

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PT PEGADAIAN (PERSERO) PEGADAIAN UNIT PELAYANAN CABANG LABUAN)

Rethorika Berthanila  
Program Studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Serang Raya  
Email: [rethorika\\_adzima@yahoo.co.id](mailto:rethorika_adzima@yahoo.co.id)

## Abstract

*The influence of service quality on customer satisfaction (Study at PT Pegadaian (Pesero) Pegadaian Unit Service Branch Labuan) Rethorika Berthanila. This study aims to examine the influence of service quality on customer satisfaction (Study at PT Pegadaian (Pesero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan). This research is quantitative, while the population and samples taken as many as 50 customers with the accidental sampling. Research instrument data using three types of tools, namely questionnaires using Likers scale model. The questionnaire was prepared with the construction of various theories of data analysis performed at the 95% level the result is significantly along the existing hypothesis. So the results of this study told that the variable quality of service can affect satisfaction in PT. Pegadaian (Persero) Pegadain Unit Service Branch Labuan.*

**Keyword :** *quality of service, customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan zaman, maka perusahaan harus lebih memperhatikan manajemen pemasarannya, yang dulu sering dilupakan karena orientasi pasar, pelayanan jasa suatu hari semakin mendapat perhatian bahkan persaingan dimasa mendatang justru akan ditentukan dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, para konsumen tidak saja menginginkan dirinya sebagai raja, mereka membutuhkan pelayanan, jaminan dan kepuasan yang optimal.

Kegiatan jasa pelayanan yang diarahkan untuk menarik konsumen sehingga konsumen akan lebih tertarik serta berminat membeli produk jasa yang ditawarkan, untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan, layanan harus diberikan dengan semaksimal mungkin. Begitu pula halnya dengan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan sebagai salah satu perusahaan umum yang bergerak dibidang pelayanan kredit gadai, jasa taksiran, jasa pinjaman, serta pelelangan produk, yang berada di Kecamatan Labuan, yang mempunyai potensi cukup baik sebagai

perusahaan gadai yang dapat mempengaruhi tingkat pelanggan yang ada.

Salah satu kunci keberhasilan dalam kegiatan usaha yang bersifat jasa khususnya jasa pegadaian adalah pelayanan. Baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memberikan dampak pada perolehan jumlah konsumen, sekarang konsumen dapat memilih produk jasa pegadaian dengan beragam jenis kualitas dan pelayanan yang ditawarkan agar konsumen itu merasa puas. "Sebagaimana disebutkan oleh Jhon Sviokla yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi ( 2001) bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan."

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang diterimanya.

Perusahaan yang benar-benar menjadikan pelanggan sebagai pusat

perhatiannya berusaha keras memikirkan jenis prosedur dan struktur yang paling sesuai bagi pelanggan, sikap ini menempatkan pelanggan pada titik perusahaan, sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang merupakan faktor penting dalam mencapai kesuksesan pelayanan bagi pelanggan, setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memerlukan service excellence yang dimaksud service excellence atau pelayanan yang unggul, yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Secara garis besar ada empat unsur pokok dalam konsep service excellence menurut Fandy Tjiptono (2002) yaitu : kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.

Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi tidak excellence yaitu bila ada komponen yang kurang. Untuk mencapai tingkat excellence, setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, menguasai pekerjaannya, baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya, maupun bagian lainnya dan mampu menangani keluhan pelanggan secara professional. Dengan demikian upaya pencapaian excellence bukanlah pekerjaan yang mudah. Akan tetapi jika hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

#### Pengertian Kualitas

Sebenarnya tidaklah mudah mendefinisikan kualitas dengan tepat. Akan tetapi pada umumnya kualitas dapat dirinci. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu

ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Pada kenyataannya aspek ini bukanlah satu-satunya aspek kualitas. Kualitas di pandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia. Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan Goestsh dan Davis (1994) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono Edisi 2 (2002; 51) yaitu bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kemudian menurut Prof. J. Salusu yang dikutip oleh Drs. H. Achmad Batinggi, MPA (2001; 2.16) mengemukakan: “ Kualitas adalah produk atau servise, bukan seperti yang ditetapkan oleh pemasok, tetapi seerti yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen, dan untuk produk atau servise yang diinginkan itu, mereka mau dan rela membayarnya.”

Pelayanan merupakan bagian dari paket sebuah penjualan yang mengiringi produk atau jasa dalam kegiatan pemasaran. Pelayanan ini semakin dirasakan penting apabila produk atau jasa itu yang dijual kepasar dengan tingkat persaingan tinggi. Perusahaan yang menjual produk atau jasa yang sama akan menemukan titik jenuh untuk bersaing dalam kualitas produk atau jasa inti saja. Sehingga pada akhirnya perusahaan tersebut akan mengarah tehnik untuk meraih dan mempertahankan konsumennya ke aspek peningkatan pelayanan yang menunjang pada pemakaian produk atau jasa inti tersebut.

Karena pelayanan untuk setiap perusahaan jasa pegadaian memiliki jenis dan bentuk yang hampir sama, maka bila terjadi persaingan tersebut akan ditekankan pada kualitas atau mutu dari pelayanannya. Sehingga penekanan perbaikan kinerja pada mutu pelayanan akan dirasakan sangat penting untuk sebuah perusahaan yang sedang bersaing. Adapun pengertian kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2002; 59)

adalah :“Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.”

Persaingan mutu atau kualitas itu sendiri akan berbeda-beda, hal ini sangat tergantung pada siapa orang yang mendefinisikannya dan dari sudut mana ia melihat semua kualitas atau mutu pelayanan. Service Quality dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan.

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. Dengan demikian Parasuraman dkk (1998) yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2001 ; 148) mendefinisikan service quality sebagai berikut :“ Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Kemudian menurut Drs. H. Achmad Batinggi, MPA (2001; 2.17) mengemukakan bahwa : “Kualitas Pelayanan berarti melayani konsumen dengan sesuatu yang berkualitas, yaitu kualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan selera pelanggan atau konsumen. Pada dasarnya semua orang dalam organisasi merupakan bagian integral yang sulit dipisahkan, dan masing-masing merupakan partner bagi yang lain.”

Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lampau, dan komunikasi eksternal.

Sementara itu ada beberapa pakar pemasaran merangkum menjadi lima dimensi pokok kualitas jasa yang dikemukakan oleh

Parasuraman dkk (1998) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002;70) yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf atau karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Layanan yang berkualitas pada prinsipnya adalah layanan yang cepat, menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, mengikuti proses dan prosedur yang telah ditetapkan lebih dahulu. Proses dan prosedur itulah yang harus disusun secara rapih dan teliti, disertai semua perangkat yang dituntut dalam proses itu. Sedemikian rupa prosedur itu terperinci yang harus diikuti, baik oleh yang melayani maupun oleh yang dilayani. Jadi pelayanan yang berkualitas itu tidak hanya ditentukan oleh pihak yang melayani, tetapi juga pihak yang ingin dipuaskan.

Adapun prinsip layanan berkualitas adalah :

- a. Sebelum segala sesuatu dimulai maka proses dan prosedur harus ditetapkan lebih awal.
- b. Proses dan prosedur itu harus diketahui oleh semua pihak yang terlibat., proses dan prosedur itu tidak boleh membingungkan dan mengundang interpretasi ganda.
- c. Kualitas muncul dari orang-orang yang bekerja dalam system, satu mata rantai, yang akhirnya membuahkan hasil.

- d. Peninjauan kualitas oleh para eksekutif, perlu dilakukan secara periodic, dalam arti perlu diadakan penyempurnaan dari prisedur jika dipandang perlu dengan memperhatikan selera pihak yang dilayani.
- e. Kualitas pelayanan dapat dicapai hanya apabila para pemimpin organisasi menciptakan suatu iklim budaya organisasi yang memusatkan perhatian secara konsisten pada peningkatan kualitas dan kemudian menyempurnakannya secara berkala.
- f. Kualitas berarti memenuhi keinginan, kebutuhan, dan selera konsumen.  
Kualitas menuntut kerjasama yang erat, setiap orang dalam organisasi hendaknya memandang orang lain sebagai partnernya, yang dapat dilihat dan dihargai sebagai bagian dari penentu berhasilnya ia melaksanakan suatu kewajiban.

Sebenarnya konsep kepuasan pelanggan masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana, maupun kompleks yang rumit. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam service encounter sangatlah penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami pula sebab-sebab kepuasan. Pelanggan tidak cuma lebih banyak kecewa pada jasa dari pada barang, tetapi mereka juga jarang mengeluh. Salah satu alasannya adalah karena mereka juga terlibat dalam proses penciptaan jasa. Bila saran dari suatu perusahaan konsultan menyebabkan semakin buruknya kinerja perusahaan kliennya, tidak bisa langsung meletakkan segala kesalahan pada pihak konsultan karena mungkin saja kliennya tidak menyampaikan dengan jelas dan lengkap segala aspek perusahaannya yang bisa mempengaruhi pengambilan keputusan dan hasil pencapaian.

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan

akan merasa puas bila harapan mereka terpenuhi dan senang atau bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang merasa puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitive pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan.

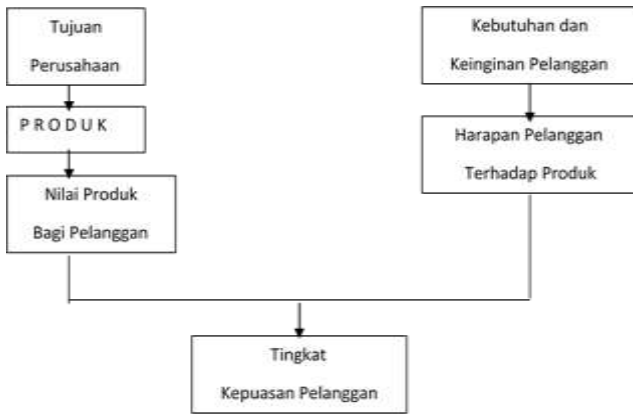
Banyak ahli yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono (2002;146) mengungkapkan bahwa : “Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui kepuasan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan pelanggan.”

Sedangkan ahli pemasaran Philip Kotler (2000;42) mendefinisikan bahwa : “Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.”

Jadi pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Seperti yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2001;158) bahwa : “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja / jasa yang diterima dan yang diharapkan.”

Menurut Zeithaml dkk (2000;75) yang dikutip oleh DR. Buchari Alma (2000;231) menyatakan bahwa : “Satisfaction atau Kepuasan adalah respons konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya. Ada perkiraan terhadap features barang dan jasa, yang telah memberikan tingkat kesenangan tertentu dan konsumen benar-benar puas.”

Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 1 (konsep kepuasan pelanggan). sebagai berikut :



Gambar 1  
Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Fandy Tjiptono (2002;147), "Manajemen Jasa". Yogyakarta

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing. Faktor-faktor tersebutlah yang menyebabkan harapan-harapan seseorang biasa-biasa saja atau kompleks. Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhi harapan pelanggan (Gambar 2):



Gambar 2

Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan  
Sumber : Fandy Tjiptono (2002;151) "Manajemen Jasa". Yogyakarta

Pada prinsipnya, strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan

adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan :

1. Strategi pemasaran berupa Relationship Marketing,
2. Strategi Superior Customer Service,
3. Strategi Unconditional Service Guarantees,
4. Strategi penanganan keluhan yang efisien,
5. Strategi peningkatan kinerja perusahaan,

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai pembandingan dalam mempelajari penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan lain:

Griselda dan Panjaitan (2007), telah melakukan penelitian dengan judul :

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. Hasil penelitian yang ada dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan dari factor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Pulau Dua. Faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen restoran Pulau Dua adalah faktor empathy. Adapun indicator yang paling mewakili faktor empathy ini adalah X14 atau perhatian personal pelayan terhadap konsumen restoran Pulau Dua.

Robby Nur Akbar, Zainul Arifin dan Sunarti (2016) telah melakukan penelitian dengan judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). Hasil penelitian yang ada dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama tiap variabel bebas terhadap tingkat kepuasan pelanggan dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai probabilitas  $F < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama terhadap tingkat

kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama variabel bebas terhadap variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat diterima.

Dengan mengacu pada beberapa telaah literature di atas, maka penulis melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Studi pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan). Adapun hipotesis yang diajukan adalah :

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui responden, dimana responden akan memberikan respon verbal dan atau resepon tertulis sebagai tanggapan atas pertanyaan yang diberikan . Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : data primer, yaitu data–data yang dikumpulkan secara langsung dengan cara dikumpulkan melalui angket/daftar pertanyaan kepada responden dan data skunder, yaitu data–data yang dikumpulkan melalui laporan–laporan dan dokumen–dokumen perusahaan serta didukung oleh tanggapan–tanggapan responden berdasarkan hasil wawancara langsung.

Teknik Sampling

Pengambilan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampling aksidental dilakukan selama 10 hari dan setiap hari diambil 5 orang, sehingga jumlah sampel sebanyak 50 orang.

Uji Analisa Data

Uji Validitas, untuk menguji validitas instrumen menggunakan program “Microsoft Exel” syarat minimum untk dianggap valid bila  $r=0,3$ .

Uji Reliabilitas pengujian reabilitas instrumen menggunakan insternal consistency dengan teknik belah dua (spilt half), dari Spearman Brown

$$r_1 = \frac{2.r_b}{1+r_b} \text{ (Sugiyono, 2004 : 269)}$$

Uji Normalitas data dinyatakan valid dan realibel selanjutnya dilakukan uji normalitas data, sebelum dianalisis dengan korelasi produk moment.

$$X^2 = \sum \frac{(f_0 - f_b)^2}{f_b} \text{ (Sugiono, 2004, 269)}$$

Teknik Analisa Data

Analisis Kuantitatif

Adalah suatu metoda analisa yang menggunakan alat bantu statistik. Menggunakan korelasi produk moment, yang dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi (KD) dengan rumus product moment :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}} \text{ (Sugioyono, 2004 : 148)}$$

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengujiannya menggunakan koefisien determinasi, dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\% \text{ (Sudjana, Metode Statistik, 1991 : 368)}$$

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dalah menggunakan Library research, field Research, daftar pertanyaan (quisioner), wawancara, Observasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**a. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan**

Tabel 1  
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
1.	Pria	24	48%
2.	Wanita	26	52%
	Jumlah	50	100%

Hasil perhitungan dari jawaban responden yang mengungkapkan identitas responden secara umum menunjukkan bahwa pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan sebagian besar adalah wanita dengan prosentase sebesar 52% sedangkan prosentase pria lebih kecil yaitu 48%.

Tabel 2  
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia	Frekuensi	Prosentase
1.	17-20 Tahun	4	8%
2.	21-30 Tahun	20	40%
3.	31-40 Tahun	14	28%
4.	41-50 Tahun	12	24%
5.	51-Tahun Keatas	-	-
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan usia pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan mayoritas adalah yang berusia 31-40 Tahun dengan prosentase sebesar 28%, kemudian yang berusia antara 41-50 Tahun

dengan prosentase sebesar 24% dan usia antara 21-30 Tahun dengan prosentase sebesar 40%, kemudian sisanya yang berusia 17-20 Tahun yaitu dengan prosentasenya sebesar 8%.

Tabel 3  
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Prosentase
1.	SD/Sederajat	2	4%
2.	SLTP/Sederajat	13	26%
3.	SLTA/Sederajat	18	36%
4.	Universitas/Akademik	17	34%
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan mayoritas adalah lulusan SLTA/Sederajat yaitu prosentasenya sebesar 36%, kemudian lulusan SLTP/Sederajat yaitu sebesar 26% dan lulusan Universitas/Akademik prosentasenya sebesar 34% dan sisanya sebesar 4% adalah lulusan SD/Sederajat.

Tabel 4  
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan

No	Profesi	Frekuensi	Prosentase
1.	Petani	3	6%
2.	Nelayan	3	6%
3.	Pedagang	15	30%
4.	Peg. Negeri	10	20%
5.	Ibu Rumah Tangga	19	38%
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan Profesi/Pekerjaan pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan mayoritas adalah Ibu Rumah Tangga prosentasenya sebesar 38%, kemudian Pegawai Negeri dan Pedagang masing-masing sebesar 30% serta Petani dan Nelayan masing-masing sebesar 6%. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan adalah berstatus Ibu Rumah Tangga.

Tabel 5  
 Jenis-jenis Barang Jaminan yang Digadai Pada  
 PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang  
 Labuan

No	Jenis Barang	Frekuensi	Prosentase
1.	Perhiasan	11	27,5%
2.	Kendaraan	20	25%
3.	Elektronik	12	30%
4.	Tekstil	7	17,5%
	Jumlah	50	100%

Berdasarkan jenis barang jaminan yang digadai oleh para pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan sebagian besar adalah jenis barang Elektronik prosentasenya yaitu 30%, kemudian Perhiasan sebesar 27,5%, dan Kendaraan sebesar 25% dan sisanya sebesar 17,5% adalah jenis barang jaminan Tekstil. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa jenis barang jaminan yang digadai oleh para pelanggan adalah alat-alat elektronik.

#### b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dibuktikan perhitungan koefisien korelasi

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh nilai-nilai sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \sum X^2 &= 6556 \\ \sum Y^2 &= 30882 \\ \sum xy &= 13969 \end{aligned}$$

Jadi :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{13969}{\sqrt{(6556)(30882)}} \\ &= \frac{13969}{\sqrt{202462392}} \\ &= \frac{13969}{14228.9279} \\ &= 0.9817 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, koefisien korelasi (r) antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,9817. Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi, dapat diketahui bahwa hubungan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan termasuk dalam hubungan yang positif dan berkategori kuat.

#### Uji Koefisien Determinasi (KD)

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= 0.9637 \times 100\% \\ &= 96,37\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (KD) diperoleh nilai sebesar 96,37% berarti pelayanan memberikan kontribusi 96,37% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 3,63% merupakan faktor lain yang tidak ditinjau dalam penelitian ini yang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

#### Uji Signifikansi

Untuk menguji hipotesis tersebut penulis menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} t &= rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}} \\ &= 0.9817 \sqrt{\frac{50-2}{1-0,9637}} \\ &= 0.9817 \sqrt{\frac{48}{0.0363}} \\ &= 0.9817 \sqrt{1322,31} \\ &= 0.9817 \times 36,36 \\ &= 35,694 \end{aligned}$$



Dengan menggunakan  $\alpha = 0,5$ , menggunakan uji dua pihak dan  $dk = n-2$  ( $50-2 = 48$ ) diperoleh  $t_{tabel} = 1,677$ . Jadi  $t_{hitung} (35,694) > t_{tabel} (1,677)$ . Berdasarkan hasil tersebut, maka  $H_0 : p = 0$  ditolak dan  $H_a : p \neq 0$  diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain sampel yang diambil melalui aksidental dapat digeneralisasikan untuk populasi pelanggan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan.

## PENUTUP

Dari hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

*Pertama* Pelaksanaan kualitas pelayanan jasa bank pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan mencapai persentase sebesar 56,60%. Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang Labuan mencapai 77,13%.

*Kedua* perhitungan korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,9817. Hal ini berarti bahwa antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terdapat hubungan (korelasi) yang positif dan kuat. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi (KD) diperoleh nilai sebesar 96,37%. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan hingga mencapai angka 96,37%. Sedangkan sisanya 3,63% merupakan faktor lain yang ikut mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan yang perlu diteliti lebih lanjut.

*Ketiga* berdasarkan hasil perhitungan uji  $t$ , diperoleh nilai  $t_{hitung} 35,694$ , sedangkan besaran  $t$  tabel berdasarkan  $dk 48$  dan  $\alpha 0,5$  diperoleh nilai  $t_{tabel} 1,677$ . Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian memperlihatkan

bahwa sampel yang diambil melalui aksidental dapat digeneralisasikan untuk populasi pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan.

*Keempat* faktor-faktor penghambat terhadap upaya peningkatan kualitas pelayanan pada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan, dalam meningkatkan kualitas pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan pelanggan yaitu :

- Masih terbatasnya wewenang yang diberikan kepada pimpinan cabang pembantu dalam mengambil keputusan.
- Terbatasnya sarana dan prasarana penunjang (jumlah teller yang minim).
- Kemampuan pegawai yang kurang memadai.

*Kelima* upaya-upaya yang ditempuh untuk menanggulangi faktor-faktor penghambat tersebut, yaitu :

- Memberikan kewenangan yang penuh kepada PT Pegadaian (Persero) Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Labuan.
- Mengoptimalkan sarana dan prasarana penunjang seperti ditambahkan jumlah kasir dan karyawannya sebagai sarana meningkatkan kerpuasan pelanggan, dan menyediakan tempat duduk dan televisi sebagai tempat istirahat dan hiburan.
- Mengadakan pelatihan-pelatihan terhadap pegawainya.

Berangkat dari hambatan-hambatan dengan usaha pemecahan yang dilakukan, maka dirasakan belum sempurna apabila tidak diikuti dengan saran-saran sebagai berikut:

*Pertama* berikan kewenangan yang luas kepada pimpinan cabang pembantu dalam mengelola, agar Kepala Cabang Pembantu dapat leluasa mengaplikasikan segala kemampuan yang ia miliki demi kemajuan perbankan yang ia pimpin.

*Kedua* penambahan jumlah kasir dan karyawan merupakan hal yang perlu diperhatikan. Hal ini dimaksud agar

pelanggan tidak terlalu lama dalam melaksanakan transaksi perbankan yang akan dia lakukan, sehingga hal ini akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

*Ketiga* hendaknya pimpinan cabang perlu memberikan pembekalan/arahan kepada aparatnya tentang cara-cara memberikan pelayanan yang baik kepada parapelanggannya. Di samping itu pimpinan cabang hendaknya memberikan dispensasi kepada pegawai yang akan melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi, sehingga mereka memiliki kemampuan dan wawasan yang lebih luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Batinggi, 2001, *Manajemen Pelayanan Umum*. Cetakan 4. Universitas Terbuka, Jakarta
- Buchari Alma, 2000, *Pemasaran Dan Jasa*. Edisi ke-4. Alfa Beta. Bandung.
- Fandy Tjipto, 2001 *Prinsip-prinsip Total Duality Service*. Edisi 2 . Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2002 *Manajemen Jasa*. Edisi II Cetakan 3 . Andi, Yogyakarta.
- Lovelock, Cristhoper & Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua), PT Indeks Jakarta.
- Ratmito & Atik Winarsih. (2005). *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Philip Kotler, 2000, *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi Millenium*, Alih Bahasa Drs. Jaka Wasana, MSM. Prenhalindo. Jakarta.
- Rambat Lipioyadi, 2001, *Manajemen Jasa Teori Dan Praktek*. Edisi I. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Administrasi*, Edisi Ke-6. Alfa Beta. Bandung.
- Sydney Segel, 1999, *Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Cetakan Ke-7, PT. Gramedia Pustaka Utam., Jakarta.

#### Jurnal :

- Wulan Jayanti, Supri W U, Juli, 2013 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan di Kabupaten Ngawi' *ASSETS: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, vol 2, no1, hh. 60-70.
- Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yuliati, 2016 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cbang Bandung' *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2*, hh 265-289.
- Yuliarmi, Ni Nyoman, Putu Riyasa. (2007). 'Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar', 12(1), 9-28.