	38
C. Analisis Interpretasi Data (Pembahasan)	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemahaman tentang bank di negeri ini belum sepenuhnya. Sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat meminjam dan menyimpan uang belaka. Bahkan terkadang sebagai masyarakat sama sekali belum memahami bank secara utuh, sehingga pandangan tentang bank sering diartikan secara keliru. Semua ini tentu dapat dipahami karena pengenalan dunia perbankan secara utuh terhadap masyarakat sangatlah minim, sehingga tidak mengherankan keruntuhan dunia perbankan pun tidak terlepas dari kurang pahamiannya pengelola perbankan di tanah air dalam memahami dunia perbankan secara utuh.

PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Mas) merupakan suatu kegiatan transaksi utang piutang dengan menggunakan jaminan emas sebagai bukti kepercayaan orang yang memberikan utang dengan berdasarkan pada prinsip syariah. Emas merupakan logam mulia yang digunakan manusia sejak zaman dahulu sebagai simbol status sosial. Fungsinya yaitu sebagai alat tukar dan juga sebagai penanda status ekonomi seseorang, emas merupakan aset yang mudah dicairkan dibandingkan barang bergerak lainnya.

Teori *Human Capital* secara teoritis merupakan teori yang mensyaratkan adanya sumber daya manusia yang kompeten. Efendi (2019) mengemukakan bahwa human capital merupakan sarana pelatihan, pendidikan, dan upaya profesional lainnya yang melekat dalam meningkatkan pengetahuan, bakat, keterampilan, dan aset sosial karyawan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprayo, 2011). Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya pelanggan akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Orang gadai merupakan salah satu pilihan untuk memperoleh dana dalam waktu yang singkat. PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Mas) menjadi solusi untuk masyarakat yang memiliki aset namun memerlukan uang dalam waktu yang cepat. PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Mas) sangat cocok untuk masyarakat yang memiliki aset yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh dana namun masih ingin tetap mempertahankan asetnya. PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Mas) merupakan perjanjian pinjam-meminjam dengan menyerahkan barang sebagai jaminan atas utang.

Pelayanan adalah melayani kebutuhan baik dalam mempersiapkan maupun membantu masyarakat. Pada hakikatnya, pelayanan adalah rangkaian kegiatan yang bersifat proses. Secara umum pelayanan adalah setiap kegiatan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan dapat berjalan dengan baik dan teratur apabila keinginan dan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap) Tjiptono, 2006.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.

PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Mas) ialah pembiayaan terbaru dengan jaminan berupa emas agar mendapatkan pembiayaan dengan cara yang tepat

dan cepat. Biasanya orang melakukan gadai emas di Pegadaian Syariah atau di Bank Syariah tetapi saat ini ada yang dinamakan PT Gadai Mas Sulsel. PT Gadai Mas Sulsel merupakan jasa pinjaman dengan skema gadai yang menerapkan produk gadai emas. Sehingga hal ini dapat mempermudah masyarakat yang ingin melakukan pinjaman dana dengan jaminan berupa emas.

Hasil observasi awal dan wawancara dengan nasabah di peroleh informasi bahwa nasabah PT. Mas Agung Sejahtera belum puas atas kualitas pelayanan karyawan khususnya dari aspek kompetensi human capital atau karyawan dalam memberikan informasi dan belum memaksimalkan inovasi layanan yang di sediakan, sehingga dalam proses pemberian layanan terkadang terjadi antrian yang sangat lama membuat nasabah jenuh.

Berdasarkan permasalahan tersebut penting di kaji bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan baik dari aspek kompetensi karyawan dan kemampuan PT Mas Agung Sejahtera dalam menciptakan inovasi layanan yang cepat dalam menagani kebutuhan nasabah dan kesiapan dalam menerimakritikan atas kualitas layanan yang diberikan karyawan. Maka peneliti akan membahas kualitas pelayanan terseut lebih rinci melalui sebuah penelitian yang berjudul :

“Pengaruh Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kompetensi karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Mas Agung Sejahtera Kabupaten Jeneponto.
2. Apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Mas Agung Sejahtera Kabupaten Jeneponto.
3. Apakah kompetensi karyawan dan inovasi layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan Menganalisis pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan nasabah PT. Mas Agung Sejahtera Kabupaten Jeneponto.
2. Untuk menganalisis inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Mas Agung Sejahtera Kabupaten Jeneponto
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis memberikan masukan kepada kantor untuk meningkatkan Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Emas) Kab. Jeneponto.

2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis sebagai sumber data dan informasi serta sebagai dasar meningkatkan pelayanan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan unsur penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan sangat puas atau bahkan senang; jika sesuai harapan, maka pelanggan merasa puas; dan jika kinerja di bawah harapan, maka akan timbul rasa kecewa.

Sementara itu, Tjiptono (2015:301) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Artinya, kepuasan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, melainkan juga oleh proses interaksi yang terjadi antara pelanggan dan penyedia layanan. Kepuasan nasabah merupakan penilaian dari nasabah atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaan. Tujuan utama strategi yang dijalankan adalah untuk meningkatkan nasabah, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang

didapat merupakan nasabah yang produktif dan mampu memberikan laba bagi bank (Anisa et al., 2024).

Kepuasan pelanggan juga menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam memberikan nilai. Ketika perusahaan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka kemungkinan terjadinya loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut akan meningkat.

Dengan demikian kepuasan pelanggan itu tergantung dari kualitas pelayanan bank tersebut dalam memenuhi kebutuhan nasabah-nasabahnya. Sebab dalam perusahaan perbankan nasabah itu di nomor satukan kepentingannya, karena kehidupan perusahaan perbankan bergantung kepada nasabah-nasabahnya. Jika bank tersebut memiliki banyak nasabah, kehidupan perusahaan semakin maju dan kepercayaan yang timbul didalam masyarakat kepada bank tersebut juga semakin tinggi sehingga semakin menguntungkan perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Menurut Zeithaml dan Bitner definisi kepuasan adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian (disinformation) atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan dan loyalitas aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan akan keinginan konsumen, sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kepuasan merupakan penilaian

mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen

Adapun yang menjadi faktor kepuasan nasabah dalam hal ini yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Emosional
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
5. Biaya
Konsumen tidak perlu menggunakan biaya tambahan atau tidak perlu menabung waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, mereka akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

6. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen
7. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

c. Indikator kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu tolok ukur utama dalam menilai keberhasilan sebuah perusahaan dalam memberikan produk dan layanan kepada pelanggannya (Laiyinah, 2022).

Menurut Hawkins dan Lonney untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah secara komprehensif, terdapat beberapa indikator yang umumnya digunakan dalam berbagai penelitian dan praktik bisnis dalam (Meliana, 2017), antara lain:

1. Kepuasan terhadap Produk/Jasa

Indikator ini mengukur sejauh mana produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Penilaian ini mencakup aspek kualitas, keandalan, dan nilai guna produk. Bila nasabah merasa bahwa produk/jasa sesuai dengan kebutuhannya atau bahkan lebih baik dari yang diharapkan, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Hal ini juga berkaitan erat dengan persepsi nilai (*perceived value*) yang dibentuk oleh pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

2. Kepuasan terhadap Proses Layanan

Selain kualitas produk, proses pelayanan juga memainkan peranan penting. Indikator ini mencakup beberapa dimensi seperti

kemudahan dalam mengakses layanan, kecepatan respon, efisiensi pelayanan, hingga kenyamanan interaksi antara nasabah dan penyedia layanan. Misalnya, proses transaksi yang sederhana, staf yang ramah dan membantu, serta sistem pengaduan yang responsif akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan dan berkontribusi pada kepuasan secara keseluruhan.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan refleksi dari tingkat kepuasan yang tinggi dan berkelanjutan. Indikator ini diukur melalui niat pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa di masa depan (repeat purchase), keengganan berpindah ke kompetitor, serta tingkat toleransi terhadap kekurangan kecil dari perusahaan. Menurut Pratama dan Hapsari (2020), pelanggan yang loyal biasanya memiliki keterikatan emosional dan rasional terhadap merek atau perusahaan, sehingga mereka akan tetap setia meskipun terdapat alternatif lain di pasar.

4. Rekomendasi atau Word of Mouth (WOM)

Pelanggan yang puas cenderung berbagi pengalaman positif mereka kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Indikator ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya berdampak pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan, tetapi juga berfungsi sebagai promosi tidak langsung bagi perusahaan.

Zeithaml et al. (2018) menyatakan bahwa WOM yang positif menjadi aset penting karena lebih dipercaya oleh calon pelanggan dibandingkan iklan konvensional, serta dapat memperluas jangkauan pasar melalui referensi sukarela.

2. Kompetensi Karyawan

a. Pengertian kompetensi karyawan

Menurut (Sutrisno, 2017), kompetensi tidak hanya mencakup aspek kognitif seperti kemampuan intelektual, tetapi juga aspek afektif seperti kecerdasan emosional yang dibutuhkan untuk berinteraksi secara produktif di tempat kerja. Dalam konteks pelayanan publik atau industri jasa, kompetensi karyawan menjadi faktor yang sangat krusial karena berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung menilai kualitas layanan tidak hanya dari hasil akhir, tetapi juga dari cara layanan tersebut diberikan yang semuanya bergantung pada kompetensi sumber daya manusia yang terlibat.

Kompetensi karyawan adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan seseorang untuk melaksanakan pekerjaannya secara efektif. Kompetensi menjadi kunci utama dalam menciptakan layanan berkualitas, terlebih dalam sektor jasa dan pelayanan publik, di mana interaksi langsung antara karyawan dan pelanggan sangat menentukan pengalaman pengguna.

Kompetensi karyawan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Dalam konteks pelayanan, karyawan menjadi representasi perusahaan dalam memberikan pengalaman yang menyenangkan atau mengecewakan bagi pelanggan. Karyawan yang

memiliki pengetahuan luas, keterampilan tinggi, dan sikap yang baik akan mampu memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, serta solutif—yang pada akhirnya meningkatkan persepsi kualitas dari pihak pelanggan.

b. Dimensi kompetensi

Kompetensi karyawan tidak hanya dilihat dari seberapa mampu seseorang menyelesaikan tugas, tetapi juga mencakup kualitas internal yang membentuk perilaku dan kinerjanya. Menurut (Priansa, 2017), kompetensi terdiri dari tiga dimensi utama yang saling terkait, yaitu pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Ketiga dimensi ini menjadi dasar dalam pengembangan sumber daya manusia yang unggul, terutama dalam sektor pelayanan.

1. Pengetahuan (Knowledge)

Pengetahuan merujuk pada pemahaman teoritis dan konseptual yang dimiliki individu terkait tugas dan tanggung jawab pekerjaannya. Pengetahuan ini mencakup informasi faktual, prosedural, serta prinsip-prinsip yang relevan dengan bidang pekerjaan. Misalnya, dalam pelayanan pelanggan, karyawan harus mengetahui seluk-beluk produk, kebijakan perusahaan, serta cara menangani keluhan. Pengetahuan yang kuat akan mendukung pengambilan keputusan yang cepat dan akurat.

2. Keterampilan (Skills)

Keterampilan adalah kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan ke dalam tindakan nyata dalam menyelesaikan pekerjaan. Keterampilan dapat bersifat teknis (misalnya

mengoperasikan alat, menggunakan perangkat lunak), interpersonal (komunikasi, kerja sama tim), maupun kognitif (pemecahan masalah, berpikir kritis). Karyawan yang memiliki keterampilan baik akan lebih produktif, efisien, dan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pekerjaan.

3. Sikap (Attitude)

Sikap mengacu pada kecenderungan internal individu dalam merespons situasi kerja, termasuk nilai, kepercayaan, dan motivasi. Sikap positif seperti disiplin, tanggung jawab, kepedulian terhadap pelanggan, dan loyalitas terhadap perusahaan menjadi landasan bagi perilaku kerja yang profesional. Dalam pelayanan jasa, sikap yang ditampilkan karyawan sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Bahkan, sikap ramah dan empati sering kali menjadi pembeda utama dalam pengalaman pelanggan.

3. Inovasi Layanan

a. Pengertian inovasi layanan

Inovasi layanan merupakan suatu proses sistematis dalam menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide, metode, teknologi, atau pendekatan baru dalam aktivitas penyediaan jasa yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, daya saing, serta kepuasan pelanggan. Inovasi ini tidak hanya mencakup pembaruan produk atau jasa itu sendiri, melainkan juga menyentuh aspek proses layanan, interaksi pelanggan, dan model bisnis yang digunakan oleh organisasi jasa.

Menurut Tidd dan Bessant (2018), inovasi layanan didefinisikan sebagai perubahan yang disengaja dan terorganisir dalam cara penyampaian layanan kepada pelanggan, yang bertujuan menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisi kompetitif organisasi. Inovasi ini dapat berupa penggunaan teknologi digital, pendekatan personalisasi layanan, hingga perubahan dalam model manajemen operasional.

Sejalan dengan itu, Den Hertog (2016) membagi inovasi layanan ke dalam beberapa dimensi utama, antara lain inovasi dalam konsep layanan, interaksi penyedia dan pengguna, sistem penyampaian layanan, serta inovasi dalam struktur organisasi internal. Pendekatan ini menunjukkan bahwa inovasi tidak semata-mata berupa teknologi baru, tetapi juga menyangkut cara organisasi memahami dan merespons kebutuhan pelanggan secara lebih relevan dan adaptif.

Dalam konteks persaingan bisnis modern, inovasi layanan menjadi kunci utama untuk bertahan dan tumbuh. Pelanggan masa kini menuntut kecepatan, kenyamanan, serta pengalaman yang dipersonalisasi. Oleh karena itu, organisasi jasa harus terus berinovasi untuk meningkatkan nilai fungsional dan emosional yang dirasakan oleh pengguna layanan (Rahmawati, 2022)

Lebih jauh, inovasi layanan juga memainkan peran strategis dalam membangun keunggulan bersaing berkelanjutan. Menurut Lusch dan Nambisan (2020), layanan yang berinovasi secara konsisten cenderung menghasilkan customer engagement yang lebih tinggi, memperkuat loyalitas, dan menciptakan ekosistem nilai bersama (co-creation of value) antara perusahaan dan pelanggan.

Selain itu, digitalisasi telah menjadi katalis utama inovasi layanan dalam dekade terakhir. Penggunaan artificial intelligence (AI), aplikasi seluler, chatbot, serta layanan mandiri berbasis cloud menjadi contoh nyata bagaimana inovasi layanan berkembang secara dinamis seiring dengan perkembangan teknologi informasi (Hasanah & Suryanto, 2020). Transformasi ini memungkinkan peningkatan skala layanan tanpa kehilangan kualitas hubungan interpersonal, yang sebelumnya menjadi kekuatan utama dalam sektor jasa.

Dengan demikian, inovasi layanan adalah elemen vital dalam strategi pertumbuhan bisnis berbasis layanan. Ia tidak hanya bertujuan menciptakan keunikan, tetapi juga memastikan bahwa penyedia layanan tetap relevan dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan yang terus berubah di era digital.

b. Jenis dan bentuk inovasi layanan

Inovasi layanan mencakup beragam bentuk dan pendekatan yang diterapkan untuk menciptakan nilai tambah dalam penyampaian jasa. Jenis dan bentuk inovasi ini terus berkembang seiring dengan dinamika pasar, kemajuan teknologi, serta perubahan perilaku konsumen. Setiap jenis inovasi memberikan kontribusi berbeda terhadap efisiensi operasional, peningkatan kualitas layanan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Setiawan dan Suharto (2021), inovasi layanan secara umum dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yaitu:

1. Inovasi Produk Layanan (Service Product Innovation)

Inovasi ini mencakup penciptaan atau pengembangan layanan baru yang sebelumnya tidak tersedia di pasar. Contohnya meliputi pengenalan paket layanan berbasis preferensi pelanggan, penambahan fitur layanan bernilai tambah, atau diversifikasi jenis layanan sesuai dengan segmen pasar tertentu. Inovasi produk layanan bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan relevansi layanan terhadap kebutuhan pengguna

2. Inovasi Proses (Process Innovation)

Inovasi ini berfokus pada perbaikan dan efisiensi dalam proses penyampaian layanan. Misalnya, digitalisasi prosedur pelayanan, sistem reservasi otomatis, atau penyederhanaan alur kerja di front-office. Menurut Chesbrough (2020), inovasi proses dapat mempercepat waktu layanan, mengurangi kesalahan manusia, dan meningkatkan akurasi data serta kenyamanan pelanggan.

3. Inovasi Teknologi (Technological Innovation)

Inovasi ini mengacu pada penerapan teknologi baru untuk memperkuat pengalaman pelanggan dan meningkatkan efektivitas layanan. Contohnya adalah penggunaan kecerdasan buatan (AI), chatbot, aplikasi mobile, serta integrasi sistem big data untuk memahami pola perilaku konsumen. Inovasi berbasis teknologi telah menjadi strategi utama dalam menghadapi era transformasi digital

4. Inovasi Organisasi (Organizational Innovation).

Inovasi ini melibatkan perubahan dalam struktur, budaya, atau strategi organisasi dalam mendukung penyediaan layanan yang lebih responsif dan adaptif. Menurut Hurmelinna-Laukkanen et al. (2022), inovasi organisasi sering kali mencakup pelatihan sumber daya manusia, perubahan gaya kepemimpinan, hingga pengembangan struktur kerja kolaboratif yang mendukung kreativitas dan pengambilan keputusan cepat.

Selain klasifikasi tersebut, Den Hertog (2016) menambahkan dimensi lain seperti inovasi dalam interaksi pelanggan, inovasi sosial, dan inovasi jaringan (network innovation), yang semuanya mendukung terciptanya nilai bersama (co-created value) dan memperkuat keterlibatan pelanggan secara emosional maupun fungsional.

Setiap jenis inovasi saling melengkapi dan dapat diterapkan secara bersamaan untuk menciptakan sistem layanan yang holistik dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang secara konsisten mengintegrasikan berbagai bentuk inovasi dalam proses layanannya cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dan hubungan yang lebih kuat dengan konsumennya (Rahmawati 2022).

c. Dampak inovasi terhadap kepuasan nasabah

Inovasi layanan merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah di sektor jasa, khususnya pada industri perbankan dan layanan keuangan. Inovasi memungkinkan penyedia jasa untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan kebutuhan,

harapan, dan preferensi nasabah yang terus berubah, terutama di era digital.

Inovasi layanan yang dilakukan secara sistematis dan berbasis kebutuhan pelanggan dapat memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Mereka menekankan bahwa bentuk inovasi seperti digital banking, live chat support, layanan mobile, hingga integrasi AI dalam layanan pelanggan mampu menciptakan pengalaman layanan yang efisien, cepat, dan responsif. Hal ini secara langsung mengurangi keluhan, mempercepat pemrosesan transaksi, dan meningkatkan kenyamanan berinteraksi dengan bank (Nugroho, 2022).

Sementara itu, Dewi dan Arifin (2021) menyatakan bahwa inovasi yang berfokus pada peningkatan interaksi dan keterlibatan pelanggan dalam proses layanan berkontribusi dalam membangun pengalaman positif yang berkesan. Pengalaman positif ini akan berdampak pada meningkatnya persepsi kualitas layanan yang diterima, serta mendorong loyalitas jangka panjang terhadap perusahaan.

Lusch dan Nambisan (2020) dalam kerangka *service-dominant logic* menekankan bahwa inovasi yang bersifat kolaboratif, yaitu melibatkan pelanggan dalam proses inovasi atau perancangan layanan, akan menciptakan nilai bersama (*co-created value*) yang meningkatkan keterikatan emosional dan fungsional antara nasabah dan penyedia layanan. Nasabah yang merasa dilibatkan dan dihargai cenderung menunjukkan kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan yang diterimanya.

Dalam Nurhayati (2019) juga mengamati bahwa kehadiran inovasi digital seperti mobile apps, e-wallet, dan automated customer service systems telah mengubah cara interaksi nasabah dengan bank. Inovasi-inovasi ini memungkinkan layanan tersedia secara 24/7, mengurangi ketergantungan pada layanan tatap muka, serta memberikan kontrol lebih besar kepada nasabah atas pengelolaan keuangannya. Dampaknya, persepsi efisiensi dan kemudahan menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan.

Selain itu, Hurmelinna-Laukkanen et al. (2022) menyebut bahwa kepuasan pelanggan juga meningkat ketika perusahaan menunjukkan kapasitas inovatif yang berkelanjutan, yakni mampu terus melakukan pembaruan layanan secara konsisten. Hal ini memberi sinyal bahwa organisasi peduli terhadap kebutuhan pelanggan dan bersedia beradaptasi dengan perubahan zaman.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan tidak hanya berdampak pada kualitas dan efisiensi proses pelayanan, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang bernilai. Kepuasan nasabah, dalam hal ini, menjadi cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengadopsi dan mengimplementasikan inovasi yang relevan, tepat guna, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh ((Kevin Simo, 2019)

Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Kalendra Sejahtera Tour & Travel. Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi tangible mempengaruhi kepuasan pelanggan

secara signifikan. Dimensi reability tidak memiliki kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dimensi reability yang terdiri dari mudah mendapatkan layanan ketetapan waktu layanan, karyawan memiliki komunikasi yang baik dan ketetapan dalam menghitung jumlah biaya yang dikeluarkan tidak berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurlatifa, 2020)

Dengan judul "Analisis Pengaruh Informasi Gadai Emas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara persial (individual) informasi gadai, kualitas jasa dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Yuda Herawati, Tetra Hidayanti, 2022)

Dengan judul "Pengaruh Informasi gadai emas dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah di Bankaltimtara Syariah cabang Syariah Samarinda". Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Siti Marwah Ritonga, 2019)

Dengan judul " Pengaruh Tangible, Realibity, Responsivencess, Assurance, Empaty Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (tangible, reability, responsivences, assurance, empaty) terhadap kepuasan nasabah.

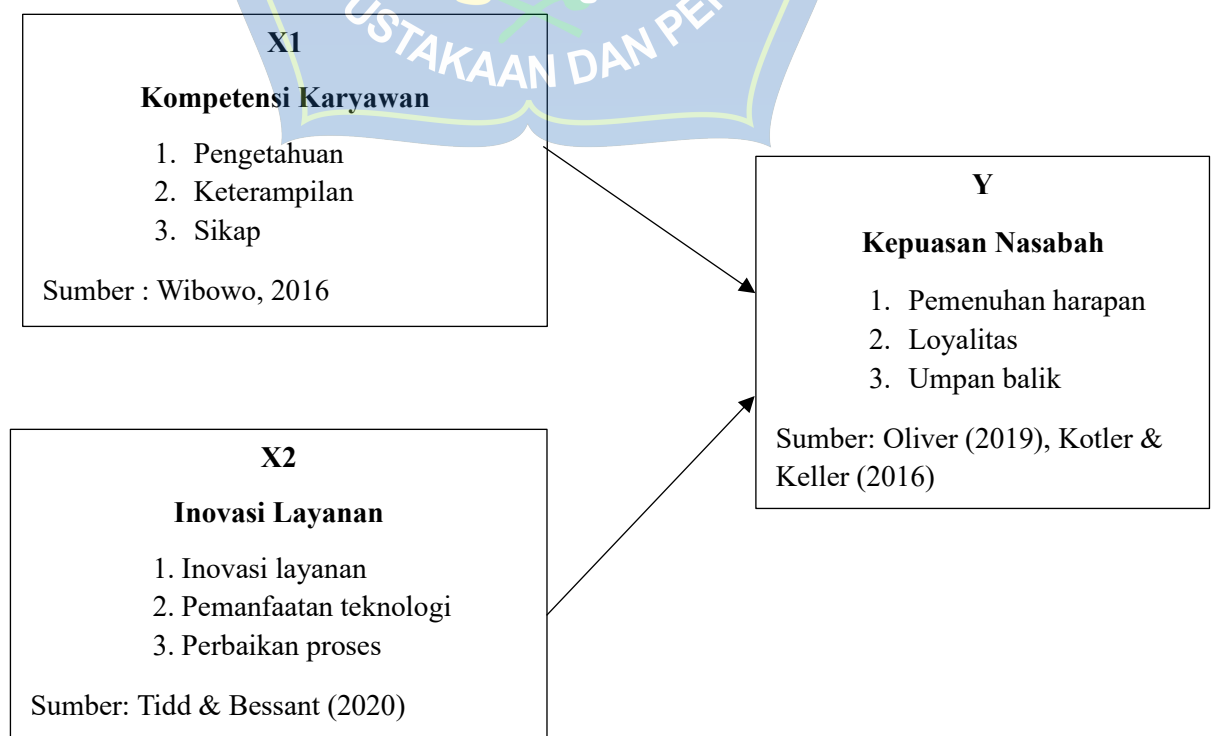
5. Penelitian yang dilakukan oleh (Lusiana, Salamun Pasda, Mustari, Muh. Ihsan Said, 2020)

Dengan judul “Pengaruh Reability, Responsivencess, Assurance, Empathy dan Tangible Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNM.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu pengaruh kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah. Kerangka ini berfungsi sebagai dasar dalam merumuskan hipotesis penelitian serta menjadi pedoman dalam pengumpulan dan analisis data.

Dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) terdiri dari dua aspek utama, yaitu Kompetensi Karyawan (X1) yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap; serta Inovasi Layanan (X2) yang mencakup inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan perbaikan proses. Sementara itu, variabel terikat (dependen) adalah Kepuasan Nasabah (Y) yang diukur melalui indikator pemenuhan harapan, loyalitas, dan umpan balik dari nasabah.



D. Hipotesis

Hipotesis adalah solusi sementara terhadap suatu masalah penelitian yang harus divalidasi oleh informasi yang dikumpulkan. Hipotesis penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompetensi karyawan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi kompetensi yang dimiliki oleh karyawan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan dalam layanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni(2014 :39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan pengertian Metode Penelitian Kuantitatif menurut Sugiyono (2017 :8) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variable yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kabupaten Jeneponto dijadikan lokasi penelitian karena pada faktanya, masih banyak masyarakat yang belum mendapat pelayanan yang sesuai aturan. Selain itu, peneliti ingin mengkaji secara langsung dan lebih mendalam apa yang menjadi kendala dalam penyelenggaraan dalam pemberian pelayanan sehingga belum berjalan sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan, atau aturan yang ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 (dua) bulan. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Emas) Kab. Jeneponto.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2019). Populasi dapat dimaknai dengan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan subjek adalah seluruh nasabah aktif PT Mas Agung Sejahtera (Gadai Mas), yaitu nasabah yang secara rutin melakukan transaksi atau menggunakan layanan perbankan di cabang tersebut. Populasi ini dipilih karena dinilai memiliki pengalaman langsung dalam merasakan kualitas layanan, sehingga mampu memberikan penilaian objektif terhadap kompetensi karyawan dan inovasi layanan yang diberikan.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah sebagian karyawan PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto yang berjumlah 71 karyawan. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Adapun perhitungan sampel menggunakan rumus *slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

e : Margin error yang ditoleransi

Adapun perhitungan sampel dengan menggunakan rumus *slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{241}{1 + 241(0,1)^2}$$

$$n = \frac{241}{1 + 2,41}$$

$$n = \frac{241}{3,41}$$

$$n = 70,67$$

$$n = 71$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *slovin* di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 71 Nasabah.

Adapun kriteria inklusi dalam pengambilan sampel meliputi:

1. Nasabah yang aktif melakukan transaksi minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir.
2. Nasabah yang memahami dan pernah berinteraksi langsung dengan pelayanan karyawan di bank.
3. Nasabah yang bersedia secara sukarela mengisi kuesioner sebagai responden penelitian.
4. Teknik purposive sampling dipilih karena bertujuan untuk memperoleh data dari responden yang benar-benar memiliki pengalaman dan persepsi terhadap variabel yang diteliti. Hal ini sejalan dengan pendapat Arikunto (2020) yang menyatakan bahwa dalam penelitian sosial, teknik purposive

sampling berguna untuk menjangkau data dari kelompok responden yang dianggap paling mengetahui dan memahami topik penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Sifat data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Data diperoleh dengan cara pengumpulan data menggunakan survey by survey. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data untuk menemukan bukti hipotesis penelitian yang diturunkan dari rumusan masalah penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang peneliti terima secara langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang ada.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah penting dalam proses penelitian untuk memperoleh informasi yang valid dan reliabel sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan melalui teknik survei dengan menggunakan kuesioner, yang disesuaikan dengan pendekatan kuantitatif.

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai alat utama untuk memperoleh data primer. Kuesioner tersebut berisi pernyataan-pernyataan tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu kompetensi karyawan, inovasi layanan, dan kepuasan nasabah.

Kuesioner disusun dalam bentuk skala Likert lima poin, yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban berdasarkan tingkat kesetujuan terhadap setiap pernyataan. Skala ini digunakan karena dapat memberikan data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik. Pengukuran dengan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

- a) SS (Sangat Setuju) = diberi nilai 5
- b) S (Setuju) = diberi nilai 4
- c) N (Netral) = diberi nilai 3
- d) TS (Tidak Setuju) = diberi nilai 2
- e) STS (Sangat Tidak Setuju) = diberi nilai 1

2. Observasi atau Pengamatan

Observasi adalah dilakukan secara berulang tentang aktivitas serta pola dan tingkah laku nasabah, dan penyediaan fasilitas bank dalam melayani nasabah yang dapat terdiri petugas bank, kondisi ruangan, sarana administrasi/transaksi.

3. Dokumentasi

Data yang diperoleh merupakan data sekunder yang diperoleh dengan cara dokumentasi. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan mencatat data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh instansi terkait, dimana pada umumnya dokumen tersebut berupa laporan atau catatan jumlah nasabah yang menabung pada PT. Mas Agung Sejahtera Kabupaten Jeneponto

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjabaran dari konsep teoritis menjadi variabel yang dapat diukur dan diamati secara nyata dalam kegiatan penelitian. Dengan adanya definisi operasional, peneliti dapat mengidentifikasi variabel-variabel penelitian secara spesifik, menetapkan indikatornya, serta menentukan alat ukur yang tepat. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap variabel yang diteliti dapat diukur secara konsisten dan obyektif, serta dapat dianalisis secara statistik.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel utama, yaitu dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat), masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Independen X

a. Kompetensi Karyawan (X1)

Kompetensi karyawan diartikan sebagai kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dimiliki karyawan dalam melaksanakan tugasnya secara efektif dan efisien. Dalam konteks layanan perbankan, kompetensi karyawan sangat menentukan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Karyawan yang kompeten akan mampu memahami kebutuhan nasabah, memberikan informasi yang akurat, serta menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan tepat.

b. Inovasi Layanan (X2)

Inovasi layanan merujuk pada upaya perusahaan dalam melakukan perbaikan dan pembaruan terhadap sistem layanan agar dapat memberikan nilai tambah bagi nasabah. Inovasi ini mencakup

penggunaan teknologi, penyederhanaan proses, serta penciptaan fitur-fitur baru yang meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi.

2. Variabel Dependen Y

a. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap layanan dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan jasa, termasuk perbankan, karena nasabah yang puas cenderung loyal dan bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah penting dalam penelitian kuantitatif guna mengolah, menginterpretasikan, serta menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai Emas) di Kabupaten Jeneponto. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Walpole, 1995 Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang merupakan pengumpulan, pengolahan, dan penyajian serta interpretasi data secara kuantitatif atau persentase yang dapat disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data yang dikumpulkan dari responden. Tujuan utama dari analisis ini adalah

untuk memberikan pemahaman awal mengenai profil responden dan kecenderungan jawaban terhadap setiap indikator variabel penelitian.

Hasil dari analisis deskriptif disajikan dalam bentuk:

- a. Persentase (%)
- b. Nilai rata-rata (mean)
- c. Simpangan baku (standard deviation)
- d. Distribusi frekuensi

Analisis ini memberikan gambaran sejauh mana kompetensi karyawan dan inovasi layanan dinilai oleh nasabah, serta sejauh mana nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial adalah metode analisis yang digunakan untuk menarik kesimpulan sebuah populasi secara umum berdasarkan hasil sampel. Hasil akhir dari metode pengolahan data ini berupa kemungkinan atau probabilitas serta dinyatakan dalam satuan persen (Rafikasari, 2021).

Analisis inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Beberapa teknik yang digunakan dalam analisis ini meliputi:

- a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas dilakukan dengan metode korelasi Pearson Product Moment, untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan. Instrumen dikatakan valid jika nilai signifikansi ($p\text{-value}$) $< 0,05$ dan nilai r hitung $> r$ tabel.

Uji Reliabilitas dilakukan dengan Cronbach's Alpha, yang menunjukkan konsistensi internal dari instrumen. Nilai $\alpha \geq 0,60$

menandakan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang memadai dan layak digunakan dalam penelitian.

b. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini juga menggunakan Pengujian Asumsi klasik, untuk menguji apakah model regresi tersebut baik atau tidak. Adapun model regresi yang baik harus bebas dari asumsi klasik, yaitu bebas dari Normalitas, Heteroskedastisitas dan Multikolinearitas. Berikut penjelasan mengenai ketiga asumsi klasik tersebut yakni sebagai berikut:

c. Uji Normalitas

Normalitas data merupakan asumsi terpenting dalam statistika parametric sehingga pengujian terhadap normalitas data harus dilakukan agar asumsi dalam statistika parametric terpenuhi (Supramono dan Utami, 2004:82). Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, demikian jika sebaliknya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menganalisis eksistensi gejala kolerasi antar variabel independen. Pengujian dapat dilakukan dengan

melihat nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau dengan melihat hasil koefisien kolerasi antar variabel independent (Supramono dan Utami, 2004:83).

Multikolinearitas dapat dilihat pada nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF), sebagai berikut:

Jika nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 maka tidak memiliki masalah multikolinearitas, sehingga bisa dilakukan pengujian selanjutnya.

Jika nilai tolerance < 0.10 dan nilai VIF > 10 , maka terjadi persoalan multikolinearitas.

3. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana pengaruh kompetensi karyawan (X_1) dan inovasi layanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y), baik secara parsial maupun simultan. Model ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara kuantitatif.

Model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah (variabel dependen)

X_1 = Kompetensi Karyawan (variabel independen pertama)

X_2 = Inovasi Layanan (variabel independen kedua)

a = Konstanta regresi, yaitu nilai Y saat X_1 dan X_2 bernilai nol

b_1 = Koefisien regresi X_1 , menunjukkan seberapa besar pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan nasabah

b_2 = Koefisien regresi X_2 , menunjukkan seberapa besar pengaruh inovasi

layanan terhadap kepuasan nasabah

e = Error (residu), yaitu variabel gangguan yang tidak dapat dijelaskan oleh model

H. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (uji Statistik t)

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah variable independen secara parsial yang terdapat didalam persamaan tersebut berpengaruh terhadap nilai variabel independen. Uji t dilakukan dengan melakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel.

Kriteria pengujian:

Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan.

a. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2012:98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat..Penerapan model diuji secara simultan dengan menggunakan uji F (pengujian serentak).

Kriteria pengujian:

Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh simultan yang signifikan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui besarnya koefisien determinasi (R^2) atau R Square menjelaskan seberapa besar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini akan mampu menjelaskan variabel dependen.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pengaruh kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Mas Agung Sejahtera, dengan nama dagang "Gadai MAS", adalah perusahaan pergadaian swasta yang beroperasi secara nasional. Mereka memulai bisnis pergadaian pada bulan Maret 2014 di Jakarta, berdasarkan Akta Notaris Rini Handayani SH. No. 05 tanggal 14 Februari 2014. PT. MAS Agung Sejahtera terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan nomor S-1857/NB.111/201 sebagai perusahaan pergadaian emas swasta yang resmi dan terpercaya.

Perusahaan ini didirikan dengan tujuan utama memberikan solusi keuangan yang mudah dan efektif melalui jasa gadai, terutama gadai emas, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Gadai MAS terus berupaya melakukan perbaikan dalam layanan, program, dan sumber daya manusia seiring dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Visi mereka adalah menjadi perusahaan pergadaian swasta terbaik di Indonesia, dan untuk mencapai tujuan ini, mereka terus memperluas jaringan dan meningkatkan kualitas layanannya.

PT. Maju Aman Sejahtera, yang merupakan perusahaan induk dari Gadai MAS, telah mendapatkan izin resmi dari OJK untuk beroperasi sebagai perusahaan pergadaian swasta. Mereka fokus pada penyediaan layanan gadai emas yang aman, terpercaya, dan mudah diakses oleh masyarakat.

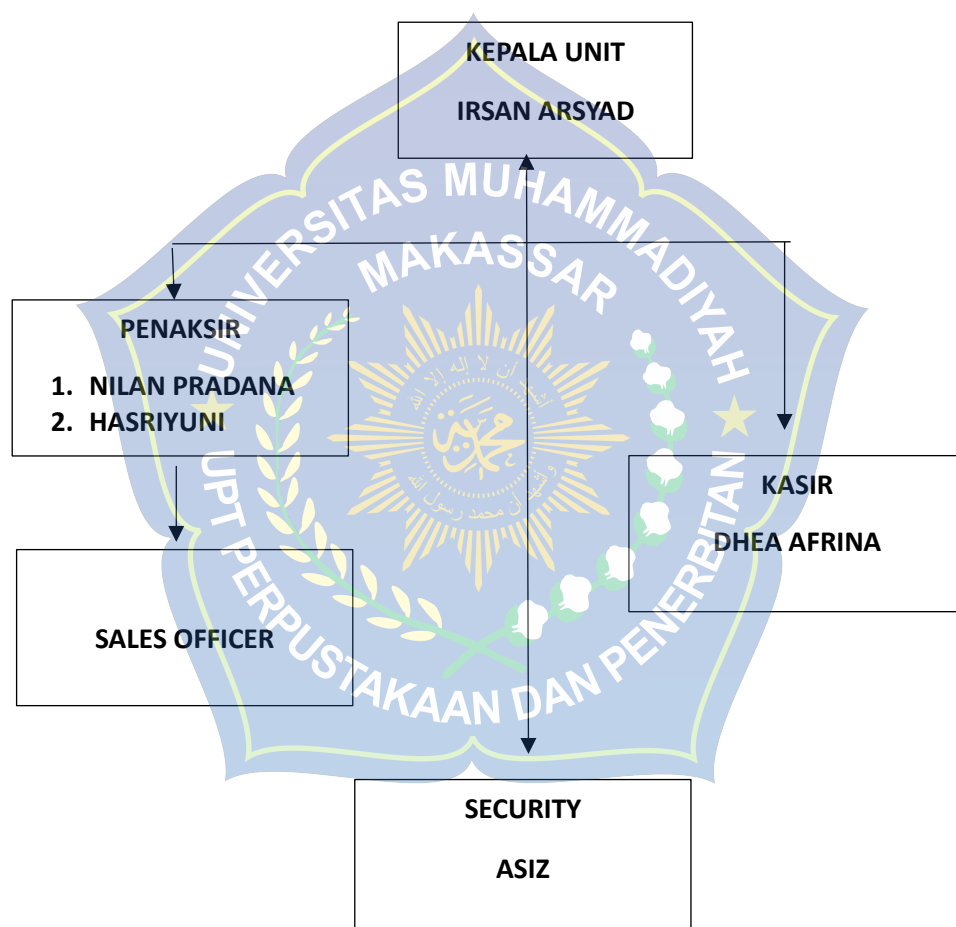
Secara singkat, PT. Mas Agung Sejahtera (Gadai MAS) adalah perusahaan pergadaian swasta yang berkomitmen untuk menyediakan solusi keuangan yang inovatif dan terpercaya, terutama dalam bentuk gadai emas, dengan tujuan menjadi pemimpin pasar di Indonesia.

Visi

Menjadi perusahaan gadai swasta terbaik pilihan masyarakat di Indonesia

Misi

Menyediakan layanan gadai terbaik serta turut aktif meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan Masyarakat

STRUKTUR ORGANISASI PT GADAI MAS UNIT TOLO'

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden Penelitian

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki – Laki	33	46,5%
Perempuan	38	53,5%
Total	71	100%

Sumber : Hasil olah data primer 2025

Tabel 4.1 menampilkan gambaran umum mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini, dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin. Dari keseluruhan 71 responden yang berpartisipasi, terlihat bahwa perempuan mendominasi dengan jumlah 38 orang (53,5%). Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 33 orang (46,5%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 20 tahun	8	11,3
20-29 tahun	42	59,2
30-39 tahun	6	8,5
>40 tahun	2	2,8

Sumber : Hasil olah data primer 2025

Tabel 4.2 menyajikan karakteristik responden berdasarkan kelompok usia. Dari total 71 responden, sebagian besar berada dalam kategori usia 20-29 tahun, yaitu sebanyak 42 orang (59,2%).

Responden dengan usia kurang dari 20 tahun berjumlah 8 orang (11,3%). Sementara itu, responden berusia 30-39 tahun sebanyak 6 orang (8,5%). Kelompok usia paling sedikit adalah lebih dari 40 tahun, dengan hanya 2 orang

(2,8%). Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah individu dewasa muda.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	30	11,3
Wiraswasta	21	70,4
Karyawan	14	88,7
PNS	6	97,2
Total	71	100

Sumber : Hasil olah data primer 2025

Tabel 4.3 menunjukkan distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan. Ada kesalahan dalam persentase yang disajikan pada tabel. Berdasarkan jumlah responden, perhitungan persentase yang benar adalah sebagai berikut:

- Pelajar/Mahasiswa: 30 dari 71 responden ($30/71 \times 100\% \approx 42.3\%$)
- Wiraswasta: 21 dari 71 responden ($21/71 \times 100\% \approx 29.6\%$)
- Karyawan: 14 dari 71 responden ($14/71 \times 100\% \approx 19.7\%$)
- PNS: 6 dari 71 responden ($6/71 \times 100\% \approx 8.4\%$)

Dengan demikian, jika mengacu pada data jumlah responden, Pelajar/Mahasiswa merupakan kelompok pekerjaan terbanyak dengan 30 orang, diikuti oleh Wiraswasta dengan 21 orang. Karyawan berjumlah 14 orang, dan PNS menjadi kelompok terkecil dengan 6 orang. Keseluruhan responden berjumlah 71 orang.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Kompetensi Karyawan (X1)

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kompetensi Karyawan (X1) cenderung positif, dengan rata-rata

keseluruhan variabel sebesar 4.18. Nilai ini berada pada kategori "Setuju" atau "Sangat Setuju" dalam skala Likert 1-5, menunjukkan bahwa secara umum responden menilai kompetensi karyawan cukup tinggi.

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Kompetensi Karyawan (X1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	0	0%	4	5,6%	45	63,4%	22	31,0%	4,25
X1.2	0	0%	0	0%	9	12,7%	41	57,7%	21	29,6%	4.17
X1.3	0	0%	0	0%	8	11,3%	42	59,2%	21	29,6%	4.18
X1.4	0	0%	0	0%	9	12,7%	40	56,3%	22	31,0%	4.18
X1.5	0	0%	0	0%	4	5,6%	47	66,2%	20	28,2%	4.23
X1.6	0	0%	0	0%	9	12,7%	45	63,4%	17	23,9%	4.11
X1.7	0	0%	1	0%	11	15,5%	43	60,6%	17	23,9%	4.11
X1.8	0	0%	0	0%	6	8,5%	48	67,6%	17	23,9%	4.15
X1.9	0	0%	0	0%	9	12,7%	39	54,9%	23	32,4%	4.20
X1.10	0	0%	0	0%	10	14,1%	33	46,5%	28	39,4%	4.25
X1											
Rata-rata Variabel KompetensiKaryawan											4.18

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Secara rinci, tidak ada responden yang memberikan skor 1 (Sangat Tidak Setuju) atau skor 2 (Tidak Setuju) untuk sebagian besar indikator, mengindikasikan bahwa responden tidak memiliki pandangan negatif yang kuat terhadap kompetensi karyawan. Mayoritas responden memberikan skor 4 (Setuju) dan 5 (Sangat Setuju) pada hampir semua indikator.

Beberapa poin penting dari setiap indikator adalah:

Indikator X1.1 dan X1.10 memiliki mean tertinggi sebesar 4.25, menunjukkan bahwa aspek-aspek yang diwakili oleh kedua indikator ini dinilai paling tinggi oleh responden. Misalnya, X1.1 mungkin terkait dengan pemahaman tugas, dan X1.10 terkait dengan kemampuan beradaptasi atau menyelesaikan masalah.

Indikator X1.6 dan X1.7 memiliki mean terendah sebesar 4.11. Meskipun masih tergolong tinggi, ini bisa mengindikasikan bahwa ada sedikit ruang untuk peningkatan pada aspek-aspek yang diukur oleh kedua indikator ini dibandingkan dengan yang lain. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa Kompetensi Karyawan di perusahaan atau organisasi yang diteliti berada pada tingkat yang baik, sesuai dengan persepsi positif dari sebagian besar responden.

b. Inovasi Layanan (X2)

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Inovasi Layanan (X2)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	0	0%	1	1,4%	58	81,7%	12	16,9%	4.15
X2.2	0	0%	0	0%	1	1,4%	53	74,6%	17	23,9%	4.23
X2.3	0	0%	0	0%	1	1,4%	51	71,8%	19	26,8%	4.25
X2.4	0	0%	0	0%	1	1,4%	47	66,2%	23	32,4%	4.31
X2.5	0	0%	0	0%	2	2,8%	55	77,5%	14	19,7%	4.17
X2.6	0	0%	0	0%	2	2,8%	53	74,6%	16	22,5%	4.20
X2.7	0	0%	0	0%	1	1,4%	45	63,4%	25	35,2%	4.34
X2.8	0	0%	0	0%	3	4,2%	52	73,2%	16	22,5%	4.18
X2.9	0	0%	0	0%	4	5,6%	41	57,7%	26	36,6%	4.31
X210	0	0%	0	0%	3	4,2%	47	66,2%	21	29,6%	4.25
X2											
Inovasi Layanan (X2)											4.24

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Berdasarkan Tabel 4.5, tanggapan responden terhadap variabel Inovasi Layanan (X2) menunjukkan tingkat persepsi yang sangat positif, dengan rata-rata keseluruhan variabel mencapai 4.24. Nilai ini mengindikasikan bahwa responden

secara umum setuju atau sangat setuju bahwa layanan yang diberikan memiliki elemen inovasi yang kuat..

Indikator X2.7 memiliki mean tertinggi sebesar 4,34, yang menunjukkan bahwa aspek ini dinilai paling inovatif oleh responden. Aspek ini menggambarkan kemampuan layanan untuk memberikan solusi baru atau fitur yang belum tersedia sebelumnya. Tingginya skor pada indikator ini menunjukkan bahwa nasabah mengapresiasi inovasi yang bersifat praktis, mudah digunakan, dan memberikan nilai tambah nyata dalam interaksi mereka dengan layanan.

Indikator X2.1 memiliki mean terendah sebesar 4,15. Walaupun termasuk kategori tinggi, perbedaan skor ini memberikan masukan penting bahwa ada aspek inovasi yang perlu diperkuat agar lebih relevan dengan kebutuhan pengguna. Perbedaan skor antarindikator menegaskan perlunya evaluasi rutin terhadap inovasi yang telah diluncurkan, agar tidak hanya berorientasi pada teknologi baru, tetapi juga benar-benar memecahkan masalah yang dihadapi nasabah.

Hasil ini sejalan dengan teori inovasi layanan yang dikemukakan oleh Fitzsimmons & Fitzsimmons (2014), yang menyatakan bahwa keberhasilan inovasi tidak hanya ditentukan oleh kebaruan ide, tetapi juga oleh kesesuaian inovasi tersebut dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, meskipun inovasi layanan sudah dinilai sangat baik, penyedia layanan perlu terus menyesuaikan pembaruan fitur dan strategi layanannya berdasarkan masukan langsung dari nasabah.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil studi yang dilakukan oleh Rahmawati (2020), yang menemukan bahwa inovasi layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan hingga 25% lebih tinggi dibanding inovasi yang bersifat umum. Penelitian serupa oleh

Chathoth et al. (2016) menegaskan bahwa keterlibatan pelanggan dalam proses inovasi berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang.

Dengan mengintegrasikan masukan pengguna dalam proses inovasi, layanan akan lebih tepat sasaran, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat loyalitas. Hal ini juga memastikan bahwa setiap inovasi yang diterapkan memiliki dampak positif jangka panjang bagi hubungan antara penyedia layanan dan nasabah.

a. Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Mean
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1	0	0%	0	0%	2	2.8%	43	60,6%	26	36,6%	4,34
Y.2	0	0%	0	0%	4	5,6%	38	53,5%	29	40,8%	4.35
Y.3	0	0%	0	0%	3	4,2%	38	53,5%	30	42,3%	4.38
Y.4	0	0%	0	0%	1	1,4%	32	45,1%	38	53,5%	4.52
Y.5	0	0%	0	0%	1	1,4%	31	43,7%	39	54,9%	4.54
Y.6	0	0%	0	0%	1	1,4%	31	43,7%	39	54,9%	4.54
Y.7	0	0%	0	0%	4	5,6%	33	46,5%	34	47,9%	4.42
Y.8	0	0%	0	0%	1	1,4%	27	38,0%	43	60,6%	4.59
Y.9	0	0%	0	0%	2	2,8%	22	31,0%	47	66,2%	4.63
Y.10	0	0%	0	0%	4	5,6%	30	42,3%	37	52,1%	4.46
Y											
Rata-rata Variabel Kepuasan Nasabah (Y)											4.48

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah (Y) berada pada tingkat yang sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh rata-rata keseluruhan variabel sebesar 4.48, yang berada pada kategori "Sangat Setuju" dalam skala Likert 1-5.

Secara umum, tidak ada responden yang memberikan skor 1 (Sangat Tidak Setuju) atau 2 (Tidak Setuju) untuk indikator mana pun. Ini menandakan bahwa tidak ada ketidakpuasan yang signifikan di antara responden. Mayoritas responden memberikan skor 4 (Setuju) dan 5 (Sangat Setuju), menunjukkan persepsi positif yang kuat terhadap kepuasan.

Beberapa observasi penting dari masing-masing indikator: Indikator Y.9 memiliki mean tertinggi sebesar 4.63, menunjukkan bahwa aspek yang diukur oleh indikator ini adalah penyumbang terbesar terhadap kepuasan nasabah. Ini bisa terkait dengan faktor seperti kualitas layanan yang melampaui harapan atau loyalitas yang sangat tinggi.

Indikator Y.1 dan Y.2 memiliki mean yang sedikit lebih rendah, yaitu 4.34 dan 4.35, meskipun masih sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa area-area yang diukur oleh indikator ini juga berkontribusi positif terhadap kepuasan nasabah, namun mungkin ada sedikit ruang untuk optimalisasi lebih lanjut dibandingkan dengan indikator lain yang skornya lebih tinggi.

Secara keseluruhan, hasil ini dengan jelas menunjukkan bahwa nasabah merasa sangat puas dengan produk dan layanan yang diberikan, mencerminkan keberhasilan dalam memenuhi dan melampaui harapan mereka.

3. Analisis Deskriptif

Bagian ini menyajikan statistik deskriptif untuk variabel-variabel yang termasuk dalam penelitian: Kompetensi Karyawan, Inovasi Layanan, dan Kepuasan Nasabah. Statistik deskriptif memberikan ringkasan fitur dasar data dalam sebuah penelitian. Statistik ini membantu kita memahami distribusi data dan mengidentifikasi potensi pencilan (outliers).

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kompetensi Karyawan	71	34	49	41.82	3.445
Inovasi Layanan	71	38	48	42.39	2.339
Kepuasan Nasabah	71	38	49	44.77	2.695
Valid N (listwise)	71				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Analisis deskriptif yang disajikan dalam Tabel 4.6 memberikan gambaran awal mengenai karakteristik data untuk variabel Kompetensi Karyawan, Inovasi Layanan, dan Kepuasan Nasabah. Seluruh variabel ini memiliki 71 responden valid (N=71), menunjukkan kelengkapan data dari setiap peserta penelitian. Untuk Kompetensi Karyawan, skor berkisar antara 34 (minimum) hingga 49 (maximum), dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 41,82. Standar deviasi (Std. Deviation) sebesar 3,445 menunjukkan bahwa skor kompetensi karyawan cukup bervariasi di sekitar rata-ratanya. Selanjutnya, variabel Inovasi Layanan menunjukkan skor dari 38 (minimum) hingga 48 (maximum), dengan rata-rata 42,39. Standar deviasi 2,339 mengindikasikan bahwa skor inovasi layanan cenderung lebih terkonsentrasi atau kurang menyebar dibandingkan kompetensi karyawan. Terakhir, Kepuasan Nasabah memiliki rentang skor dari 38 (minimum) hingga 49 (maximum), dengan rata-rata tertinggi sebesar 44,77. Standar deviasi 2,695 untuk kepuasan nasabah menunjukkan sebaran skor yang moderat, sedikit lebih tinggi dari inovasi layanan namun lebih rendah dari kompetensi karyawan. Secara keseluruhan, analisis deskriptif ini memberikan pemahaman dasar tentang kecenderungan sentral dan penyebaran data untuk ketiga variabel, yang menjadi fondasi penting sebelum dilakukan analisis statistik inferensial lebih lanjut.

4. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner atau instrumen penelitian yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, validitas menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur dapat menghasilkan data yang akurat dan relevan dengan konsep yang sedang diteliti. Jika suatu instrumen tidak valid, maka hasil penelitian yang diperoleh bisa menjadi tidak representatif atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, uji validitas merupakan prasyarat mutlak untuk menjamin kualitas dan kredibilitas temuan penelitian.

a. Kompetensi Karyawan (X1)

Tabel 4.8 Uji Validitas Kompetensi Karyawan

No.	Item Pernyataan (X1)	R Hitung	R Tabel (df=N-2) Taraf signifikan	Keterangan
1	X1.1	0,549	0,233	Valid
2	X1.2	0,690	0,233	Valid
3	X1.3	0,500	0,233	Valid
4	X1.4	0,444	0,233	Valid
5	X1.5	0,530	0,233	Valid
6	X1.6	0,585	0,233	Valid
7	X1.7	0,557	0,233	Valid
8	X1.8	0,557	0,233	Valid
9	X1.9	0,543	0,233	Valid
10	X1.10	0,680	0,233	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Berdasarkan Tabel 4.8, semua item pernyataan untuk variabel Kompetensi Karyawan (X1) dinyatakan Valid. Hal ini karena nilai R Hitung pada setiap item pernyataan (X1.1 hingga X1.10) lebih besar dari nilai R Tabel (0,233). Ini menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner ini secara akurat mengukur aspek kompetensi karyawan yang dimaksud.

b. Inovasi Layanan (X2)

Tabel 4.9 Uji Validitas Inovasi Layanan

No.	Item Pernyataan (X1)	R Hitung	R Tabel (df=N-2) Taraf signifikan	Keterangan
1	X2.1	0,405	0,233	Valid
2	X2.2	0,454	0,233	Valid
3	X2.3	0,233	0,233	Valid
4	X2.4	0,485	0,233	Valid
5	X2.5	0,578	0,233	Valid
6	X2.6	0,517	0,233	Valid
7	X2.7	0,369	0,233	Valid
8	X2.8	0,650	0,233	Valid
9	X2.9	0,587	0,233	Valid
10	X2.10	0,532	0,233	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Inovasi Layanan (X2) juga dinyatakan Valid. Meskipun X2.3 memiliki nilai R Hitung yang sama persis dengan R Tabel (0,233), secara umum kriteria $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ tetap terpenuhi. Hal ini mengonfirmasi bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner inovasi layanan telah berhasil mengukur konsep inovasi layanan secara akurat.

c. Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.10 Uji Validitas Kepuasan Nasabah

No.	Item Pernyataan (X1)	R Hitung	R Tabel (df=N-2) Taraf signifikan	Keterangan
1	Y.1	0,551	0,233	Valid
2	Y.2	0,393	0,233	Valid
3	Y.3	0,401	0,233	Valid
4	Y.4	0,503	0,233	Valid
5	Y.5	0,236	0,233	Valid
6	Y.6	0,506	0,233	Valid
7	Y.7	0,544	0,233	Valid
8	Y.8	0,440	0,233	Valid
9	Y.9	0,550	0,233	Valid
10	Y.10	0,704	0,233	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Dari Tabel 4.10, semua item pernyataan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) juga dinyatakan Valid. Nilai R Hitung untuk setiap item (Y.1 hingga Y.10) secara konsisten lebih besar dari R Tabel (0,233). Ini menegaskan bahwa setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini adalah alat ukur yang tepat untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas untuk ketiga variabel (Kompetensi Karyawan, Inovasi Layanan, dan Kepuasan Nasabah) menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang akurat.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas instrumen penelitian, yaitu apakah kuesioner akan memberikan hasil yang sama jika pengukuran diulang. Metode yang umum digunakan adalah Cronbach's Alpha. Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari standar reliabel yang ditetapkan. Dalam konteks penelitian ini, standar reliabel yang digunakan adalah 0,60.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai	Standar	Keterangan
	Cronbach Alpha	Reliabel	
Kompetensi Karyawan	0,761	0,60	Reliabel
Inovasi Layanan	0,633	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,638	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Berdasarkan Tabel 4.11, berikut adalah penjelasan hasil uji reliabilitas untuk setiap variabel:

1. Kompetensi Karyawan: Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kompetensi Karyawan adalah 0,761. Karena nilai ini lebih besar dari standar reliabel 0,60 ($0,761 > 0,60$), maka instrumen pengukuran untuk variabel Kompetensi Karyawan dinyatakan Reliabel. Ini berarti kuesioner yang digunakan untuk mengukur kompetensi karyawan memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan.
2. Inovasi Layanan: Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Inovasi Layanan adalah 0,633. Nilai ini juga lebih besar dari standar reliabel 0,60 ($0,633 > 0,60$). Oleh karena itu, instrumen pengukuran untuk variabel Inovasi Layanan dinyatakan Reliabel. Ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner inovasi layanan konsisten dalam mengukur konsep tersebut.
3. Kepuasan Nasabah: Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kepuasan Nasabah adalah 0,638. Sama seperti variabel lainnya, nilai ini lebih besar dari standar reliabel 0,60 ($0,638 > 0,60$). Dengan demikian, instrumen pengukuran untuk variabel Kepuasan Nasabah juga dinyatakan Reliabel. Ini mengindikasikan bahwa kuesioner kepuasan nasabah memiliki stabilitas dan konsistensi yang baik.

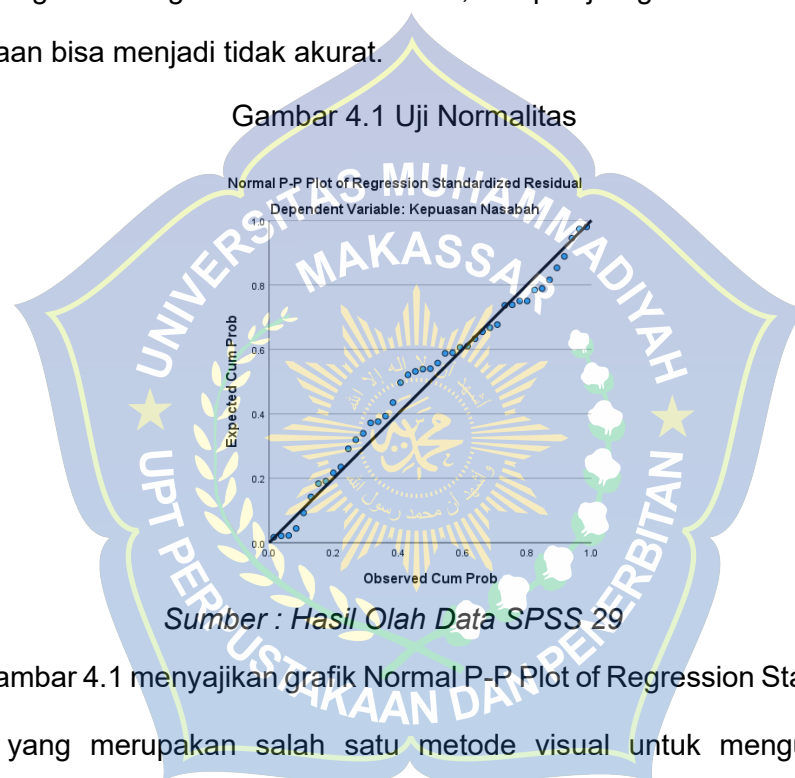
Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua instrumen (kuesioner) yang digunakan untuk mengukur variabel Kompetensi Karyawan, Inovasi Layanan, dan Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini adalah reliabel. Ini berarti data yang dikumpulkan dari kuesioner tersebut konsisten dan dapat dipercaya untuk analisis lebih lanjut.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah data residual (galat) dalam model regresi terdistribusi secara normal. Asumsi normalitas penting karena berkaitan dengan validitas inferensi statistik, seperti penentuan interval kepercayaan dan uji hipotesis. Jika residual tidak terdistribusi normal, estimasi koefisien regresi mungkin masih tidak bias, tetapi uji signifikansi dan interval kepercayaan bisa menjadi tidak akurat.

Gambar 4.1 Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

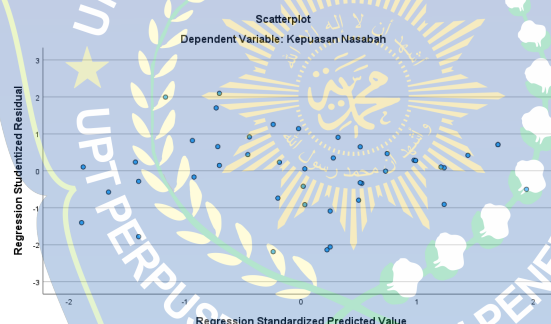
Gambar 4.1 menyajikan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual yang merupakan salah satu metode visual untuk menguji asumsi normalitas residual dalam analisis regresi. Dalam plot ini, sumbu horizontal (Observed Cum Prob) merepresentasikan probabilitas kumulatif yang diamati dari residual terstandarisasi, sementara sumbu vertikal (Expected Cum Prob) menunjukkan probabilitas kumulatif yang diharapkan apabila residual terdistribusi secara normal. Garis diagonal lurus pada grafik berfungsi sebagai garis acuan untuk distribusi normal. Berdasarkan observasi, titik-titik data (lingkaran biru) terlihat menyebar di sekitar dan cenderung mengikuti garis diagonal tersebut. Pola penyebaran ini mengindikasikan bahwa residual dari model regresi telah

terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, yang menjadi salah satu prasyarat penting untuk validitas hasil analisis regresi linier berganda selanjutnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada setiap pengamatan. Asumsi homoskedastisitas (variens residual yang konstan) adalah kondisi ideal. Jika terjadi heteroskedastisitas, artinya varians residual cenderung berbeda pada tingkat variabel independen yang berbeda. Hal ini dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak efisien, meskipun masih tidak bias.

Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Dari Gambar 4.2, dapat diamati bahwa titik-titik data menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu seperti corong, bergelombang, atau melebar kemudian menyempit. Sebaran titik-titik tersebut terlihat menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa menunjukkan kecenderungan yang jelas untuk membesar atau mengecil seiring peningkatan nilai prediksi. Pola penyebaran yang acak ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas, yaitu varians residual yang konstan, telah terpenuhi. Hal ini

penting untuk memastikan bahwa estimasi koefisien regresi yang dihasilkan adalah efisien dan dapat diandalkan.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linier yang tinggi atau sempurna antarvariabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan beberapa masalah, seperti standar *error* koefisien regresi menjadi besar, sehingga sulit untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah. Selain itu, tanda koefisien regresi bisa menjadi tidak sesuai dengan teori, dan model menjadi tidak stabil jika ada sedikit perubahan data.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kompetensi Karyawan	.848	1.179
	Inovasi Layanan	.848	1.179

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Tabel 4.12 menyajikan hasil uji multikolinearitas yang krusial untuk memastikan tidak adanya hubungan linier yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi, yang dapat mengganggu keandalan estimasi koefisien. Uji ini dilakukan dengan memeriksa nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria umum yang digunakan adalah nilai Tolerance harus lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF harus kurang dari 10. Berdasarkan hasil olah data SPSS 29, dapat dilihat bahwa untuk variabel Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan, kedua variabel tersebut memiliki nilai Tolerance sebesar 0,848 dan nilai VIF sebesar 1,179. Karena nilai Tolerance (0,848) lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF (1,179) kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah

multikolinearitas dalam model regresi ini. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen tidak saling berkorelasi secara signifikan, sehingga model regresi layak untuk digunakan dan estimasi koefisiennya dapat diandalkan.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini merupakan metode statistik yang digunakan untuk meneliti dan menguji pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana perubahan pada variabel independen dapat memprediksi atau menjelaskan variasi pada variabel dependen, serta untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antarvariabel tersebut.

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.201	5.395		1.706
	Kompetensi Karyawan	.398	.132	.405	3.010
	Inovasi Layanan	.376	.149	.339	2.519

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Tentu, berikut adalah keterangan dalam bentuk paragraf untuk Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linear Berganda:

Tabel 4.13 menyajikan hasil analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah.

Dari tabel tersebut, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,201 + 0,398X_1 + 0,376X_2$$

Di mana:

- Y = Kepuasan Nasabah
- X_1 = Kompetensi Karyawan
- X_2 = Inovasi Layanan
- 9,201 = Konstanta (nilai Kepuasan Nasabah ketika Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan bernilai nol)

Berdasarkan hasil Uji T (parsial):

- Untuk variabel Kompetensi Karyawan (X_1), diperoleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,398 dengan nilai Sig. sebesar 0,005. Karena nilai Sig. (0,005) lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kompetensi Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Artinya, peningkatan kompetensi karyawan akan cenderung meningkatkan kepuasan nasabah.
- Untuk variabel Inovasi Layanan (X_2), diperoleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,376 dengan nilai Sig. sebesar 0,016. Karena nilai Sig. (0,016) juga lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Ini berarti, peningkatan inovasi layanan akan cenderung meningkatkan kepuasan nasabah.

Nilai Standardized Coefficients Beta juga menunjukkan kontribusi relatif masing-masing variabel independen. Kompetensi Karyawan memiliki nilai Beta 0,405, sedangkan Inovasi Layanan memiliki nilai Beta 0,339. Ini menunjukkan bahwa secara relatif, Kompetensi Karyawan memberikan pengaruh yang sedikit lebih besar terhadap Kepuasan Nasabah dibandingkan Inovasi Layanan dalam model ini. Konstanta memiliki nilai Sig. 0,096, yang berarti tidak signifikan secara statistik pada α 0,05.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji T, atau yang juga dikenal sebagai uji parsial, digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Uji ini membantu kita melihat kontribusi spesifik dari masing-masing prediktor terhadap model regresi.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.201	5.395		1.706	.096
	Kompetensi Karyawan	.398	.132	.405	3.010	.005
	Inovasi Layanan	.376	.149	.339	2.519	.016

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Tabel 4.14 menyajikan hasil Uji T (Uji Parsial) yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah dalam model regresi. Pengambilan keputusan didasarkan pada perbandingan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat alpha 0,05. Dari hasil yang disajikan, terlihat bahwa untuk variabel Kompetensi Karyawan, nilai Sig. adalah 0,005. Karena nilai 0,005 lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa Kompetensi Karyawan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Demikian pula, untuk variabel Inovasi Layanan, nilai Sig. yang diperoleh adalah 0,016. Nilai ini juga lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa Inovasi Layanan secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hasil Uji T ini mengonfirmasi

bahwa baik peningkatan kompetensi karyawan maupun inovasi dalam layanan, masing-masing secara individual, memiliki kontribusi yang berarti dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F, atau uji simultan, digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini memberikan gambaran umum tentang kemampuan prediktif keseluruhan dari model regresi.

Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.250	2	55.125	12.556	<,001 ^b
	Residual	175.610	40	4.390		
	Total	285.860	42			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Inovasi Layanan, Kompetensi Karyawan						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Tabel 4.15 menyajikan hasil Uji Simultan (Uji F), yang digunakan untuk mengevaluasi apakah semua variabel independen dalam model regresi, yaitu Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan, secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah. Uji ini memberikan gambaran tentang kelayakan model regresi secara keseluruhan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam Uji F adalah dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi (alpha) 0,05, atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 12,556 dengan nilai Sig. sebesar < 0,001 (yang berarti kurang dari 0,001). Karena nilai Sig. (0,001)

jauh lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil ini menegaskan bahwa model regresi yang dibentuk layak untuk digunakan dan bahwa kedua variabel independen secara kolektif memberikan kontribusi yang signifikan dalam memprediksi atau menjelaskan tingkat kepuasan nasabah.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai ini memberikan indikasi tentang kekuatan penjelasan model secara keseluruhan.

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.386	.355	2.095
a. Predictors: (Constant), Inovasi Layanan, Kompetensi Karyawan				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 29

Tabel 4.16 menyajikan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang merupakan indikator penting dalam analisis regresi untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi pada variabel-variabel independen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1.

Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai R Square (Koefisien Determinasi) adalah 0,386. Nilai ini berarti bahwa 38,6% variasi dalam variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan secara bersama-sama.

Sementara itu, nilai Adjusted R Square (R Square yang Disesuaikan) adalah 0,355. Adjusted R² lebih disarankan untuk digunakan, terutama pada model regresi dengan lebih dari satu variabel independen atau ketika membandingkan beberapa model, karena nilai ini telah disesuaikan untuk jumlah variabel independen dan ukuran sampel. Dengan nilai Adjusted R² sebesar 0,355, ini mengindikasikan bahwa 35,5% variasi dalam Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh model regresi setelah mempertimbangkan penyesuaian.

Sisanya, yaitu sebesar $(1-0,355) \times 100\% = 64,5\%$ variasi Kepuasan Nasabah, dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini atau oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Secara keseluruhan, nilai R² ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun memiliki kemampuan moderat dalam menjelaskan variasi pada Kepuasan Nasabah.

C. Analisis Interpretasi Data (Pembahasan)

Penelitian ini mengkaji pengaruh kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto.

1. Kompetensi Karyawan (X1)

Kompetensi karyawan didefinisikan sebagai kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dimiliki karyawan dalam melaksanakan tugasnya secara efektif dan efisien. Dimensi kompetensi meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap.

Pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompetensi karyawan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi kompetensi yang dimiliki oleh karyawan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Karyawan yang kompeten dapat memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, dan solutif, yang pada akhirnya meningkatkan persepsi kualitas dari pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian oleh Anisa, Alrasyid, & Taqwiem (2024) yang menemukan bahwa faktor-faktor internal seperti kompetensi karyawan sangat memengaruhi kepuasan nasabah di sektor perbankan, dan juga didukung oleh riset dari Pratama & Hapsari (2020) yang mengindikasikan bahwa kualitas interaksi dengan staf yang kompeten dapat membangun loyalitas pelanggan.

2. Inovasi Layanan (X2)

Inovasi layanan adalah proses sistematis dalam menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide, metode, teknologi, atau pendekatan baru dalam penyediaan jasa untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, daya saing, dan kepuasan pelanggan. Inovasi layanan mencakup inovasi produk, pemanfaatan teknologi, dan perbaikan proses.

Pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan dalam layanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Inovasi layanan berkontribusi pada peningkatan efisiensi, kecepatan, responsivitas, dan kenyamanan interaksi dengan bank, yang semuanya mengurangi keluhan dan mempercepat transaksi, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah. Studi terbaru oleh Dewi & Arifin (2021) secara spesifik menunjukkan pengaruh inovasi pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa keuangan.

Selain itu, Hurmelinna-Laukkanen, Ritala, & Pihlajamaa (2022) serta Lusch & Nambisan (2020) menguatkan argumen bahwa kemampuan inovasi organisasi dan perspektif *service-dominant logic* dalam inovasi layanan merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Nugroho (2022) juga menegaskan bahwa inovasi seperti *digital banking* dan layanan *mobile* sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya. Indikator kepuasan nasabah meliputi pemenuhan harapan, loyalitas, dan umpan balik dari nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, emosional, biaya, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen. Konsep kepuasan nasabah ini terus dikembangkan dalam penelitian, seperti yang digambarkan oleh Rahmawati (2022) yang menekankan perlunya organisasi jasa untuk terus berinovasi dalam meningkatkan nilai fungsional dan emosional, serta Hasanah & Suryanto (2020) yang menyoroti dampak digitalisasi pada ekspektasi dan kepuasan nasabah.

Pengaruh Simultan Kedua variabel bebas (kompetensi karyawan dan inovasi layanan) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menemukan bahwa 35,5% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kompetensi karyawan dan inovasi layanan, sedangkan sisanya (64,5%) dijelaskan oleh

variabel lain di luar model penelitian atau faktor-faktor yang tidak diteliti. Ini konsisten dengan pandangan umum dalam literatur manajemen bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari berbagai faktor yang saling berinteraksi, sebagaimana disimpulkan juga dalam berbagai penelitian multidimensional.

Penelitian ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain penggunaan variabel-variabel yang sangat relevan dan krusial dalam konteks industri jasa, yaitu kompetensi karyawan, inovasi layanan, dan kepuasan nasabah, yang menjadi faktor penting bagi kinerja bisnis. Fokus penelitian yang spesifik pada satu entitas, yaitu PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto, memungkinkan analisis yang mendalam dan menghasilkan temuan yang lebih terperinci serta aplikatif untuk perusahaan tersebut. Selain itu, penelitian ini didukung oleh landasan teoritis yang kuat, dengan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang komprehensif, termasuk studi-studi terbaru hingga tahun 2024, menunjukkan bahwa penelitian ini berpijak pada perkembangan ilmu pengetahuan terkini. Pendekatan kuantitatif yang digunakan, dengan pengukuran pengaruh variabel secara terukur (misalnya, 35,5% variasi), juga menyediakan bukti empiris yang konkret mengenai hubungan antarvariabel.

Meskipun memiliki kelebihan, penelitian ini juga memiliki beberapa kekurangan. Salah satunya adalah keterbatasan generalisasi; karena hanya dilakukan pada satu perusahaan di satu kabupaten, hasil temuan mungkin sulit digeneralisasi atau diterapkan pada perusahaan lain atau di wilayah yang berbeda tanpa penelitian lebih lanjut. Kekurangan lainnya

adalah adanya variabel yang tidak dijelaskan secara signifikan; meskipun dua variabel independen memiliki pengaruh, 64,5% variasi dalam kepuasan nasabah tidak dapat dijelaskan oleh model penelitian ini, menunjukkan bahwa ada faktor-faktor penting lain yang belum dimasukkan dalam lingkup studi. Selain itu, dari cuplikan dokumen yang tersedia, detail metodologi penelitian seperti ukuran sampel, teknik pengumpulan data spesifik, dan instrumen analisis statistik yang digunakan tidak dijelaskan secara lengkap, sehingga sulit untuk menilai sepenuhnya kekokohan pelaksanaannya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kompetensi karyawan dan inovasi layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto, dapat disimpulkan beberapa poin utama:

1. Pengaruh Kompetensi Karyawan: Kompetensi karyawan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap positif yang dimiliki karyawan, semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah terhadap layanan yang mereka terima.
2. Pengaruh Inovasi Layanan: Inovasi layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini mengindikasikan bahwa semakin sering dan relevan inovasi dalam produk, pemanfaatan teknologi, dan perbaikan proses layanan diterapkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.
3. Pengaruh Simultan: Secara bersama-sama, kompetensi karyawan dan inovasi layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kedua variabel ini dapat menjelaskan sebesar 35,5% dari variasi dalam kepuasan nasabah. Sisa 64,5% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, menunjukkan bahwa ada variabel lain yang juga penting dalam memengaruhi kepuasan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi PT. Mas Agung Sejahtera:

- Peningkatan Kompetensi Karyawan: Perusahaan disarankan untuk terus berinvestasi dalam pengembangan kompetensi karyawan melalui program pelatihan berkelanjutan, lokakarya, dan evaluasi kinerja rutin. Fokus pada peningkatan pengetahuan produk, keterampilan komunikasi, dan sikap pelayanan yang responsif akan secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah.
- Dorongan Inovasi Layanan: PT. Mas Agung Sejahtera perlu terus aktif dalam mengidentifikasi dan menerapkan inovasi-inovasi baru dalam layanan mereka. Ini bisa mencakup pemanfaatan teknologi terkini untuk efisiensi, pengembangan produk atau layanan baru yang relevan dengan kebutuhan nasabah, serta perbaikan berkelanjutan pada proses layanan untuk menciptakan pengalaman nasabah yang lebih baik.
- Penelitian Faktor Lain: Mengingat bahwa 64,5% variasi kepuasan nasabah tidak dijelaskan dalam model ini, perusahaan disarankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kualitas produk, harga, citra perusahaan, atau faktor emosional, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya:

- Disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain di luar kompetensi karyawan dan inovasi layanan yang secara teoritis atau empiris relevan dalam memengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini akan memperkaya model penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.
- Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan atau sektor industri yang berbeda, atau di wilayah geografis lain, untuk menguji generalisasi temuan ini dan melihat apakah hubungan antarvariabel tetap konsisten dalam konteks yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, M. N., Alrasyid, H., & Taqwiem, A. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bsi Kcp Malang Singosari 1). *Warta Ekonomi*, 7(1), 244–257.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi, N. A., & Arifin, Z. (2021). Pengaruh Inovasi Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 101–114.
- Ghozali, Imam. 2012 “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS”, 20 Edisi Keenam, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hurmelinna-Laukkanen, P., Ritala, P., & Pihlajamaa, M. (2022). Organizational innovation capabilities and customer value in dynamic environments. *Journal of Business Research*, 145, 611–620. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.048>
- Kevin Simo, C. W. U. & M. O. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Kalendra Sejahtera Tour & Travel*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson
- Laiyinah, E. N. (2022). *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Di BMT An-Nuur Jombang)*. 1–23.
- Lusiana, Salamun Pasda, Mustari, Muh. Ihsan Said, M. H. (2020). *Pengaruh Reability, Responsivencess, Assurance, Empathy dan Tangible*.
- Lusch, R. F., & Nambisan, S. (2020). *Service Innovation: A Service-Dominant Logic Perspective*. *MIS Quarterly*, 39(1), 155–175.
- Meliana, A. A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan di bank safir kota bengkulu. *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*, 1–98. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/280/1/AyuAzhariMeliana.pdf>
- Nurlatifa. (2020). *Analisis Pengaruh Informasi Gadai Emas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpng Kabupaten Aceh Tamiang*.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pembangunan Organisasi*.
- Putra, R.M. (2022). *Manajemen Inovasi Layanan Perbankan Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Putra, R., & Dewi, N. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45–53.
- Rafikasari, E. F. (2021). *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis : Analisis Deskriptif dan Inferensial*. www.akademiapustaka.com
- Rahmawati, D. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Urnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 13(1), 90–102.
- Rahardjo, S. (2019). "Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 133–142.
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 13(1), 90–102.
- Siti Marwah Ritonga. (2019). *Pengaruh Tangible, Realibity, Responsivencess, Assurance, Empaty Terhadap Kepasan Nasabah Pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan*.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Susanti, L., & Prihatin, E. (2020). "Analisis Kompetensi dan Pengaruhnya terhadap Kinerja." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supramono dan Utami, Intiyas (2004). *Desain Proposal Penelitian Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi Offset.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuda Herawati, Tetra Hidayanti, M. N. (2022). *Pengaruh Informasi gadai emas dan Kultas pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah di Bankaltimtara Syariah cabang Syariah Samarinda*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Nurfadillah Mansyur mahasiswa dari Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini sedang melakukan penelitian yang berfokus pada bidang SDM, judul penelitian mengenai **“Pengaruh Kompetensi Karyawan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera di Kabupaten Jeneponto”**

Demi tercapainya tujuan penelitian ini saya mengharapkan ketersediaan dari saudara/i sekalian untuk menjawab pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner ini dengan lengkap dan benar. Atas kesediaan Saudara/i sekalian dalam menjawab kuesioner ini, Syukron Jazakumullahu Khair.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu

A. Identitas Responden

Silahkan beri tanda check list (✓) pada jawaban yang paling tepat dan sesuai.

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Usia :

B. Pernyataan

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan

Keterangan :

- | | |
|-----------------------|-----------|
| a. Sangat Setuju (SS) | : 5 Point |
| b. Setuju (S) | : 4 Point |
| c. Netral (N) | : 3 Point |

d. Tidak Setuju (TS) : 2 Point

e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 Point

KOMPETENSI KARYAWAN (X1)

No.	Pernyataan	Kategori				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
Pengetahuan						
1	Karyawan memahami dengan baik produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.					
2	Karyawan memiliki pengetahuan teknis yang memadai dalam melayani nasabah.					
Keterampilan						
3	Karyawan mampu menyelesaikan permasalahan nasabah dengan cepat dan tepat.					
4	Karyawan terampil dalam menggunakan sistem atau teknologi pelayanan nasabah.					
Sikap						
5	Karyawan bersikap ramah dan sopan saat berinteraksi dengan nasabah.					
6	Karyawan menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah.					

INOVASI LAYANAN (X2)

No.	Pernyataan	Kategori				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
Inovasi Layanan						
1	Perusahaan secara rutin menghadirkan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan nasabah.					
2	Layanan yang diberikan berbeda dan lebih unggul dibandingkan perusahaan lain.					
Pemanfaatan Teknologi						
3	Perusahaan menggunakan teknologi terkini dalam memberikan layanan kepada nasabah.					
4	Penggunaan teknologi mempermudah saya dalam mengakses informasi dan layanan.					
Perbaikan Proses						
5	Proses pelayanan mengalami perbaikan dari waktu ke waktu.					
6	Layanan kini lebih cepat dan tidak berbelit-belit dibanding sebelumnya.					

KEPUASAN NASABAH (Y)

No.	Pernyataan	Kategori				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
Pemenuhan Harapan						
1	Layanan dan produk yang saya terima sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
2	Kualitas produk/layanan yang diberikan melebihi ekspektasi saya.					
Loyalitas						
3	Saya akan memilih produk/layanan ini kembali meskipun ada pilihan lain.					
4	Saya cenderung akan terus menggunakan produk/layanan ini di masa depan.					
Umpan Balik						
5	Saya merasa mudah untuk menyampaikan kritik atau saran terkait produk/layanan ini.					
6	Saya merasa bahwa umpan balik yang saya berikan dihargai dan dipertimbangkan.					

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUESIONER

KOMPETENSI KARYAWAN (X1)										TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	42
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	40
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	42
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	38
5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	44
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	44
4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	46
5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	42
5	4	3	4	3	4	5	4	4	3	39
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	44
4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	40
3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	38
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	46
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
3	4	5	4	5	4	4	5	3	5	42
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	44
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	38
4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	44
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	44
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45

4	5	3	4	5	4	5	4	4	3	41
5	4	3	5	4	4	5	4	3	5	42
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	46
3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	38
4	3	4	3	4	4	3	4	5	5	39
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	34
4	4	3	4	3	3	3	4	5	4	37
4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	38
4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	40
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	36

5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	44
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	44
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	43
5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	41
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41

KEPUASAN NASABAH (Y)										TOTAL
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	46
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	44
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	44
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	44
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	42
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	44
4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	42
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	44
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	45
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	39
4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	46
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44

4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	42
3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	40
5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	44
4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	40
4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	44
5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	47
4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	43
4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	40
4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	45
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	43
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	46
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45
4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	38

LAMPIRAN 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN DAN DISTRIBUSI FREKUENSI

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	33	46.5	46.5	46.5
	Perempuan	38	53.5	53.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	8	11.3	11.3	11.3
	20-29 tahun	42	59.2	59.2	70.4
	29-30 tahun	13	18.3	18.3	88.7
	30-39 tahun	6	8.5	8.5	97.2
	>40 tahun	2	2.8	2.8	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	30	42.3	42.3	42.3
	Wiraswasta	21	29.6	29.6	71.8
	Karyawan	14	19.7	19.7	91.5
	PNS	6	8.5	8.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

2. Distribusi Frekuensi

a. Kompetensi Karyawan (X1)

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5.6	5.6	5.6
	Setuju	45	63.4	63.4	69.0
	Sangat Setuju	22	31.0	31.0	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	12.7	12.7	12.7
	Setuju	41	57.7	57.7	70.4
	Sangat Setuju	21	29.6	29.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	11.3	11.3	11.3
	Setuju	42	59.2	59.2	70.4
	Sangat Setuju	21	29.6	29.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	12.7	12.7	12.7
	Setuju	40	56.3	56.3	69.0
	Sangat Setuju	22	31.0	31.0	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5.6	5.6	5.6
	Setuju	47	66.2	66.2	71.8
	Sangat Setuju	20	28.2	28.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	12.7	12.7	12.7
	Setuju	45	63.4	63.4	76.1
	Sangat Setuju	17	23.9	23.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	15.5	15.5	15.5
	Setuju	43	60.6	60.6	76.1
	Sangat Setuju	17	23.9	23.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	8.5	8.5	8.5
	Setuju	48	67.6	67.6	76.1
	Sangat Setuju	17	23.9	23.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	12.7	12.7	12.7
	Setuju	39	54.9	54.9	67.6
	Sangat Setuju	23	32.4	32.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	10	14.1	14.1	14.1
	Setuju	33	46.5	46.5	60.6
	Sangat Setuju	28	39.4	39.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

b. Inovasi Layanan (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	58	81.7	81.7	83.1
	Sangat Setuju	12	16.9	16.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	53	74.6	74.6	76.1
	Sangat Setuju	17	23.9	23.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	51	71.8	71.8	73.2
	Sangat Setuju	19	26.8	26.8	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	47	66.2	66.2	67.6
	Sangat Setuju	23	32.4	32.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.8	2.8	2.8
	Setuju	55	77.5	77.5	80.3
	Sangat Setuju	14	19.7	19.7	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.8	2.8	2.8
	Setuju	53	74.6	74.6	77.5
	Sangat Setuju	16	22.5	22.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	45	63.4	63.4	64.8
	Sangat Setuju	25	35.2	35.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	4.2	4.2	4.2
	Setuju	52	73.2	73.2	77.5
	Sangat Setuju	16	22.5	22.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5.6	5.6	5.6
	Setuju	41	57.7	57.7	63.4
	Sangat Setuju	26	36.6	36.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	4.2	4.2	4.2
	Setuju	47	66.2	66.2	70.4
	Sangat Setuju	21	29.6	29.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

c. Kepuasan Nasabah (Y)

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.8	2.8	2.8
	Setuju	43	60.6	60.6	63.4
	Sangat Setuju	26	36.6	36.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5.6	5.6	5.6
	Setuju	38	53.5	53.5	59.2
	Sangat Setuju	29	40.8	40.8	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	4.2	4.2	4.2
	Setuju	38	53.5	53.5	57.7
	Sangat Setuju	30	42.3	42.3	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	32	45.1	45.1	46.5
	Sangat Setuju	38	53.5	53.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	31	43.7	43.7	45.1
	Sangat Setuju	39	54.9	54.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	31	43.7	43.7	45.1
	Sangat Setuju	39	54.9	54.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5.6	5.6	5.6
	Setuju	33	46.5	46.5	52.1
	Sangat Setuju	34	47.9	47.9	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.4	1.4	1.4
	Setuju	27	38.0	38.0	39.4
	Sangat Setuju	43	60.6	60.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.8	2.8	2.8
	Setuju	22	31.0	31.0	33.8
	Sangat Setuju	47	66.2	66.2	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

Y.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5.6	5.6	5.6
	Setuju	30	42.3	42.3	47.9
	Sangat Setuju	37	52.1	52.1	100.0
	Total	71	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4 ANALISIS DESKRIPTIF & UJI INSTRUMEN PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kompetensi Karyawan	71	34	49	41.82	3.445
Inovasi Layanan	71	38	48	42.39	2.339
Kepuasan Nasabah	71	38	49	44.77	2.695
Valid N (listwise)	71				

2. Uji Validitas

a. Kompetensi Karyawan (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.366**	.029	.230	.093	.214	.308**	.197	.218	.465**	.549**
	Sig. (2-tailed)		.002	.807	.053	.441	.073	.009	.099	.068	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.2	Pearson Correlation	.366**	1	.213	.240	.431**	.364**	.288*	.334**	.337**	.326**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.002		.075	.043	<.001	.002	.015	.004	.004	.006	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.3	Pearson Correlation	.029	.213	1	.022	.261*	.253*	.107	.335**	.302*	.292*	.500**
	Sig. (2-tailed)	.807	.075		.853	.028	.033	.373	.004	.010	.014	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.4	Pearson Correlation	.230	.240	.022	1	.086	.132	.282*	.040	.257*	.152	.444**
	Sig. (2-tailed)	.053	.043	.853		.477	.273	.017	.741	.030	.206	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.5	Pearson Correlation	.093	.431**	.261*	.086	1	.230	.239*	.265*	.117	.342**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.441	<.001	.028	.477		.054	.045	.026	.333	.003	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.6	Pearson Correlation	.214	.364**	.253*	.132	.230	1	.241*	.336**	.200	.344**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.073	.002	.033	.273	.054		.043	.004	.094	.003	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.7	Pearson Correlation	.308**	.288*	.107	.282*	.239*	.241*	1	.334**	.099	.247*	.557**
	Sig. (2-tailed)	.009	.015	.373	.017	.045	.043		.004	.410	.038	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.8	Pearson Correlation	.197	.334**	.335**	.040	.265*	.336**	.334**	1	.113	.270*	.557**
	Sig. (2-tailed)	.099	.004	.004	.741	.026	.004	.004		.346	.023	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.9	Pearson Correlation	.218	.337**	.302*	.257*	.117	.200	.099	.113	1	.334**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.068	.004	.010	.030	.333	.094	.410	.346		.004	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X1.10	Pearson Correlation	.465**	.326**	.292*	.152	.342**	.344**	.247*	.270*	.334**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.006	.014	.206	.003	.003	.038	.023	.004		<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
TOTAL	Pearson Correlation	.549**	.690**	.500**	.444**	.530**	.585**	.557**	.557**	.543**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Inovasi Layanan (X2)

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.119	-.060	.258*	.011	.292*	-.051	.291*	.098	.149	.405**
	Sig. (2-tailed)		.322	.621	.030	.926	.013	.676	.014	.415	.214	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.2	Pearson Correlation	.119	1	-.004	.193	.162	.125	.037	.199	.167	.236*	.454**
	Sig. (2-tailed)	.322		.975	.106	.177	.301	.760	.097	.165	.048	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.3	Pearson Correlation	-.060	-.004	1	-.097	.133	.095	-.005	.044	.022	.025	.233
	Sig. (2-tailed)	.621	.975		.422	.268	.433	.966	.716	.853	.835	.051
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.4	Pearson Correlation	.258*	.193	-.097	1	.083	.165	.203	.294*	.159	.078	.485**
	Sig. (2-tailed)	.030	.106	.422		.493	.170	.089	.013	.184	.519	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.5	Pearson Correlation	.011	.162	.133	.083	1	.180	.186	.578**	.293*	.179	.578**
	Sig. (2-tailed)	.926	.177	.268	.493		.132	.120	<.001	.013	.134	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.6	Pearson Correlation	.292*	.125	.095	.165	.180	1	-.044	.216	.088	.433**	.517**
	Sig. (2-tailed)	.013	.301	.433	.170	.132		.713	.071	.463	<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.7	Pearson Correlation	-.051	.037	-.005	.203	.186	-.044	1	.035	.322**	-.005	.369**
	Sig. (2-tailed)	.676	.760	.966	.089	.120	.713		.771	.006	.970	.002
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.8	Pearson Correlation	.291*	.199	.044	.294*	.578**	.216	.035	1	.304**	.206	.650**
	Sig. (2-tailed)	.014	.097	.716	.013	<.001	.071	.771		.010	.085	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.9	Pearson Correlation	.098	.167	.022	.159	.293*	.088	.322**	.304**	1	.208	.587**
	Sig. (2-tailed)	.415	.165	.853	.184	.013	.463	.006	.010		.081	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
X2.10	Pearson Correlation	.149	.236*	.025	.078	.179	.433**	-.005	.206	.208	1	.532**
	Sig. (2-tailed)	.214	.048	.835	.519	.134	<.001	.970	.085	.081		<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
TOTAL	Pearson Correlation	.405**	.454**	.233	.485**	.578**	.517**	.369**	.650**	.587**	.532**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.051	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.071	.276*	.176	.210	.160	.172	.092	.237*	.303*	.551**
	Sig. (2-tailed)		.558	.020	.141	.079	.184	.152	.444	.046	.010	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.2	Pearson Correlation	.071	1	-.022	.228	.074	.074	.139	.196	.007	.096	.393**
	Sig. (2-tailed)	.558		.858	.056	.538	.538	.248	.102	.954	.428	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.3	Pearson Correlation	.276*	-.022	1	-.098	.026	.215	.275*	-.094	.087	.226	.401**
	Sig. (2-tailed)	.020	.858		.417	.830	.072	.020	.433	.468	.058	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.4	Pearson Correlation	.176	.228	-.098	1	-.041	.162	.106	.366**	.276*	.302*	.503**
	Sig. (2-tailed)	.141	.056	.417		.736	.176	.379	.002	.020	.010	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.5	Pearson Correlation	.210	.074	.026	-.041	1	-.017	.087	-.025	-.154	.015	.236*
	Sig. (2-tailed)	.079	.538	.830	.736		.887	.470	.838	.201	.901	.048
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.6	Pearson Correlation	.160	.074	.215	.162	-.017	1	.222	.130	.245*	.282*	.506**
	Sig. (2-tailed)	.184	.538	.072	.176	.887		.063	.280	.039	.017	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.7	Pearson Correlation	.172	.139	.275*	.106	.087	.222	1	.012	.219	.316**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.152	.248	.020	.379	.470	.063		.924	.067	.007	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.8	Pearson Correlation	.092	.196	-.094	.366**	-.025	.130	.012	1	.221	.292*	.440**
	Sig. (2-tailed)	.444	.102	.433	.002	.838	.280	.924		.064	.013	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.9	Pearson Correlation	.237*	.007	.087	.276*	-.154	.245*	.219	.221	1	.527**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.046	.954	.468	.020	.201	.039	.067	.064		<.001	<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
Y.10	Pearson Correlation	.303*	.096	.226	.302*	.015	.282*	.316**	.292*	.527**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.010	.428	.058	.010	.901	.017	.007	.013	<.001		<.001
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71
TOTAL	Pearson Correlation	.551**	.393**	.401**	.503**	.236*	.506**	.544**	.440**	.550**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.048	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Reliabilitas

a. Kompetensi Karyawan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	71	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	71	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	10

b. Inovasi Layanan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	71	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	71	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	10

c. Kepuasan Nasabah (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	71	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	71	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	10

LAMPIRAN 5 REGRESI LINEAR BERGANDA & UJI ASUMSI KLASIK

1. Analisis Regresi Linear Berganda

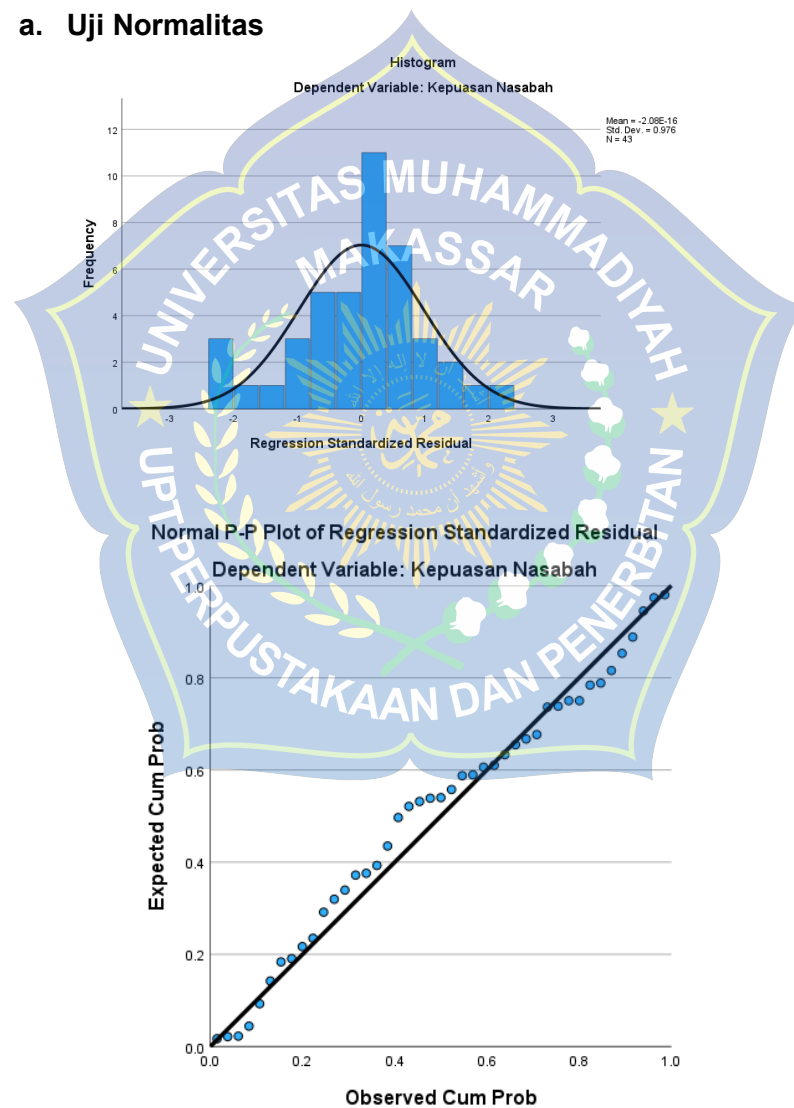
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.201	5.395		1.706	.096
	Kompetensi Karyawan	.398	.132	.405	3.010	.005
	Inovasi Layanan	.376	.149	.339	2.519	.016

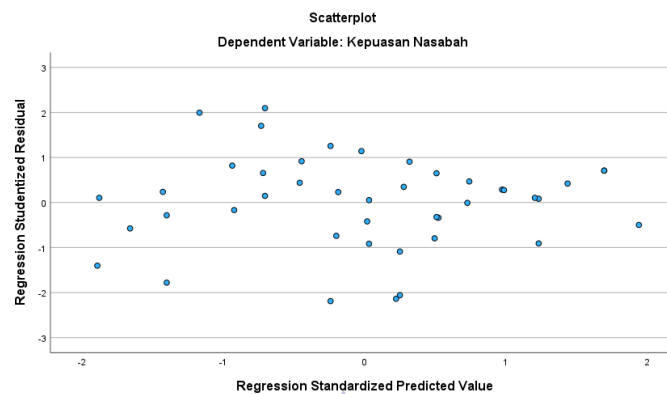
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



b. Uji Heteroskedasitas

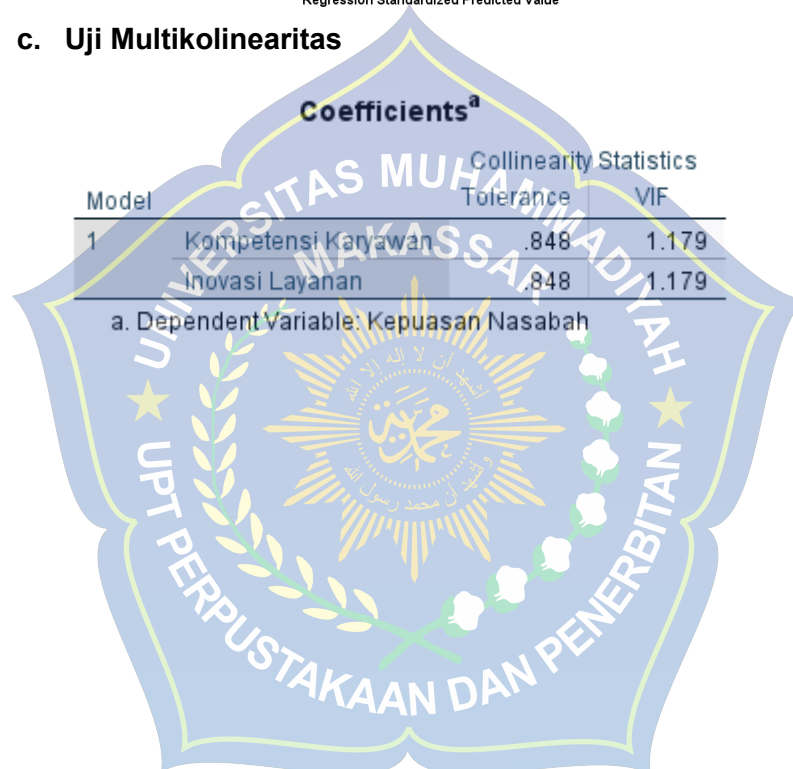


c. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kompetensi Karyawan	.848	1.179
	Inovasi Layanan	.848	1.179

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



LAMPIRAN 6 UJI HIPOTESIS

1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.201	5.395		1.706	.096
	Kompetensi Karyawan	.398	.132	.405	3.010	.005
	Inovasi Layanan	.376	.149	.339	2.519	.016

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

2. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.250	2	55.125	12.556	<.001 ^b
	Residual	175.610	40	4.390		
	Total	285.860	42			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Inovasi Layanan, Kompetensi Karyawan

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.386	.355	2.095

a. Predictors: (Constant), Inovasi Layanan, Kompetensi Karyawan

LAMPIRAN 7 TABEL R

Tabel r untuk df = 51-170

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903

67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678



DOKUMENTASI PENELITIAN





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 866972 Fax. (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail: lp3m@unismuh.ac.id



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 15/LP3M/05/C.4-VIII/VI/1446/2025
Lampiran : 1 (satu) rangkap proposal
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth:

GADAIMAS UNIT TOLO,

Tolo, Kec. Kelara, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan

di-

Jeneponto

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, nomor: 613 tanggal: 24 Juni 2025, menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut.

Nama : NURFADILAH MANSYUR
Nim : 105721111921
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Prodi : Manajemen

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan laporan tugas akhir Skripsi dengan judul:

"Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 04 Juli 2025 s/d 04 September 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan jazakumullahu khaeran katziraa.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khaerat.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Makassar

27 Zulhijjah 1446

24 Juni 2025

Ketua LP3M Unismuh Makassar,



Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
NBM. 112 7761

SURAT BALASAN PERMOHONAN IZIN PELAKSANAAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **IRSAN ARSYAD**

Jabatan : **KEPALA UNIT GADAI MAS TOLO'**

Menerangkan bahwa, Pada hari Jumat Tgl, 11 Juli 2025 Telah dilaksanakan Penelitian oleh sdr (i) :

Nama : **NURFADILAH MANSYUR**

Nim : **105721111921**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Prodi : **Manajemen**

Asal Kampus : **Universitas Muhammadiyah Makassar**

Melaksanakan proses survey/ Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Gadai Mas Unit Tolo'.

Demikian surat ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Tolo' 11 Juli 2025

IRSAN ARSYAD

KA UNIT GADAI MAS TOLO'



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra Lt. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI
ABSTRAK**

NAMA MAHASISWA		NURFADILAH MANSYUR		
NIM		105721111921		
PROGRAM STUDI		<u>Manajemen</u>		
JUDUL SKRIPSI		Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto		
NAMA PEMBIMBING 1		Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.		
NAMA PEMBIMBING 2		Dr. M Yusuf Alfian Rendra Anggoro, S.E., M.M.		
NAMA VALIDATOR		Sherry Adelia S.E, M.Mktg		
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	*Paraf
1	Abstrak	10 agustus 2025	Typo penulisan, Tolong dicek kembali, sebelum di print. Penulisan nama / tempat , awalan besar.	

**Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui*

Made with Xodo PDF Reader and Editor



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra Lt. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

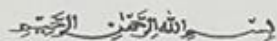
NAMA MAHASISWA	Nurfadilah Mansyur			
NIM	105721111921			
PROGRAM STUDI	Manajemen			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Mas Agung Sejahtera Di Kabupaten Jeneponto			
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.			
NAMA PEMBIMBING 2	Dr. Yusuf Alfian Rendra Anggoro, S.E., M.M.			
NAMA VALIDATOR	Andi Nur Achsanuddin UA, S.E., M.Sc			
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	01/08/25	SESUAI	
2	Sumber data (data sekunder)	01/08/25	SESUAI	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	01/08/25	SESUAI	
4	Hasil Statistik deskriptif	01/08/25	SESUAI	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	01/08/25	SESUAI	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	01/08/25	SESUAI	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	01/08/25	SESUAI	
8	Hasil interpretasi data	01/08/25	SESUAI	
9	Dokumentasi	01/08/25	SESUAI	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588



SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini;

Nama : Nurfadilah Mansyur
Nim : 105721111921
Program Studi : Manajemen
Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	5%	10 %
2	Bab 2	0 %	25 %
3	Bab 3	2 %	15 %
4	Bab 4	0 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 7 Agustus 2025
Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

(Signature)
NBM 864 591

BAB I Nurfadilah Mansyur

105721111921

by Tahap Tutup

Submission date: 06-Aug-2025 02:38PM (UTC+0700)
Submission ID: 2725983891
File name: BAB_I_19.docx (16.41K)
Word count: 858
Character count: 5908



BAB I Nurfadilah Mansyur 105721111921

ORIGINALITY REPORT

5%	5%	5%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source		3%
2	repository.trisakti.ac.id Internet Source		2%

Exclude quotes: On

Exclude bibliography: On

Exclude matches



BAB II Nurfadilah Mansyur

105721111921

by Tahap Tutup

Submission date: 06-Aug-2025 02:39PM (UTC+07:00)

Submission ID: 2725984095

File name: BAB_II_16.docx (67.36K)

Word count: 2742

Character count: 19397

BAB II Nurfadilah Mansyur 105721111921

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%



BAB III Nurfadilah Mansyur

105721111921

by Tahap Tutup



Submission date: 06-Aug-2025 02:41PM (UTC+0700)

Submission ID: 2725984537

File name: BAB_III_21.docx (34.83K)

Word count: 2021

Character count: 13439

BAB III Nurfadilah Mansyur 105721111921

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Makassar
Student Paper

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography

0%

Exclude matches

2%



BAB IV Nurfadilah Mansyur

105721111921

by Tahap Tutup

Submission date: 06-Aug-2025 02:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 2725985118

File name: BAB_IV_12.docx (504.9K)

Word count: 4275

Character count: 28201

Gedur
eb.un'

BAB IV Nurfadilah Mansyur 105721111921

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes ☒ On Exclude matches ☒ < 2%

Exclude bibliography ☒ On



BAB V Nurfadilah Mansyur

105721111921

by Tahap Tutup



Submission date: 06-Aug-2025 02:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 2725985232

File name: BAB_V_20.docx (14.94K)

Word count: 382

Character count: 2709

AS
ddi
E

BAB V Nurfadilah Mansyur 105721111921

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

turning

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

BIOGRAFI PENULIS



Nurfadilah Mansyur atau bisa di panggil Dhila lahir di Tompo Kelara pada tanggal 22 Juli 2003 dari pasangan suami istri Bapak H. Mansyur dan Ibu Hj. Sunarti. Peneliti adalah anak pertama dari 2 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres No. 190 Tompo Balang lulus tahun 2015, SMP Negeri 1 Kelara lulus tahun 2018, SMA Negeri 6 Jeneponto lulus tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.