

PENGARUH PERSEPSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT PEGADAIAN (PERSERO)
(Survey Pada Nasabah Di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay)

Aprilia Nurfadhilah¹, Nita Kanya²

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana
aprillianurfadhilah@gmail.com

Abstrak: Terdapat adanya masalah dalam penelitian seperti tidak tersedia nomor antrian dan pelayanan online yang lambat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi terhadap kepuasan nasabah, besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan besarnya pengaruh persepsi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif dengan jumlah responden sebanyak 88 orang. Metode analisis data menggunakan *path analysis* dengan bantuan *spss 22*. Hasil penelitian yang menggunakan metode analisis jalur didapatkan data bahwa persepsi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 15,7%, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 59,3%, dan pengaruh persepsi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 75,3%. Dalam pengujian hipotesis, digunakan perhitungan statistik, yaitu Uji t untuk persepsi terhadap kepuasan nasabah adalah ($3,472 > 1,98827$), itu artinya persepsi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan uji t untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah ($10,295 > 1,98827$), itu artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji F, dimana uji F adalah ($129,354 > 3,10$) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa persepsi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : Persepsi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Salah satu perusahaan pengkreditan di Indonesia adalah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay merupakan lembaga keuangan milik negara yang bergerak di bidang jasa penyaluran uang pinjaman bagi masyarakat atas dasar Hukum Gadai dengan jaminan barang bergerak. Dengan banyaknya Perusahaan di Indonesia menyebabkan persaingan global yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk menunjang terwujudnya kepuasan nasabah.

Ada beberapa masalah yang ditemukan saat melakukan penelitian, yaitu ketidakpuasan nasabah adalah dalam pelayanan kurang memberikan keramahan seperti kurang adanya senyum, sapa, dan salam, tidak ada nomor antrian dan pelayanan yang terkadang lambat karena menerapkan transaksi sistem *online* dan persepsi masyarakat terhadap Pegadaian adalah tempat orang yang bermasalah karena yang menggadai kebanyakan dari masyarakat golongan kebawah dan juga karena selama ini masyarakat hanya mengetahui bahwa pegadaian hanya melayani gadai saja.

A. Manfaat dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan data informasi yang relevan, mengenai kegiatan usaha di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.

Sesuai dengan permasalahan, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.

2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.
3. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay

KAJIAN PUSTAKA

A. Persepsi

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:64), "Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:69), proses persepsi terbagi menjadi tiga, yaitu :

1. Seleksi Perseptual
2. Organisasi Perseptual
3. Interpretasi Perseptual

B. Kualitas Pelayanan

Menurut Rus, et al., dalam Tjiptono (2014:268), Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:23), menentukan bahwa ada lima dimensi kualitas pelayanan. diantaranya :

1. *Reliability* (Reliabilitas)
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangibles* (Bukti Fisik)

C. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler & Keller dalam Tjiptono (2014:356), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Gerson dalam Mayantoko (2012:61), menjelaskan bahwa ada lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kecepatan pelayanan
2. Keramahan karyawan
3. Pengetahuan karyawan
4. Jumlah pelayanan yang tersedia
5. Tampilan formalitas

KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS

A. Kerangka Pemikiran

1. Hubungan Persepsi Nasabah Dan Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuman, et al., dalam Tjiptono dan Chandra (2016:21) apabila jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*) sesuai dengan jasa yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa yang bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif.

2. Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah

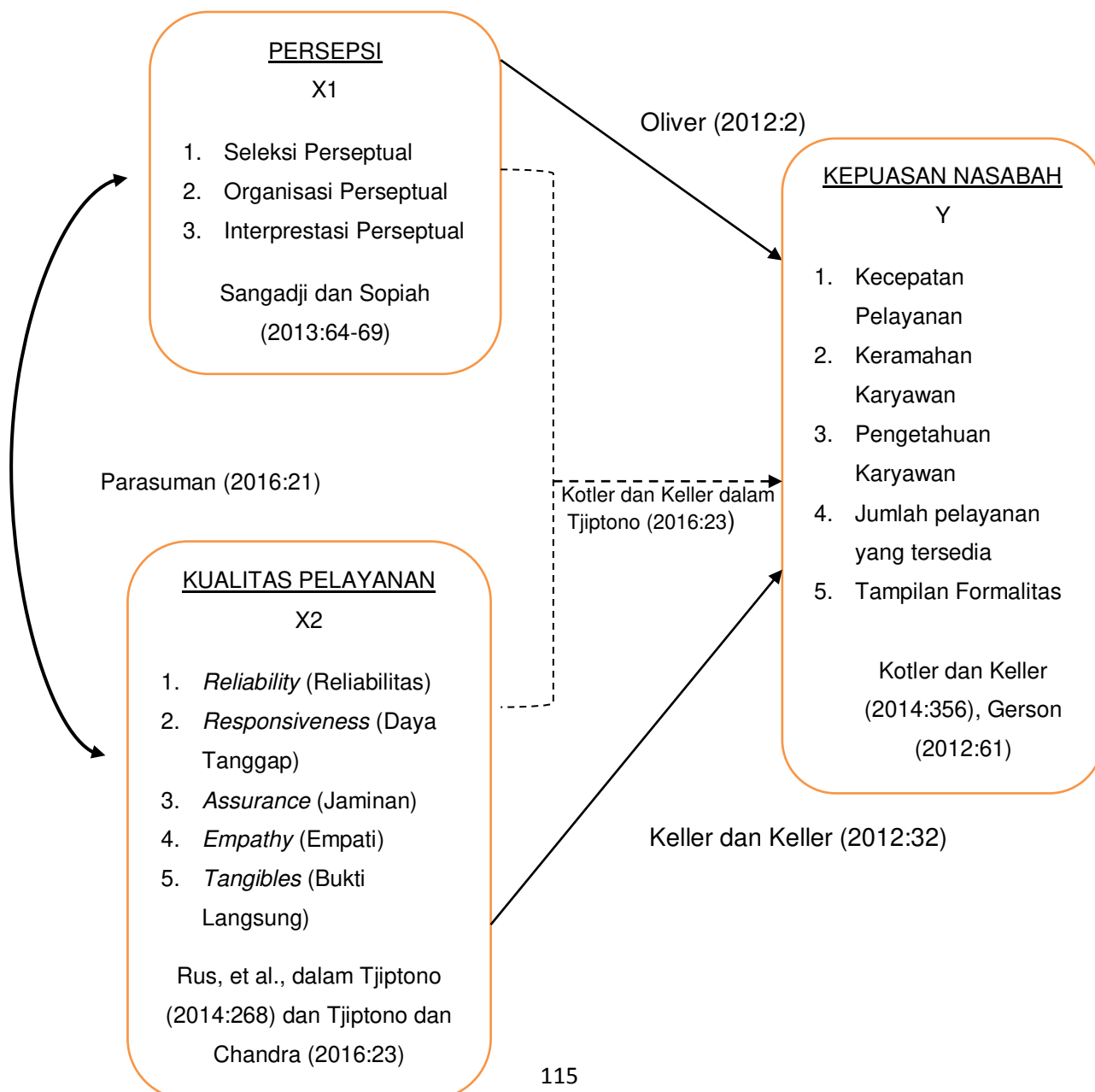
Menurut Oliver (2012:2), harapan kepuasan konsumen (intensitas pembelian, dan kesediaan menyampaikan informasi positif dari mulut ke mulut) adalah merupakan fungsi kepuasan nasabah yang difungsikan lagi dalam perbandingan teori prioritas harapan untuk konsumsi dan pengalaman aktual.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kotler dan Keller Amstrong dalam Dian Taurina (2012:32) jika suatu perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas pelayanan dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan nasabah dan dapat juga disebut perusahaan yang berkualitas.

4. Pengaruh Persepsi Nasabah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono dan Chandra (2016:23) kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.



B. Hipotesis

1. Persepsi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay dianggap kurang baik.
2. Kualitas pelayanan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay dianggap kurang baik.
3. Kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay dianggap kurang baik.
4. Persepsi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.
5. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di . PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.
6. Persepsi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay.

METODE PENELITIAN

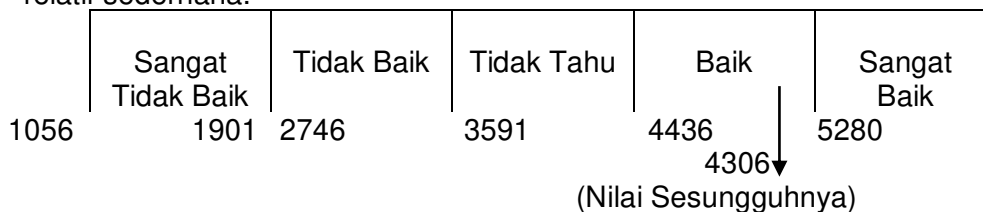
Desain penelitian menggunakan deskriptif dan asosiatif. Populasi atau sumber informasi adalah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan observasi. Metode analisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan *Path Analysis* dengan *SPSS ver. 22*

Metode penarikan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* yang dipilih menjadi anggota sampel adalah sampling aksidental. Jumlah ukuran sampel 88 responden dengan menggunakan rumus iterasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Persepsi Nasabah Terhadap PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay

Saat ini masih terdapat kesan pada masyarakat bahwa meminjam ke Bank adalah suatu hal yang membanggakan dibandingkan ke Pegadaian, meskipun dalam proses memenuhi syaratnya, nasabah memerlukan waktu yang relatif lama dengan persyaratan yang cukup rumit serta jaminan yang ada harus sesuai dengan ketentuan perbankan yang pada umumnya memberatkan. Pemerintah dalam hal ini telah memfasilitasi akses lain bagi masyarakat melalui Pegadaian yang menawarkan proses yang lebih mudah, lebih singkat dan persyaratan yang relatif sederhana.



Gambar 1 Garis Kontinum Persepsi Nasabah

Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap PT Pegadaian (Persero) berada pada kategori baik. Maka sesuai rumusan tersebut hipotesis No. 1 yang menyatakan “Persepsi Nasabah di PT Pegadain (Persero) Cabang Ciparay kurang baik” hipotesis ditolak.

B. Deskripsi Kualitas Pelayanan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay

Kredit Cepat Aman adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan prosedur pelayanan yang mudah, cepat, dan aman. Untuk

mendapatkan kredit, nasabah hanya membawa agunan berupa perhiasan dan barang berharga lainnya.

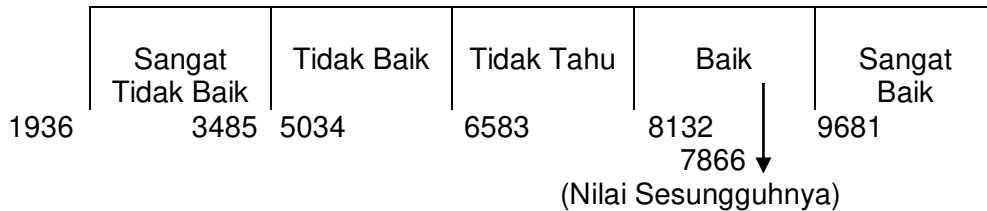


Gambar 2 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap PT Pegadaian (Persero) berada pada kategori cukup baik. Maka sesuai rumusan tersebut hipotesis No. 2 yang menyatakan “Kualitas Pelayanan di Pegadaian (Persero) kurang baik” hipotesis ditolak.

C. Deskripsi Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay

Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja yang dirasakan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi dan perasaan yang dimiliki setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa yaitu perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.



Gambar 3 Garis Kontinum Kepuasan Nasabah

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah terhadap PT Pegadaian (Persero) berada pada kategori baik. Maka sesuai dengan rumusan tersebut hipotesis No. 3 yang menyatakan “Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay kurang baik” hipotesis ditolak.

Berikut ini adalah hasil perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan program *software* SPSS versi 22, sebagai berikut:

Tabel 8
Skor Koefisien Kolerasi

Correlations

		PERSEPSI	KUALITAS PELAYANAN
PERSEPSI	Pearson Correlation	1	,612**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	88	88
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	,612**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	88	88

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

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa keeratan hubungan antara variabel Persepsi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dinyatakan oleh besarnya koefisien korelasi ($r_{x_1x_2}$) adalah 0,612

Berikut ini adalah hasil perhitungan menggunakan program *software* SPSS versi 22, sebagai berikut:

Tabel 9
coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,089	2,753		8,750	,000
	PERSEPSI	,253	,073	,237	3,472	,001
	KUALITAS PELAYANAN	,533	,052	,702	10,295	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Pada tabel *Coefficients* diatas, dalam kolom *Standardized Coefficients* terdapat masing-masing koefisien jalur Persepsi (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yaitu P_{yx_1} adalah sebesar 0,237 atau 23,7%. Koefisien jalur Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yaitu P_{yx_2} adalah sebesar 0,702 atau 70,2%

Berikut ini merupakan hasil perhitungan besarnya pengaruh persepsi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara simultan dengan menggunakan SPSS versi 22:

Tabel 10
Nilai Besaran Pengaruh Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,753	,747	4,29542

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI

Sumber: Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS Versi 22

Dari tabel tersebut didapatkan hasil R Square sebesar 0,753. Artinya pengaruh simultan Persepsi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah 0.753 atau 75,3% dan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teliti sebesar 0,247 atau 24,7%.

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel bebas (*dependent*). Uji statistik yang digunakan pada pengujian parsial adalah Uji t. Untuk pengujian dua pihak nilai statistik Uji t yang digunakan pada pengujian secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 11
Coefficients

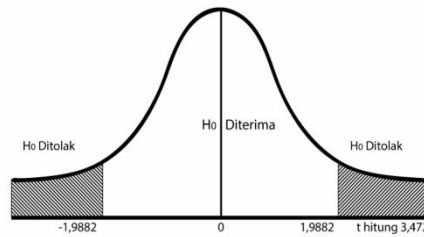
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,089	2,753		8,750	,000
	PERSEPSI	,253	,073	,237	3,472	,001
	KUALITAS PELAYANAN	,533	,052	,702	10,295	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

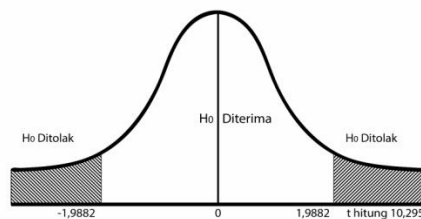
Sumber: Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS Versi 22

Di dalam tabel distribusi t dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha=0,05$ dan $dk=(n-k-1)$ atau $88-2-1=85$, yaitu 1,988268. Pada tabel *Coefficients* sebelumnya diperoleh t_{hitung} Persepsi (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 3,472 dengan nilai probabilitas (sig) = 0.001, karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,472 > 1,988268$).



Gambar 4 Kurva Persepsi Terhadap Kepuasan Nasabah

Di dalam tabel distribusi t dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha=0,05$ dan $dk=(n-k-1)$ atau $88-2-1=85$, yaitu 1,988268. Pada tabel *Coefficients* sebelumnya diperoleh t_{hitung} Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 10,295 dengan nilai probabilitas (sig)=0.000, karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,295 > 1,988268$).



Gambar 5 Kurva Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah persepsi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah. Uji F yang digunakan pada pengujian secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut

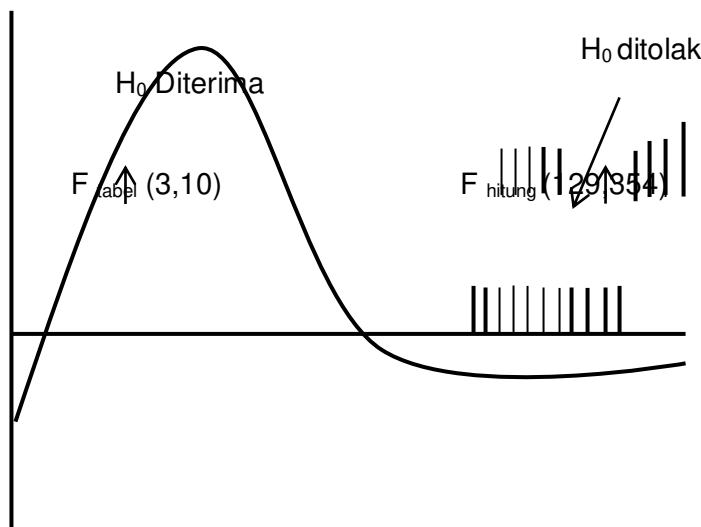
Tabel 12
Anova
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4773,313	2	2386,656	129,354	,000 ^b
	Residual	1568,305	85	18,451		
	Total	6341,618	87			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI

Di dalam tabel distribusi F dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha=0,05$ dan dk pembilang k (2) dan dk penyebut = $(n-k-1)$ atau $88-2-1=85$, yaitu 3,10. Pada tabel Anova diperoleh nilai F sebesar 129,354 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000, karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} $129,354 > 3,10$.



Gambar 6 Kurva Persepsi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay berada pada kategori baik.
2. Kualitas Pelayanan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay berada pada kategori cukup baik.
3. Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay berada pada kategori baik.
4. Persepsi Nasabah secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.
5. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.
6. Persepsi Nasabah dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

SARAN

1. PT Pegadaian (Persero) mengadakan seminar untuk para masyarakat
2. Menerapkan mesin sistem antrian
3. Menyediakan *Customer Service*

DAFTAR PUSTAKA

- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- _____ dan Candra Gregorius, 2016. *Sevice, Quality dan Satisfaction*: Andi