

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG PEMBANTU SIMPANG LIMUN MEDAN

Melvi Yuliana Br Sagala¹, Charles M. Sianturi², Kepler Sinaga³

Universitas HKBP Nommensen Medan

Email Korespondensi: melvi.sagala@student.uhn.ac.id

Email: charlessianturi@uhn.ac.id, kepler.sinaga@uhn.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to measure the effect of service quality on customer satisfaction at PT Pegadaian (Persero) Simpang Limun Medan Branch Office. This study used a quantitative method with a nonprobability sampling technique and an accidental sampling approach with a sample size of 30 respondents. Data collection techniques were carried out with primary and secondary data, using multiple regression analysis, which began with validity, reliability, classical assumptions, determination coefficient, F test, and t test with the help of SPSS Statistics version 22. Based on the partial t test and simultaneous F test, the results of the study showed that the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, and assurance had a positive and significant effect on customer satisfaction, while the empathy variable had no significant effect. Based on the coefficient of determination (R^2), it is known that the five independent variables explain 72.5% of the variability in customer satisfaction, while the remaining 27.5% is explained by other variables not examined in this study

Keywords: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Nasabah.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel nonprobability sampling dan pendekatan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan data primer dan sekunder, menggunakan analisis regresi berganda, yang diawali dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, koefisien determinasi, uji F, dan uji t dengan bantuan SPSS Statistik versi 22. Berdasarkan uji t secara parsial dan uji F secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel empati tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa kelima variabel independen menjelaskan sebesar 72,5% variabilitas kepuasan nasabah, sedangkan sisanya sebesar 27,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Service Quality, Satisfaction, Customers.

PENDAHULUAN

Sektor jasa keuangan di Indonesia terus mengalami perkembangan signifikan, didorong oleh kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang fleksibel dan mudah diakses. Salah satu subsektor yang memainkan peran penting adalah pegadaian. Pegadaian merupakan lembaga keuangan non-bank yang memberikan solusi pembiayaan berbasis agunan (gadai), sehingga menjadi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat tanpa melalui proses yang rumit. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya akses keuangan, pegadaian terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Tidak hanya terbatas pada layanan gadai konvensional, pegadaian kini

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

245

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



menawarkan berbagai produk dan layanan seperti pembiayaan mikro, tabungan emas, pembelian logam mulia, dan digitalisasi layanan melalui aplikasi mobile. Langkah ini diambil untuk menjangkau lebih banyak kalangan, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Transformasi digital menjadi salah satu pendorong utama dalam perkembangan pegadaian. Pegadaian modern telah mengintegrasikan teknologi informasi untuk memberikan kemudahan dalam transaksi, seperti pembayaran online, pelacakan agunan, hingga pengajuan pinjaman secara daring.

PT Pegadaian saat ini menawarkan berbagai produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat. Salah satu produk utamanya adalah Kredit Cepat Aman (KCA), yaitu pinjaman dengan jaminan barang berharga seperti emas, perhiasan, kendaraan, atau barang elektronik dengan proses yang cepat dan mudah. Selain itu, terdapat pinjaman non-gadai, seperti Kreasi, yang merupakan kredit bagi pelaku usaha dengan jaminan BPKB kendaraan, serta Krasida, yaitu kredit angsuran bulanan dengan jaminan emas. Hal ini memungkinkan pegadaian untuk bersaing dengan lembaga keuangan lain seperti bank dan fintech dalam menyediakan layanan keuangan yang praktis dan cepat. Selain itu, regulasi pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) turut mendorong pertumbuhan sektor ini. Pengawasan dan sertifikasi dari OJK memberikan rasa aman kepada masyarakat, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga pegadaian.

Pemerintah juga aktif mendorong inklusi keuangan melalui pegadaian, terutama bagi masyarakat di wilayah pedesaan yang belum terjangkau layanan perbankan formal. Dengan potensi besar dan inovasi yang terus dikembangkan, sektor jasa keuangan pegadaian diharapkan dapat menjadi pilar penting dalam mendukung inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pegadaian tidak hanya membantu masyarakat memenuhi kebutuhan finansial jangka pendek tetapi juga mendorong perencanaan keuangan yang lebih baik melalui layanan investasi seperti tabungan emas. Pengembangan sektor ini mencerminkan adaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan kemajuan teknologi, menjadikannya sebagai salah satu sektor yang dinamis dalam lanskap keuangan Indonesia. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen, terutama pada sektor jasa seperti pegadaian. Pegadaian, sebagai lembaga keuangan yang menyediakan solusi pinjaman dengan jaminan, memiliki peran strategis dalam membantu masyarakat mengatasi kebutuhan finansial mendesak. Sebagai perusahaan jasa yang berinteraksi langsung dengan konsumen, pegadaian dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima guna memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam era persaingan yang semakin ketat, konsumen memiliki berbagai pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik menjadi keunggulan kompetitif bagi pegadaian. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) menjadi tolok ukur utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya akan meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Kepuasan konsumen sendiri merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen setelah membandingkan ekspektasi mereka terhadap layanan yang diterima. Jika layanan yang diberikan pegadaian sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen, maka kepuasan akan tercapai. Sebaliknya, jika layanan yang diterima berada di bawah ekspektasi, maka konsumen akan merasa kecewa. Tingkat kepuasan ini memiliki dampak langsung pada citra perusahaan, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan keberlangsungan bisnis pegadaian dalam jangka panjang. Namun, tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan tetap ada, terutama dengan perkembangan teknologi yang mengubah preferensi dan perilaku konsumen. Digitalisasi layanan pegadaian, seperti aplikasi online dan transaksi non-tunai, juga menjadi tantangan baru yang harus diimbangi dengan pelatihan sumber daya manusia dan infrastruktur yang memadai. Oleh karena itu, penting bagi pegadaian untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi harapan konsumen dan menciptakan kepuasan yang optimal. Dengan demikian, hubungan yang harmonis antara pegadaian dan konsumen dapat terjalin, sehingga mendukung keberlanjutan bisnis pegadaian di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, lebih jelasnya penelitian ini berjudul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan”. Pemilihan PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan sebagai lokasi penelitian didasarkan pada tingginya jumlah nasabah, keberagaman latar belakang mereka, serta peran strategis cabang ini dalam layanan keuangan. Selain itu, kemudahan akses dan ketersediaan data mendukung efektivitas penelitian

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016: 8) kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Sugiyono (2016:11) metode *survey* adalah penelitian yang digunakan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Metode *survey* bertujuan untuk mempelajari pengetahuan, kepercayaan, preferensi dan kepuasan masyarakat dan mengukur berbagai besaran ini dalam populasi umum. Dalam penelitian *survey*, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Dan penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 25.

PEMBAHASAN

Dimensi Kualitas Layanan

Manengal (2021:15) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Dzikra (2020:35) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen, kemudian Putri et al., (2020:54) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan.

Untuk pengertian selanjutnya Armaniah, dkk (2019:21) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Utomo dan Riswanto (2019:32) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan/keinginan konsumen dengan persepsi mereka, kualitas layanan sebagai suatu ukuran untuk menilai apakah layanan sudah mempunyai nilai guna sesuai yang dikehendaki atau dengan kata lain, suatu barang dapat dikatakan memiliki kualitas apabila nilai guna atau fungsinya sudah sesuai dengan yang diinginkan. Kualitas pelayanan merupakan dua suku kata yang saling bertautan dan integral, dua suku kata tersebut harus dikerjakan dengan baik dan benar.

Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan serta persepsi. Kualitas pelayanan yang baik menjadi sebuah prioritas bagi setiap perusahaan. Mereka berkompetisi untuk menyajikan sebuah pelayanan yang lebih baik, lebih ramah dan lebih mendekatkan antara perusahaan dengan konsumennya. Adanya kebutuhan dan keinginan pelanggan

terhadap suatu produk atau jasa merupakan salah satu alasan pengusaha mendirikan perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mulai menitikberatkan pelayanan terhadap pelanggannya dengan harapan para pelanggan akan merasa puas dan loyal terhadap produk atau jasa perusahaan karena pelanggan merupakan salah satu aset yang paling berharga bagi sebuah perusahaan, semakin banyak pelanggan maka akan semakin bertambah keuntungan perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya.

Dimensi Kualitas Bukti Fisik / Berwujud

Bukti fisik merupakan perangkat-perangkat yang dibutuhkan untuk mendukung penampilan suatu produk, sehingga memperlihatkan secara langsung kualitas produk serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Penampilan fisik suatu perusahaan sangat berpengaruh sekali terhadap nasabah untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Kepuasan dari konsumen disebabkan oleh sejumlah faktor, salah satunya adalah *physical evidence*. Faktor ini dapat memberikan suasana yang nyaman dan mendukung sesuai dengan harapan dari konsumen serta menumbuhkan citra perusahaan Ratnasari, dkk (2011:53) mendefinisikan *physical evidence* adalah sebagai berikut: “lingkungan fisik perusahaan tempa jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta pelanggan berinteraksi, ditambah elemen berwujud yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa.” Sedangkan Menurut Daryanto dan Farid (2013:103) berpendapat “Fasilitas fisik adalah Segala sesuatu yang berupa benda atau fisik yang dapat dibedakan, yang mempunyai peranan mempermudah dalam melancarkan suatu usaha. Fasilitas fisik juga disebut fasilitas materil Contoh: toilet, televisi, AC, Cctv, tempat parkir, meja, peralatan komunikasi elektronik, dll. Indikator bukti fisik menurut Iffan (2018:131) yaitu sebagai berikut:

1. *Exterior Appearance* (Tampilan Luar): Exterior Appearance meliputi desain gedung luar, papan nama luar, lahan parkir, warna atau cat, lingkungan sekitar/lokasi, dan tampilan eksterior keseluruhan.
2. *Interior Appearance* (Tampilan Dalam): Interior Appearance meliputi perabotan, papan nama dalam, pencahayaan interior, tata ruang, pengaturan frontline office, kebersihan, suhu, kualitas udara, dan tampilan interior keseluruhan.
3. *Other Tangibles* (Wujud Lain): Other Tangibles meliputi situs web, pakaian pegawai, surat selebaran, jaringan, display banners, dan hadiah untuk pelanggan.

Dimensi Kualitas Kehandalan

Kehandalan menurut Sugiyono (2016: 137) kehandalan adalah tingkat konsistensi atau kestabilan suatu alat ukur dalam mengukur suatu variabel. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan:

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Pertanggungjawaban tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan.
- c. Memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen, dan tidak membedakannya satu dengan yang lainnya. Memberikan pelayanan tepat waktu.
- d. Memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan.

Dimensi Kualitas Daya Tanggap

Menurut (Tjiptono, 2019) kesigapan atau daya tanggap adalah kemampuan penyedia layanan dalam memberikan layanan yang cepat, akurat, dan memuaskan, termasuk kesiapan dalam menangani keluhan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

248

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



dan pertanyaan pelanggan. Menurut Robbins & Judge, 2019: Dalam konteks perilaku organisasi, daya tanggap didefinisikan sebagai kemampuan individu atau kelompok untuk merespons situasi atau masalah yang timbul dalam suatu organisasi, baik itu masalah internal maupun eksternal. Respons yang cepat dan tepat dapat meningkatkan efektivitas kerja dan kinerja organisasi. Berdasarkan banyak studi yang dilakukan, ada satu hal yang sering membuat pelanggan kecewa, yaitu pelanggan sering diping-pong saat membutuhkan informasi. Dari staf yang satu dioper ke staf yang lain kemudian staf yang lain tidak mengetahui atau menjawab hal apa yang diinginkan oleh pelanggan. Sungguh pelayanan yang tidak tanggap dan pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. Daya tanggap/ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Sedangkan atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah:

1. Memberikan pelayanan yang cepat.
2. Kerelaan untuk membantu/menolong konsumen.
3. Siap dan tanggap untuk menangani permintaan dari para konsumen

Dimensi Kualitas Jaminan

Menurut Sari dan Susanti (2019), dimensi jaminan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang mampu menjaga konsistensi kualitas produk atau layanan akan lebih berhasil dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), *assurance* ini sangat erat kaitannya dengan reputasi perusahaan, kredibilitas, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Kemampuan untuk memberikan keyakinan ini berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian pelanggan dan dapat membentuk loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Atribut-atribut yang ada dalam:

1. Karyawan yang memberi jaminan berupa kepercayaan diri kepada konsumen.
2. Membuat konsumen merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan.
3. Karyawan yang sopan.
4. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari konsumen.

Dimensi Kualitas Empati

Keltner & Haidt (2016: 112) empati sebagai kemampuan untuk merasakan atau menanggapi perasaan orang lain dengan perasaan yang serupa, yang memfasilitasi banyak interaksi sosial dan mendukung koneksi sosial antara individu. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Dari pengertian dapat disimpulkan kepedulian yaitu perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antara pegawai objek wisata dengan pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari pegawai suatu objek wisata atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkan ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan. Indikator empati dalam penelitian ini adalah:

1. Memahami Kebutuhan Pelanggan: Karyawan harus dapat mengenali dan memahami kebutuhan serta harapan pelanggan secara individual, yang mencakup mendengarkan dengan aktif dan menanggapi dengan tepat.

2. Komunikasi yang Efektif: Karyawan harus mampu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, termasuk memberikan informasi yang jelas dan menjawab pertanyaan dengan sabra

Dimensi Kepuasan Nasabah

Tjiptono (2016:16) mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima indikator pada kepuasan nasabah yaitu:

1. *Expectations* (harapan) diartikan nasabah menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk.
2. *Performance* (kinerja) yaitu selama kegiatan konsumsi, nasabah merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan nasabah.
3. *Comparison* (perbandingan) yaitu setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh nasabah.
4. *Confirmation* atau *disconfirmation* yaitu penegasan dari harapan nasabah, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
5. *Discrepancy* (ketidaksesuaian) yaitu diskonfirmasi yang negative menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan nasabah.

Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016:153) adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda, menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan sebesar 0,178. Berdasarkan hasil uji-t untuk variabel bukti fisik diperoleh nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Dengan demikian, variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,711), nilai t hitung untuk bukti fisik adalah 1,906 ($1,906 > 1,711$).

Hubungan antara bukti fisik dan kepuasan nasabah dapat bersifat positif, artinya semakin baik fasilitas yang tersedia, semakin tinggi kepuasan nasabah. Bukti fisik yang mencakup kondisi kantor, kebersihan lingkungan, fasilitas ruang tunggu, dan penampilan pegawai memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan kenyamanan nasabah. Fasilitas yang modern dan terawat dapat meningkatkan persepsi profesionalisme perusahaan, sehingga nasabah lebih puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Robyardi (2018) menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bukti fisik, seperti fasilitas, tampilan kantor, dan peralatan yang digunakan, memberikan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan nasabah saat berinteraksi dengan perusahaan.

Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda, menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,035. Hasil uji-t menunjukkan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, sehingga variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika dibandingkan dengan t

tabel (1,711), nilai t hitung untuk kehandalan adalah 2,317 ($2,317 > 1,711$).

Hubungan antara kehandalan dan kepuasan nasabah bersifat positif, artinya semakin handal layanan yang diberikan Pegadaian, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Kehandalan mencakup kemampuan petugas dalam memberikan layanan yang cepat, akurat, dan sesuai dengan prosedur. Jika Pegadaian mampu memastikan transaksi berjalan dengan lancar tanpa kendala, maka nasabah akan merasa lebih nyaman dan percaya terhadap layanan yang diberikan. Sebaliknya, keterlambatan atau kesalahan dalam pelayanan dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Hakim dan Wulandari (2020) menemukan bahwa kehandalan layanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan di sektor jasa keuangan. Kehandalan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan janji dan ekspektasi pelanggan secara konsisten.

Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda, menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,428. Berdasarkan uji-t, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,711), nilai t hitung untuk daya tanggap adalah 2,108 ($2,108 > 1,711$).

Hubungan antara daya tanggap dan kepuasan nasabah bersifat positif, artinya semakin cepat dan responsif petugas dalam melayani nasabah, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Daya tanggap mencakup kesigapan pegawai dalam merespons pertanyaan, menangani keluhan, dan memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Pelayanan yang cepat dan ramah akan membuat nasabah merasa dihargai dan diperhatikan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap Pegadaian. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Sari dan Hidayat (2020) menunjukkan bahwa daya tanggap memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap mencerminkan seberapa cepat dan tepat pegawai dalam merespons permintaan atau keluhan nasabah.

Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda, menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,162. Berdasarkan hasil uji-t, diperoleh nilai signifikansi $0,019 < 0,05$, sehingga variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,711), nilai t hitung untuk jaminan adalah 2,507 ($2,507 > 1,711$). Hubungan antara jaminan dan kepuasan nasabah bersifat positif, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan dan keamanan yang diberikan Pegadaian, semakin tinggi kepuasan nasabah. Jaminan dalam layanan mencakup kepastian dalam transaksi, perlindungan terhadap aset nasabah, serta profesionalisme pegawai dalam menangani berbagai layanan. Jika Pegadaian mampu memberikan jaminan terhadap keamanan transaksi dan transparansi dalam prosedur, maka nasabah akan lebih nyaman dalam menggunakan layanan Pegadaian. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Handayani (2021) menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jaminan berkaitan dengan kepercayaan nasabah terhadap keamanan transaksi serta kompetensi pegawai dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat.

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda, menunjukkan bahwa empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,180. Berdasarkan hasil uji-t, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, namun nilai t hitung 1,336 lebih kecil dari t tabel 1,711, sehingga variabel empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak. Hubungan antara empati dan kepuasan nasabah tidak signifikan, artinya meskipun empati merupakan faktor penting dalam pelayanan, namun dalam

konteks penelitian ini, empati tidak secara langsung memengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini dapat terjadi karena nasabah lebih mengutamakan faktor lain seperti kehandalan, daya tanggap, dan jaminan dalam menilai kepuasan mereka terhadap layanan Pegadaian. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Putri dan Rachman (2017) menunjukkan bahwa empati memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Empati mencerminkan perhatian dan kepedulian pegawai dalam melayani nasabah secara personal.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan.
2. Secara parsial, variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel empati tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Daya tanggap memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah, yang menunjukkan bahwa semakin cepat dan responsif pegawai dalam melayani nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Di sisi lain, meskipun empati memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa faktor ini belum cukup kuat dalam memengaruhi kepuasan nasabah secara langsung dalam konteks layanan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,725 menunjukkan bahwa 72,5% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan 27,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan, terutama dalam aspek daya tanggap, jaminan, kehandalan, dan bukti fisik, menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Simpang Limun Medan.

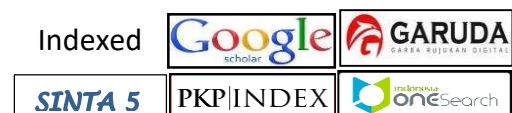
REFERENSI

- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 1-10. [e-ISSN: 2723-0112]. Retrieved from <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/NMaR>.
- Gunawan, D. (2022). *Strategi Kualitas Produk dalam Industri Modern*. Jakarta: PT. Pustaka Abadi.
- Hakim, A., & Wulandari, S. (2020). Analisis Kehandalan Layanan dan Kepuasan Pelanggan di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 78–90.
- Handayani, R. (2021). Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 8(2), 45–56.
- <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es>Horman, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 50–60.
- <https://doi.org/10.24034/jimbis.v1i3.5468>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran (Edisi 1, alih bahasa Bob Sabran)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, I., & Fandi, T. (2021). *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan (Edisi Revisi)*. Bandung:

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

252



PT. Remaja Rosdakarya.

Meutia, N. (2020). *Konsep Kualitas Produk dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nuka, F. E. M., Alam, S., & Ashari, A. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pelabuhan Pasca Penggabungan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) pada Regional 4 Cabang Makassar. *Cendekia Akademika Indonesia*, 5(3), 441-455.

<https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/NMaR>

Putri, L., & Rachman, T. (2017). Peran Empati dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Industri Perbankan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 112–125.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Index.

Robyardi, A. (2018). Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Nasabah pada Layanan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(4), 99–110. <https://doi.org/10.12345/jmb.v12i4.6789>.

Sangi, I. M. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Productivity*, 3(2), 107–112. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/38142>

Sari, M., & Hidayat, A. (2020). Daya Tanggap Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Jasa Keuangan. *Jurnal Riset Ekonomi*, 11(2), 55–70.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 1)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi ke-4)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education