ANALISIS KUALITAS JASA LAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG TELING

Oleh:
Valdo J. Umboh[1]
Silvya L. Mandey[2]

FakultasEkonomidanBisnis, JurusanManajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

email: [1]valdo_jeksen@yahoo.co.id
[2]silvyamandey@rocketmail.com

ABSTRAK

Kepuasan nasabah telah menjadi isu sangat penting, dan banyak perusahaan menginvestasikan sumber daya yang dimiliki dalam upaya untuk mempertahankan kepuasan nasabah dan terus berupaya untuk mencari informasi bagaimana cara meningkatkan kepuasan nasabah. Upaya membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan antara perusahaan dengan nasabah, maka kualitas layanan dapat digunakan sebagai strategi yang tepat untuk menciptakan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah. Kualitas layanan dalam industri jasa merupakan variabel penting. Penyampaian kualitas layanan prima akan menciptakan nilai tinggi, yang dapat menciptakan loyalitas nasabah. Melalui kualitas pelayanan yang diberikan perusahaaan maupun karyawan berdampak pada kepuasan nasabah yang menggadaikan barangnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dalam pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.Populasi dalam penelitian ini nasabah PT Pegadaian (persero) cabang Teling Manado danSampel yang digunakan adalah 255 respondendengan menggunakan pendekatan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*.Hasil penelitian menunjukan secara bersama kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sebaiknya manajemen perusahaan memperhatikan daya tanggap untuk dapat ditingkatkan nilainya, sehingga dapat mempengaruhi dan mengubah kepuasan nasabah yang menggadaikan barangnya.

Kata kunci: *kualitas layanan, kepuasan nasabah*

ABSTRACT

Customer satisfaction has become a very important issue , and many companies invest its resources in an effort to maintain customer satisfaction and continue to look for information on how to improve customer satisfaction . Efforts to build an ongoing business relationship between the company and the customer , the quality of service can be used as an appropriate strategy to create customer satisfaction and maintain customer loyalty . The quality of services in the service industry is an important variable . Delivery of excellent service quality to create high value , which can create customer loyalty . Through the quality of services provided firms and employees have an impact on customer satisfaction pawned goods . This study aims to determine the effect of service quality variables in their influence on customer satisfaction . The population in this study pawnshop branches Teling customer PT Manado and samples used were 255 respondents using non- probability sampling approach is purposive sampling . The results showed the quality of service with a significant effect on customer satisfaction , the company's management should pay attention to responsiveness can be increased in value , so it can affect and transform customer satisfaction pawned goods.

Keywords: *service quality, customers satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima di pasar. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan.

Kotler (2000:329) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Kepuasan nasabah telah menjadi isu sangat penting, dan banyak perusahaan menginvestasikan sumber daya yang dimiliki dalam upaya untuk mempertahankan kepuasan nasabah dan terus berupaya untuk mencari informasi bagaimana cara meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam upaya membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan antara perusahaan dengan nasabah, maka kualitas layanan dapat digunakan sebagai strategi yang tepat untuk menciptakan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah.Kualitas layanan dalam industri jasa merupakan variabel penting. Penyampaian kualitas layanan prima akan menciptakan nilai tinggi, yang dapat menciptakan loyalitas nasabah.

Kualitas layanan yang secara tradisional berdasarkan pada pemenuhan suatu standar yang ditetapkan oleh perusahaan, telah diganti dengan paradigma baru dengan meletakkan kualitas layanan berdasarkan keinginan nasabah, yang memiliki banyak implikasi bagi kepentingan pemasaran layanan dan peran riset pemasaran layanan.Salah satu karakteristik jasa adalah bersifat intangible, artinya jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, diraba, didengar ataupun dibaui sebelum jasa tersebut dikonsumsi oleh nasabah. Hal ini memiliki sejumlah implikasi bagi nasabah dan perusahaan. Nasabah akan sulit mengevaluasi kualitas layanan perusahaan tersebut. Untuk mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh karena ketidakberwujudan jasa, maka nasabah mencari bukti berwujud yang memberikan informasi dan kepercayaan akan jasa yang diterima nasabah.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. *Tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance* terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) cabang Teling.
2. Wujud fisik *(tangible)* terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) cabangTeling.
3. Keandalan *(reliability)* terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) cabang Teling.
4. Daya tanggap *(responsiveness)* terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) cabangTeling.
5. Jaminan *(assurance)*terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) cabangTeling.
6. Empati *(emphaty)*terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (persero) cabangTeling.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler & Amstrong (2004:14) mengatakan Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.Tjiptono(2008:46) mendefinisikan sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan para stakeholdernya.

Kualitas

Yamit (2001: 7) menyatakan Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Wijaya (2011:4) mendefinisikan kualitas adalah merupakan ukuran sampai sejauh mana produk atau jasa sesuai kebutuhan, Empati keinginan dan harapan para pelanggan. Kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Pelayanan

Pelayanan sering pula disebut sebagai jasa. Sejumlah ahli tentang jasa telah berupaya untuk merumuskan definisi jasa yang konklusif namun hingga sekarang belum ada satupun definisi yang diterima secara bulat. Kotler dan Keller (2009:36) merumuskan jasa sebagai semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Kualitas Layanan

Wijaya (2011:152) mendefinisikan kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono (2000:53) merumuskan ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*Expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*Perceived service*).

1. Jasa yang diharapkan, menekankan arti penting harapan pelanggan sebelum membeli atau mengkonsumsi suatu jasa sebagai standar atau acuan dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan.
2. Jasa yang dipersepsikan, Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelangganTjiptono(2000: 54). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan.Jasa memiliki karakteristik *Variability*, sehingga kinerjanya acap kali tidak konsisten.Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat intrinsik (output dan penyampaian jasa) dan isyarat eksteristik (unsur-unsur pelengkap jasa) sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas jasa.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Yazid (2008:102) menyatakan lima dimensi kualitas pelayanan terdiri dari : (1) *Tangible,Tangible* dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisikal, peralatan, personel, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen; (2) Kehandalan, Kehandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diinginkan konsumen; (3) Daya tanggap, Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan segera. standar-standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan respon yang diinginkan konsumen serta persepsi konsumen tentang kecepatan dan kesegeraan, dan bukannya didasarkan atas persepsi perusahaan; (4) Jaminan, jaminan mencakup keandalan atau jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberi jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa, dan kredibilitas; (5) Empati, Secara umum konsumen membutuhkan kemudahan akses, komunikasi yang mudah (baik), dan memiliki keinginan untuk dipahami kebutuhannya. Oleh karena itu, pengertian empati dapat mencakup kemudahan akses, komunikasi yang baik, dan pemahaman terhadap konsumen.

Kepuasan Konsumen

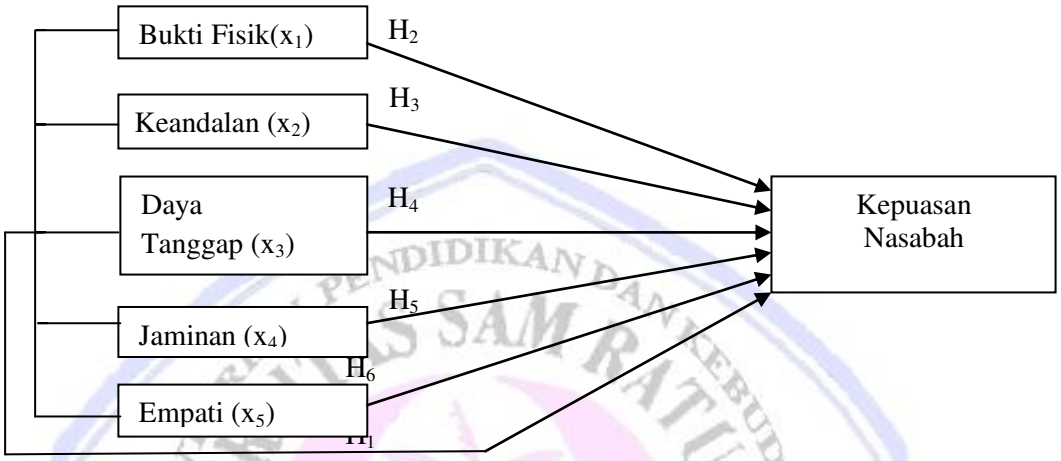
Kotler dan Keller (2009:243) mendefinisikan Kepuasan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari kinerja produk atau jasa. Simamora (2001:18) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil pengalaman terhadap produk.

Penelitian Terdahulu

1. Lubis (2013) Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. Populasinya adalah semua pelanggan Arumas dan sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pelanggan yang ditemui. Teknik pengambilan data adalah dengan kuesioner yang dikuantifisir dengan skala Likert. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel.

2. Aliansyah (2012) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, empathy, reliability. Responsiveness dan assurance terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah Bank Aceh Syariah cabang Banda Aceh dengan jumlah sampel berjumlah 100. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Berdasarkan analisis kuantitatif hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima variabel dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber : Kajian Teori

Hipotesis

H_1 : Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati diduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Teling

H_2 : Buktifisik diduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) cabangTeling.

H_3 : Keandalan didugaberpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) cabangTeling.

H_4 : Daya Tanggapdiduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) cabangTeling.

H_5 : Jaminan didugaberpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) cabangTeling.

H_6 : Empati didugaberpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian(Persero) cabangTeling.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian tentang penjelasan pengaruh (Explain).Penelitian ini merupakan jenis penelitian penjelasan yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel – variabel melalui pengujian hipotesis pada PT Pegadaian Cabang Teling Manado dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan pada Kantor PT. Pegadaian (Persero) cabang teling Manado untuk proses pengumpulan data internal dan eksternal perusahaan serta Waktu penelitian dilakukan pada bulan oktober-desember 2013.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek

atau obyek tersebut (Sugiyono,2013:79). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT pegadaian cabang Teling Manado yang berjumlah 944 orang. Sampel yang digunakan adalah 255 responden dari jumlah populasi yang ada.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah:
1. Metode Kepustakaan
2. Metode Lapangan
3. Metode kuesioner

Metode Analisis

Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisoiner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, Ghozali (2001:49).

Uji reliabilitas

Gozhali (2001:45)mendefinisikan reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk.Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam proses ini seringkali digunakan statistik. Fungsi pokok statistik adalah untuk menyederhanakan data penelitian, selain itu fungsinya untuk memungkinkan peneliti untuk menguji apakah ada hubungan atau hubungan yang diamati memang betul terjadi atau hanya secara kebetulan Effendi & Tukiran(2012:45).

Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk menunjukan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi di antara variable-variabel bebas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpanan model karena varian gangguan berbeda antar satu observasi dengan observasi lain. cara untuk mengdiagnosis adanya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apabila titik-titik tidak menyebar dan membentuk suatu pola maka tidak terdapat unsur heteroskedastisitas.Model regresi yangbaik adalah distribusi data secara normal atau mendekati normal.Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian yang bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predicator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi akan di lakukan bila jumlah variabel indipendenya minimal dua.Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5}$$

Dimana :

Y	:	Tingkat Kepuasan	X_4	:	Jaminan
b_0	:	Konstanta	X_5	:	Kepedulian
X_1	:	Penampilan	b_1, b_2	:	Koefisien masing-masing variabel
X_2	:	Kehandalan			
X_3	:	Daya Tanggap			

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	R	Sig	Keterangan
X_1 (Bukti Fisik)	$X_{1.1}$	0,652	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,473	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,610	0,000	Valid
X_2 (Keandalan)	$X_{2.1}$	0,569	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,662	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,541	0,000	Valid
X_3 (Daya Tanggap)	$X_{3.1}$	0,715	0,000	Valid
	$X_{3.2}$	0,623	0,000	Valid
X_4 (Jaminan)	$X_{4.1}$	0,487	0,000	Valid
	$X_{4.2}$	0,578	0,000	Valid
X_5 (Empati)	$X_{5.1}$	0,508	0,000	Valid
	$X_{5.2}$	0,539	0,000	Valid
Y (Tingkat Kepuasan)	$Y_{1.1}$	0,456	0,000	Valid
	$Y_{1.2}$	0,575	0,000	Valid
	$Y_{1.3}$	0,649	0,000	Valid
	$Y_{1.4}$	0,635	0,000	Valid
	$Y_{1.5}$	0,592	0,000	Valid
	$Y_{1.6}$	0,581	0,000	Valid

Sumber : Olahan Data SPSS

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
X_1	0,6942	Reliabel
X_2	0,6740	Reliabel
X_3	0,6904	Reliabel
X_4	0,8075	Reliabel
X_5	0,6739	Reliabel
Y	0,6056	Reliabel

Sumber: Olahan Data SPSS.

Tabel 1 dan 2 menunjukan bahwa keseluruhan item pertanyaan untuk variabel adalah valid karena berada diatas nilai kritisnya r_{tabel} sehingga butir instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas yang terlihat pada tabel, maka seluruh variabel dalam

instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dimana nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan masing-masing variabel berada diatas nilai kritis yang disarankan sebesar 0,6. Sehingga analisis data dapat dilanjutkan untuk memprediksi hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics		
X	***Tollerance***	**VIF**
Bukti Fisik	0.963	1.038
Kehandalan	0.993	1.007
Daya Tanggap	0.954	1.048
Jaminan	0.948	1.054
Empati	0.958	1.044

Sumber: Olahan Data SPSS.

Hasil *Collinearity Statistics* dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai VIF untuk semua variable < 10, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi tersebut di atas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas

VariabelBebas	**R**	**Sign**	**Keterangan**
X_1	0.056	0.467	Heteroskedastisitas
X_2	0.156	0.042	Homoskedastisitas
X_3	-0.145	0.060	Homoskedastisitas
X_4	-0.076	0.322	Heteroskedastisitas
X_5	0.197	0.010	Homoskedastisitas

Sumber: Olahan Data SPSS.

Hasil uji padatabel di atasmenunjukkan bahwa variabel kehandalan, daya tanggap, dan empati tidak terdapat heteroskedastisitas.Sebaliknya untuk variable bukti fisik dan jaminan terdapat heteroskedastisitas.

AnalisisRegresi Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	**B**	**Beta**	**t**	**Sig t**	**Keterangan**
Konstanta	1,194	1,843		0.067	
Bukti Fisik	0,241	0,237	3,185	0,002	Signifikan
Keandalan	0,153	0,147	2,009	0,046	Signifikan
Daya Tanggap	-0,029	-0,032	-0,428	0,670	Tidak Signifikan
Jaminan	0,271	0,235	3,139	0,002	Signifikan
Empat	0,125	0,072	1,729	0,086	Tidak Signifikan

t_{tabel} = 1,960

R = 0,357

R Square = 0,127

Adjusted R *Square* = 0,601

F_{hitung} = 4,787 F_{tabel} = 3,05

Sig F = 0,000

Sumber:Hasil Olah Data SPSS

Tabel sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

a. Nilai F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 4,787 (signifikansi F= 0,000). Jadi $F_{hitung}>F_{tabel}$ (4,787>3,05) atau Sig F < 5% (0,000<0,05). Artinya bahwa secara bersama-sama variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Kepuasan (Y).
b. Nilai *Adjusted* R *Square* menunjukkan nilai sebesar 0,601 atau 60,1%. Artinya bahwa variabel Tingkat Kepuasan (Y) dipengaruhi sebesar 60,1% oleh Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) sedangkan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar 2 variabel bebas yang diteliti.
c. Persamaan regresi:

$$\mathbf{Y = 1{,}194+0{,}241X_1+ 0{,}153X_2-0{,}029X_3+0{,}271X_4+0{,}125X_4+e}$$

d. Nilai t_{hitung} menunjukkan bahwa :
   a) Variabel Bukti Fisik (X_1) nilai t_{hitung} sebesar 3,185 dengan signifikansi sebesar 0,002. Karena $|t_{hitung}|>t_{tabel}$ (3,185>1,960) atau sig t < 5% (0,002<0,05) maka secara parsial variabel Bukti Fisik (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya.
   b) Variabel Keandalan (X_2) nilai t_{hitung} sebesar 2,009 dengan signifikansi sebesar 0,046. Karena $|t_{hitung}|>t_{tabel}$ (2,009>1,960) atau sig t < 5% (0,046<0,05) maka secara parsial variabel Keandalan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kualitas Pelayanan (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya.
   c) Variabel Daya Tanggap (X_3) nilai t_{hitung} sebesar -0,029 dengan signifikansi sebesar 0,670. Karena $|t_{hitung}|<t_{tabel}$ (-0,029<1,960) atau sig t > 5% (0,670>0,05) maka secara parsial variabel Daya Tanggap (X_3) tidakberpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kualitas Pelayanan (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya.
   d) -Variabel Jaminan (X_4) nilai t_{hitung} sebesar 3,139 dengan signifikansi sebesar 0,002. Karena $|t_{hitung}|>t_{tabel}$ (3,139>1,960) atau sig t < 5% (0,002<0,05) maka secara parsial variabel Jaminan (X_4) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kualitas Pelayanan (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya.
   e) -Variabel Empati (X_5) nilai t_{hitung} sebesar 1,729 dengan signifikansi sebesar 0,086. Karena $|t_{hitung}|>t_{tabel}$ (1,729>1,960) atau sig t < 5% (0,086>0,05) maka secara parsial variabel Empati (X_5) tidakberpengaruh signifikan positif terhadap variabel Kualitas Pelayanan (Y) bila variabel bebas lain tetap nilainya.

Besarnya kontribusi masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 6.Kontribusi Masing-masing Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Variabel	R	r^2	Kontribusi (%)
(X_1) Bukti Fisik	0,440	0,1937	19,37
(X_2) Keandalan	0,431	0,1858	18,58
(X_3) Daya Tanggap	0,244	0,0595	5,95
(X_4) Jaminan	0,386	0,1490	14,90
(X_5) Empati	0,320	0,1024	10,24

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Karena variabel Bukti Fisik (X_1) yang paling tinggi kontribusinya maka variabel Bukti Fisik (X_1) adalah variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Tingkat Kepuasan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Bukti Fisikberpengaruh signifikan positif terhadap Tingkat Kepuasan. Dengan adanya Bukti Fisik dalam hal ini bukti fisik dari fasilitas yang disediakan perusahaan, akan menambah kepuasan dari nasabah dalam hal menggadaikan barangnya.Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2008), dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara penampilan dan kepuasan.

Pengaruh Kehandalan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Keandalanberpengaruh signifikan positif terhadap Tingkat Kepuasan. Dengan adanya kualitas sumberdaya manusia yang baik dari karyawan, akan menambah kepuasan dari nasabah.Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan olehManullang (2008), dimana hail penelitiannya menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara kehandalan dan tingkat kepuasan pelanggan jasa PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Daya Tanggaptidak berpengaruh signifikan positif terhadap Tingkat Kepuasan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dari karyawan dan pihak perusahaan, akan menambah kepuasan dari nasabah.Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriaty (2010), dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Pengaruh Jaminan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Jaminanberpengaruh signifikan positif terhadap Tingkat Kepuasan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dari karyawan dan pihak perusahaan, akan menambah kepuasan dari nasabah.Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manullang (2008), dimana hail penelitiannya menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara jaminan dan tingkat kepuasan pelanggan jasa PT Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan.

Pengaruh Empati Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Hasil analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa empati tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Tingkat Kepuasan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dari karyawan dan pihak perusahaan, akan menambah kepuasan dari nasabah.Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indriaty (2010), dimana hail penelitiannya menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Secara parsial variabel Bukti Fisik berpengaruh sigifikan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan dengan asumsi variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan penampilan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan terbukti atau diterima.
2. Secara parsial variabel Keandalan berpengaruh signifkan positif tehadap variabel Tingkat Kepuasan dengan asumsi variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan keandalan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan terbukti atau diterima.
3. Secara parsial variabel Daya Tanggap tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan dengan asumsi variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan Daya Tanggap berpengaruh terhadap tingkat kepuasan tidak terbukti atau ditolak.
4. Secara parsial variabel Jaminan berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan dengan asumsi variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan jaminan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan terbukti atau diterima.
5. Secara parsial variabel Empati tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Tingkat Kepuasan dengan asumsi variabel bebas lain tetap nilainya. Dengan demkian, hipotesis yang menyatakan empati berpengaruh terhadap tingkat kepuasan tidak terbukti atau ditolak.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:.

Hasil penelitian ini juga memberikan masukkan pada pihak perusahaan bahwa variabel kualitas pelayanan masih dapat ditingkatkan nilainya, untuk mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah lewat ketersediaannya fasilitas serta kualitas layanan yang bermutu.

DAFTAR PUSTAKA

Aliansyah, 2012. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh. *Jurnal Manajemen*. Volume.1 Nomor.1 agustus 2012. http://prodipps.unsyiah.ac.id/Jurnalmm/images/Jurnal/2012/1.Agustus/4(32-39)TEUKU_ALIANSYAH.Diakses 2 september 2014. Hal.32-39.

Effendi, S., & Tukiran. 2012.Metode Penelitian Survei, LP3ES, Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hasibuan, Anni. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah Propinsi Sumatera Utara. Medan: Departemen Studi Perpustakaan dan Informasi Fakultas Sastra USU. http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/17167/7. Diakses 3 september 2014. Hal.47

Indriaty, D. 2010. Analisis pengaruh tingkat kualitas pelayanan jasa pusesmas terhadap kepuasan pasien pada puskesman gunung pati semarang. http://eprints.undip.ac.id/23165/1/SKRIPSI_dewi. Diakses 3 September 2014. Hal.1

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit, Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, P. & G. Armstrong, 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*.Penerbit, Prenhalindo, Jakarta.

Kotler, P. & K.L. Keller, 2009.*Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kedua belas. Indeks, Jakarta.

Lubis, M. 2013. pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *E-JurnalApresiasi Ekonomi.*Volume.1 Nomor.2, Mei 2013.www.stie-yappas.ac.id/...jurnal apresiasi ekonomi.Diakses 3 september 2014. Hal. 77-85.

Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda. 2008 .USU. http://blog.umy.ac.id/ghea/files/2011/12/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-jasa-penerbangan-PT.-Garuda-Indonesia-Airline-di-bandara-Polonia-Medan. Diakses 3 september 2014. Diakses 3 September 2014. Hal.1

Simamora. 2001. *Mengembangkan Pasar dengan Pemasaran yg Efektif dan Profitable*. PT Gramedia Umum, Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Tjiptono.2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*.Andi, Yogyakarta.

Tjiptono. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* penerbit. C.V Andi Offset edisi II, Yogyakarta.

Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks Kembangan, Jakarta.

Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia, Yogyakarta.

Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa*. Ekonisia, Yogyakarta.