

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

The Effect Of Service Quality And Corporate Image To Customer Satisfaction

Lira Arlia Meilani

Departement Of Islamic Economics UIN Sunan Gunung Djati, Bandung
liraarliameilani@gmail.com

Naskah Masuk: 2019-07-09

Naskah diterima: 2019-26-09

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung. Metode penelitian yang digunakan melalui pengujian hipotesis dengan analisis jalur. Pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah sebesar 60,4%. Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan apabila digabungkan akan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Nasabah

Abstract

The purpose of this study was to determine and obtain a representation of the effect of service quality and corporate image to customer satisfaction at PT. Pegadaian (PERSERO) Bandung Kordon Market Branch Office. The research method used is through hypothesis testing with path analysis. The simultaneous effect of service quality and corporate image to customer satisfaction is 60.4%. From the results of research conducted, the variable service quality and corporate image when combined will have a significant effect to customer satisfaction at PT. Pegadaian (PERSERO) Bandung Kordon Market Branch Office.

Keywords: Service Quality, Corporate Image, and Customer Satisfaction

Copyright © 2019 Program Studi Ekonomi Perbankan Islam, FAI Universitas Majalengka. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dan peranan sektor jasa dalam perekonomian di Indonesia selama 30 tahun terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat, salah satunya adalah Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). PT. Pegadaian (PERSERO) merupakan salah satu Lembaga keuangan bukan bank yang berada dibawah naungan Kementerian BUMN.

Pemerintah mengubah status badan hukum Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian menjadi perusahaan PERSERO, tertuang dalam pasal 2 ayat (1) Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perum Pegadaian menjadi Perusahaan Persero, dan ditandatangani Presiden pada tanggal 13 Desember 2011.

Disebutkan dalam pasal itu, bahwa bidang usaha PT. Pegadaian adalah gadai, baik secara konvensional maupun syariah dan jasa lain di bidang keuangan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Usaha itu khusus ditujukan bagi masyarakat berpenghasilan menengah. Selanjutnya setelah perubahan tersebut maka PT. Pegadaian (PERSERO) mengikuti prinsip-prinsip yang terdapat pada Perusahaan Perseroan pada umumnya yang telah diatur dalam UU No. 19/2003 tentang BUMN.

Menganalisis kepuasan nasabah sangat perlu dilakukan, karena kepuasan nasabah atas suatu jasa bersifat dinamis dan kondisional. Bisa jadi jasa yang ditawarkan dianggap memuaskan pada saat sekarang, namun tidak memuaskan pada masa yang akan datang. Sehingga perusahaan jasa idealnya harus lebih tanggap mendengar keluhan nasabahnya.

**Data Survey Pra Penelitian Kepuasan Nasabah
PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung**

No	Dimensi	Puas	Tidak Puas
1	Kualitas Produk	55,5%	44,5%
2	Kualitas Pelayanan	45,5%	54,5%
3	Harga	70,3%	29,7%
4	<i>Emotional Factor</i>	33,3%	66,7%
5	Biaya dan Kemudahan	40%	60%

Sumber : Kuesioner Pra Penelitian PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung

Berdasarkan data survey pra penelitian diatas dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah masih belum optimal, karena pada umumnya persentase dari dimensi-dimensi yang membangun kepuasan nasabah masih berada dibawah 50% terutama pada dimensi kualitas pelayanan yang menunjukkan persentase sebesar 45,5% kemudian *emotional factor* yang menunjukkan persentase sebesar 33,3%. Serta biaya dan kemudahan yang menunjukkan persentase sebesar 40%. Adapun dimensi-dimensi lain yang menunjukkan persentase diatas 50%, terdapat pada dimensi kualitas produk menunjukkan persentase sebesar 55,5%, dan harga menunjukkan persentase sebesar 70,3%.

HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN

No	Judul	Hasil penelitian
1	Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan label syariah terhadap kepuasan nasabah pada kantor cabang Pegadaian Syariah Jakarta (Skripsi) (Ahmad Hidir, 2016)	51,8% variabel kualitas pelayanan dan label syariah berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah
2	Analisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap layanan Perum Pegadaian kantor cabang Warung Jambu Bogor (Skripsi) (Maria Ulfah, 2013)	74% variabel kepuasan nasabah berpengaruh kuat terhadap layanan perusahaan
3	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian kantor cabang Kiaracandong Bandung (Skripsi) (Nurul Rochmah, 2013)	64,1% variabel kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah
4	Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar (Jurnal) (Luh Ayu Mulyaningsih, 2016)	80,1% variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah
5	Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di BRI Bandung (Skripsi) (Setiadi Komara, 2015)	64,8% Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan, berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah

Menurut Lupiyoadi (2013:216), bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan nasabah, jika kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka akan terdapat ketidakpuasan.

Groonroos dikutip oleh Adam (2015:55), mengungkapkan kualitas pelayanan perusahaan jasa dapat memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan. Kualitas jasa (*service quality*) yang dirasakan nasabah akan berdampak pada persepsi nasabah mengenai reputasi perusahaan jasa tersebut.

Menurut Cohen Et Al dikutip Erwina (2016:94), menyebutkan bahwa dalam penelitiannya citra perusahaan memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang diikuti dengan citra perusahaan merupakan hal penting untuk perusahaan jasa dalam sebuah kepuasan konsumen dan juga kepuasan nasabah.

1. 2 Pembatasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah diatas maka dianggap perlu bagi penulis untuk membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, penulis hanya menetapkan tiga variabel yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Perusahaan (X_2), dan Kepuasan Nasabah(Y).

1. 3 Hipotesis Penelitian

Penulis ingin mencoba melakukan penelitian ini, dengan hipotesa :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

1.4 Rumusan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini terfokus pada hal yang diharapkan, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
2. Bagaimana Citra Perusahaan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
3. Bagaimana Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
5. Seberapa besar pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
6. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk diolah, dianalisis, dan diinterpretasikan, sehingga dapat memperoleh kesimpulan terhadap masalah yang diteliti dalam hal ini Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini, adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas Pelayanan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
2. Citra Perusahaan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
3. Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
5. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung

2. METODE PENELITIAN

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2017:142). Dalam hal ini peneliti memberikan kuesioner kepada nasabah PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

2.2 Metode Pengujian Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengujian data dengan dua cara yaitu uji validitas dan uji realibilitas untuk menguji kesungguhan jawaban responden.

2.3 Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Untuk mengolah data yang didapat dari hasil angket yang telah dijawab oleh responden maka diberi angka atau skala yang dipakai untuk pengukuran yaitu skala likert.

b. Analisis Verifikatif

Dalam penelitian yang penulis buat, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti Analisis Korelasi Pearson Product Moment, Analisis Jalur dan Analisis Koefisien Determinasi.

2.4 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Melakukan uji hipotesis dengan menguji uji t dimana untuk menguji hubungan antar variabel, apakah benar-benar signifikan atau tidak.

2.5 Pengujian Secara Simultan (Uji f)

Melakukan uji f untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempengaruhi secara simultan terhadap variabel terikat.

3. PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif

Uji Validitas merupakan uji tingkat kemampuan instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut. Menurut Sugiyono (2012:116), syarat minimum suatu item dianggap valid adalah nilai $r = 0,300$. Dimana semakin tinggi Validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Hasil tes validitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20, menunjukkan hasil yang baik, karena indikator Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Perusahaan (X_2) dan Kepuasan Nasabah (Y) dapat melebihi syarat minimum suatu item.

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrument yang dipakai *reliable* atau tidak. Maksud dari *reliable* adalah jika instrument tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama.

Menurut Hair, Anderson, Tatham dan Black (Sri Kumalaningsih, 2012:97), dalam statistik *alpha cronbach* suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700.

Hasil Uji Reliabilitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel berikut :

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standar Deviasi	Nilai Reliabilitas	Kategori
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,700	0,833	Realabel
Citra Perusahaan	0,700	0,827	Realabel

(X ₂)			
Kepuasan Nasabah (Y)	0,700	0,819	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 2017

Dari Tabel diatas, hasil koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0,700 untuk 3 variabel penelitian yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X₁), variabel Citra Perusahaan (X₂) dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) masing-masing sebesar 0,833 , 0,827 , 0,819. Dengan demikian instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel, dalam artian alat ukur apabila diujikan secara berulang-ulang, maka hasilnya akan sama.

Selanjutnya dibandingkan dengan tabel kriteria penafsiran kondisi variabel penelitian pada masing-masing variabel yang diteliti. Model yang dipakai mengadaptasi adalah model tentang pengontrolan kualitas Sugiyono (2012:95) yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian

Rata-rata Skor	Penafsiran
4,2 – 5,0	Sangat Baik
3,4 – 4,1	Baik
2,6 – 3,3	Cukup Baik
1,8 – 2,5	Kurang Baik
1,0 – 1,7	Sangat Tidak Baik

Sumber : Model pengontrolan kualitas (Sugiyono,2012)

Setelah dibandingkan dengan kriteria penafsiran dari table diatas, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Kategori Ketercapaian Skor Tiap Variabel

Variabel	N	Rata-Rata	Kategori
Kualitas Pelayanan (X ₁)	100	3,11	Cukup Baik
Citra Perusahaan (X ₂)	100	3,12	Cukup Baik
Kepuasan Nasabah (Y)	100	3,07	Cukup Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner 2017

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa Kualitas Pelayanan (X₁) memiliki skor rata-rata sebesar 3,11 yang artinya termasuk dalam kategori Cukup Baik . Citra Perusahaan (X₂) memiliki skor rata-rata sebesar 3,12 yang artinya termasuk dalam kategori Cukup Baik.

Dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki skor rata-rata 3,07 yang artinya juga itu termasuk dalam kategori Cukup Baik.

3.2 Analisis Verifikatif

Perhitungan analisis korelasi dengan menggunakan korelasi *Person product moment*, dimaksudkan untuk mengetahui berapa besar hubungan antara beberapa variabel independen yang diteliti. Perhitungan analisis korelasi dibantu dengan menggunakan software SPSS versi 20. Sebelum dilakukan perhitungan, maka data ordinal harus dirubah ke interval menggunakan metode *successive interval* dengan bantuan software Microsoft Excel 2013. Berikut adalah hasil perhitungan korelasi dengan Metode *pearson product moment* :

Hasil Korelasi

		Kualitas Pelayanan (X ₁)	Citra Perusahaan (X ₂)	Kepuasan Nasabah (Y)
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Pearson Correlation	1	,689**	,693**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Citra Perusahaan (X ₂)	Pearson Correlation	,689**	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Kepuasan Nasabah (Y)	Pearson Correlation	,693**	,732**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Sumber : Hasil Olah SPSS 2017

Dengan melihat tabel hasil korelasi diatas menunjukkan bahwa hubungan Kualitas Pelayanan (X₁) dengan Citra Perusahaan (X₂) adalah sebesar 0,689. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2012:97) :

Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
--------------------	------------------

0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2007:183)

Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Citra Perusahaan (X_2) sebesar 0,689 berada dalam tingkat hubungan yang kuat.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 20, diperoleh besaran koefisien jalur seperti yang dijelaskan pada tabel berikut :

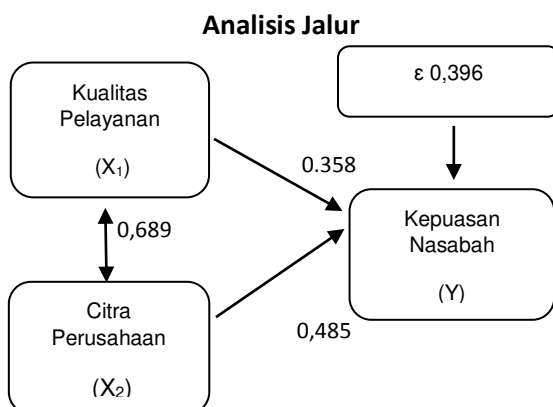
Hasil Analisis Jalur

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	8,361	3,366		2,484	,015
1 Kualitas Pelayanan (X_1)	,349	,086	,358	4,061	,000
Citra Perusahaan (X_2)	,477	,087	,485	5,500	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olah SPSS 2017

Berdasarkan tabel hasil analisis jalur diatas, menunjukkan besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen seperti ditunjukkan pada gambar dibawah ini :



Berdasarkan gambar diatas diperoleh besaran koefisien jalur antar variabel penelitian bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,358

dan variabel Citra Perusahaan (X_2) mempunyai koefisien jalur sebesar 0,485. Sehingga dapat diperoleh persamaan jalur sebagai berikut :

$$Y = 0,358X_1 + 0,485X_2 + \epsilon$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Nasabah
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- X_2 = Citra Perusahaan
- ϵ = Variabel Epsilon (Variabel yang tidak diteliti)

Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel, baik pengaruh langsung (*Direct Effect*) maupun pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Pengaruh Total Langsung Dan Tidak Langsung

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung			Total Pengaruh
		X_1	X_2	Total	
Kualitas Pelayanan (X_1)	12,81 %	-	12,06 %	12,06 %	24,87%
Citra Perusahaan (X_2)	23,53%	12,06 %	-	12,06 %	35,59%
Total Pengaruh X ke Y					60,4%

Sumber : Hasil Perhitungan Penulis 2017

Perhitungannya adalah sebagai berikut :

- Pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
 $= pyx_1 \cdot pyx_1 = 0,358 \times 0,358 = 0,1281$
 Jadi, pengaruh langsung kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,1281 atau 12,81 %
- Pengaruh Langsung Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
 $= pyx_2 \cdot pyx_2 = 0,485 \times 0,485 = 0,2353$
 Jadi, pengaruh langsung citra perusahaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,2353 atau 23,53 %
- Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
 $= pyx_1 \cdot rx_1x_2 \cdot pyx_2 = 0,358 \times 0,689 \times 0,485 = 0,1206$

Jadi, pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,1206 atau 12,06%

4. Pengaruh Tidak Langsung Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)
 $= pyx_2 \cdot rx_1x_2 \cdot pyx_1 = 0,358 \times 0,689 \times 0,485 = 0,1206$

Jadi, pengaruh tidak langsung kualitas citra perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,1206 atau 12,06%

5. Total Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Total Pengaruh Langsung + Total Pengaruh Tidak Langsung

$$X1 = 0,1281 + 0,1206 = 0,2487$$

$$X2 = 0,2353 + 0,1206 = 0,3559$$

$$\text{Total} = 0,2487 + 0,3559 = 0,604$$

atau 60,4%

Perhitungan ini sama dengan perhitungan dari SPSS 20 mengenai R^2 yaitu :

Tabel 4.63
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,777 ^a	,604	,596	4,70284

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Olah SPSS 2017

Dengan perhitungan pada tabel diatas terdapat pengertian bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) mampu memberikan pengaruh sebesar 60,4% terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sedangkan sisanya adalah merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dan turut mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Y) ditunjukkan oleh nilai $pye = 39,6\%$ yaitu seperti kualitas produk, harga, promosi, loyalitas dan lain-lain.

3.3 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Melakukan uji hipotesis dengan menguji uji t dimana untuk menguji hubungan antar

variabel, apakah benar-benar signifikan atau tidak.

Signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,361	3,366		2,484	,015
1 Kualitas Pelayanan	,349	,086	,358	4,061	,000
Citra Perusahaan	,477	,087	,485	5,500	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Olah SPSS 2017

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk mengetahui signifikansi secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) perlu dilakukan pengujian statistik. Maka untuk mengujinya akan menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut :

- Pengaruh X_1 terhadap Y
- 1) $H_0 : P_{yx1} = 0$: Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.
 - 2) $H_A : P_{yx1} \neq 0$: Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan uji dua sisi. Selain itu, tingkat signifikan yang digunakan dalam menguji Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah yaitu 5% atau $\alpha = 5\%$. Dengan kriteria uji : Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Untuk menguji hipotesis tersebut, maka diperlukan nilai koefisien jalur. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} adalah 4,061. Dengan tingkat signifikansi (α) = 5% derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n - k$ atau $100 - 3 = 97$ dan pengujian dilakukan satu arah, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,986. Oleh karena $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,061 \geq 1,986$) dan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α), maka : H_0 ditolak.

Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk mengetahui signifikansi secara parsial variabel Citra Perusahaan (X_2) dengan Kepuasan Nasabah (Y) perlu dilakukan pengujian statistik. Maka untuk mengujinya akan menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut :

- Pengaruh X_2 terhadap Y
- 1) $H_0 : P_{yx2} = 0$: Citra Perusahaan (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.
- 2) $H_A : P_{yx2} \neq 0$: Citra Perusahaan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

Pembahasan Hasil Penelitian dengan kriteria uji : Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Untuk menguji hipotesis tersebut, maka diperlukan nilai koefisien jalur. Hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} adalah 5,500. Dengan tingkat signifikansi (α) = 5% derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n - k$ atau $100 - 3 = 97$ dan pengujian dilakukan satu arah, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,986. Oleh

karena $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($5,500 \geq 1,986$) dan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α), maka : H_0 ditolak.

Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Citra Perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

3.4 Pengujian Secara Simultan (Uji f)

Pengujian hipotesis hasil penelitian secara keseluruhan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut :

- a. $H_0 : P_{yx1} = P_{yx2} = 0$: Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.
- b. $H_A : P_{yx1} = P_{yx2} \neq 0$: Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

Dengan kriteria uji : Tolak H_0 jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Hasil Uji F Hitung Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3269,005	2	1634,503	73,904	,000 ^b
1 Residual	2145,321	97	22,117		
Total	5414,326	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Olah SPSS 2017

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS versi 20 dari uji anova diperoleh bahwa F_{hitung} adalah 73,904. *Degree of freedom (df)* dengan ketentuan *numerator* : jumlah variabel - 1 atau $3 - 1 = 2$, dan *numerator* : jumlah kasus - n atau 100

– 3 = 97. Dengan ketentuan tersebut dan signifikan $\alpha = 5\%$, maka diperoleh angka F_{tabel} sebesar 3,09. Oleh karena itu $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ ($73,904 \geq 3,09$) atau nilai signifikansi (probabilitas) 0,000^a jauh lebih kecil dari 0,05 (α), maka H_0 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Citra Perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan pada PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung, berada dalam kategori cukup baik dengan rata-rata skor 3,11.
2. Citra Perusahaan pada PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung, berada dalam kategori cukup baik dengan rata-rata skor 3,12.
3. Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung, berada dalam kategori cukup baik dengan rata-rata skor 3,07.
4. Kualitas Pelayanan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Nasabah dengan pengaruh langsung sebesar 12,81% dan pengaruh tidak langsung sebesar 12,06%. Sehingga total pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 24,87%. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan kenyataannya sama atau lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Sebaliknya, jika kenyataannya kurang dari yang

diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

5. Citra Perusahaan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Nasabah dengan pengaruh langsung sebesar 23,53% dan pengaruh tidak langsung sebesar 12,06%. Sehingga total pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 35,59%. Hal ini menunjukkan bahwa citra memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang diikuti dengan citra perusahaan merupakan hal penting dalam sebuah kepuasan pelanggan dan juga kepuasan nasabah.
6. Dan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung, secara bersama sama memiliki pengaruh total yaitu Kualitas Pelayanan mampu memberikan pengaruh sebesar 24,87% dan Citra Perusahaan mampu memberikan pengaruh sebesar 35,59% terhadap Kepuasan Nasabah. Maka dari itu Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan mampu memberikan pengaruh sebesar 60,4% terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut termasuk kategori yang signifikan dan sisanya merupakan faktor lain yang tidak diteliti tetapi mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung sebesar $\rho_{y\epsilon} = 0,396$ atau sebesar 39,6%.

SARAN

Ada saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

Sebaiknya kualitas pelayanan dan citra perusahaan di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung secara

simultan dapat ditingkatkan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Maka dari itu PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung harus diperhatikan dan lebih ditingkatkan lagi kualitas pelayanan dan citra perusahaan agar menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Selain itu faktor-faktor lain seperti kualitas produk, harga, promosi, loyalitas dan lain-lain juga harus diperhatikan dan lebih ditingkatkan lagi. Sehingga nasabah pun akan merasa puas karena telah menggunakan dan membeli jasa yang disediakan atau ditawarkan oleh PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung dan akan menjadi nasabah potensial atau nasabah yang loyal terhadap perusahaan, dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain yang nantinya akan memberikan keuntungan bagi PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Danang Sunyoto (2012). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Erwina Safitri. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR BKK Boyolali* (Tesis). Magelang: Universitas Brawijaya.
- George R. Terry. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen (Principle Of Management)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Luh Ayu Mulyaningsih. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar* (Jurnal). Denpasar: Universitas Udayana Bali.
- Muhammad Adam. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Kumalaningsih. (2012). *Metodologi Penelitian*. Malang: UB Press.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadi, (2012). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Andi