**TINGKAT KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI FAKTOR PELAYANAN PADA PT. PEGADAIAN UNIT PELAYANAN CABANG BENGKALIS**

**Sari1, Tri Handayani2**

Politeknik Negeri Bengkalis, Bengkalis, Riau, Indonesia

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Keywords:**  *Customer satisfaction,*  *Service*  **Received:**\*\*\*\*\*\*, \*\*\*  **Accepted:** \*\*\*\*\*\*, \*\*\*  **Published:** \*\*\*\*\*\*, \*\*\*  C:\Users\178\Desktop\图片1.emf |  |  | Abstract  The purposes of this research are to know the factors that affect customer satisfaction in terms of service factors in PT. Pegadaian UPC Bengkalis, The most dominant factor influencing the level of customer satisfaction in terms of service factors in PT. Pegadaian UPC Bengkalis and smallest factor affecting the level of customer satisfaction in terms of service factors in PT. Pegadaian UPC Bengkalis. The population in this researchwere all customers who has never been become customers at PT. Pegadaian UPC Bengkalis, and the sample were 100 respondents. Sampling technique used was purposive sampling. This type of research is associative research. The survey results revealed that the factors affecting the measurement of the level of satisfaction in terms of service factors in PT. Pegadaian UPC Bengkalis namely reliability, responsiveness, assurance, empathy and intangible. The most dominant influencing factor is Responsiveness and the smallest factor influencing that Empathy. |

## 1. Pendahuluan

## 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan pasar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelangg-an secara maksimal. Karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiridari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2004:50).

Dalam ilmu politik dan administrasi negara, pelayanan umum atau pelayanan publik merupakan istilah yang menggambarkan bentuk dan jenis pelayanan pemerintah kepada rakyat atas dasar kepentingan umum. Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada orga-nisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Jadi, setiap perusahaan harus memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menciptkan tingkat kepuasan bagi setiap nasabah. Salah satunya sistem pelayanan yang ada di PT. Pegadaian. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga ke-uangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti di-maksud dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, yang pada tahun 2013 resmi berubah status menjadi Perseroan Terbatas PT.Pe-gadaian Persero. Dalam ilmu politik dan administrasi negara, pelayanan umum atau pelayanan publik merupakan istilah yang menggambar-kan bentuk dan jenis pelayanan pemerintah kepada rakyat atas dasar kepentingan umum. Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Jadi, setiap perusahaan harus memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menciptkan tingkat kepuasan bagi setiap nasabah. Salah satunya sistem pelayanan yang ada di PT. Pegadaian. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, yang pada tahun 2013 resmi berubah status menjadi Perseroan Terbatas PT.Pegadaian Persero.

Semakin banyak nya perminta-an konsumen akan mendorong pada pemerintah khususnya di bidang simpan pinjam PT. Pegadaian UPC Bengkalis untuk ikut bersaing mena-warkan kelebihan-kelebihannya. Bany-ak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satu-nya adalah kualitas pelayanan PT. Pegadaian UPC Bengkalis itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan.

PT. Pegadaian UPC Bengkalis yang merupakan salah satu nya lembaga keuangan simpan pinjam yang sudah dikenal oleh masyarakat kota bengkalis yang berdiri sejak tahun 2008 sampai sekarang. Ini terbukti dengan banyaknya nasabah yang berasal dari desa-desa yang ada di kota bengkalis. PT. Pegadaian UPC Beng-kalis yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani yang terletak di pusat kota Bengkalis. PT Pegadaian UPC Bengkalis hanya memiliki 2 pekerja yang akan melayani masyarkat Bengkalis.

**1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah ditinjau dari Faktor Pelayanan pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Bengkalis?”.

**1.3 Batasan Masalah**

Pada penulisan penelitian tugas akhir ini penulis akan memberi batasan pada penelitian ini, adapun batasan penelitian ini yaitu hanya akan membahas tentang pengukuran tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayanan nasabah saja pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Be-ngkalis.

**1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasar rumusan masalah ter-sebut maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayanan pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Beng-kalis.
2. Untuk mengetahui faktor paling dominan yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di-tinjau dari faktor pelayanan pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Bengkalis.
3. Untuk mengetahui faktor paling kecil yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayanan pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Bengkalis.

# 2. Kajian Pustaka

**Konsumen**

Menurut Nasution (2005) pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat ter-penuhi melalui produk yang dikonsum-si.

Tjiptono (2005) mengatakan kepuasan itu terlihat dari respons konsumen terhadap evaluasi ketidak-sesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal (atau standar kinerja tertentu) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemerolehan produk.

Jenis Konsumen

1. Konsumen individu

Menurut H. Mulyadi Nitisusatro (2013) konsumen individu, Se-orang anak sekolah yang mem-beli sebuah buku di sebuah toko disebut sebagai konsumen indivi-du atau konsumen perorangan. Dengan demikian, maka penge-rtian konsumen sangat mudah untuk dikenal dan dipahami. Karena sifatnya yang individu, maka jelas kiranya bahwa konsumen individu ini jumlahnya sangat besar. Maka tidak meng-herankan, sesuai dengan uraian yang telah dibahas sebelum ini, dengan jumlah penduduk sangat besar, indonesia merupakan pa-sar yang sangat pontetial. Bagi seorang pelaku usaha konsumen individu yang jumlahnya besar ini lebih menjanjikan apabila mempunyai daya beli yang sa-ngat kuat.

2. Konsumen Institusi

Menurut H. Mulyadi Nitisusatro (2013) konsumen institusi, Ilustrasi yang berikut akan mem-berikan gambaran yang lebih jelas tentang yang dimaksud de-ngan konsumen institusi. Sese-orang kepala sekolah yang mem-beli pakaian seragam untuk para muridnyadisebut sebagai konsu-men institusi meskipun yang membeli adalah satu orang. Di dalam konsumen institusi, ter-dapat konsumen individu, karena pada dasarnya konsumen institusi merupakan kumpulan individu. Dapat dikatakan bahwa konsu-men institusi merupakan kum-pulan institusi individu yang memiliki kesamaan relatif dalam kebutuhan dan keinginan. Penya-tuan kesamaan relatif kebutuhan dan keinginan tersebut dilakukan dalam bentuk memasuki orga-nisasi kelompok, yang di dalam masyarakat sering kita kenal dengan nama kelompok atau organisasi nasional.

**Kepuasan Konsumen**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller  (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Sedangkan menurut Umar, 2005:65).Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Kotler (2001 : 46) menandaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pngertian tersebut menurut para ahli, bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan berdasarkan pada fak-tor utama yang perlu diperhatikan pleh sebauh perusahaan. Ada 5 Faktor uta-ma yang perlu diperhatikan dalam me-raih kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001) yaitu :

1. Kualitas Produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

1. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

1. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena meng-gunakan merek yang mahal.

1. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang *relative* murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

1. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Irawan (2008:37), Faktor-faktor yang pendorong kepuas-an konsumen adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan meng-gunakan produk tersebut ternyata kualitas produkmya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang *sensitive,* biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality,* kepuasan ter-hadap kualitas pelayanan biasa-nya sulit ditiru. Kualitas pelayan merupakan driver yang mem-punyai banyak dimensi, salah satunya yang popular adalah SERQUAL.
4. *Emotional Factor,* pelanggan akan merasa puas (bangga) ka-rena adanya *emosional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelangg-an akan semakin puas apabila *realtive* mudah, nyaman dab efisien dalam mendapatkan pro-duk atau pelayanan.

**Kualitas Pelayanan**

Kualitas sangat diinginkan oleh setiap pelanggan, karena dengan ada-nya kualitas yang baik sehingga akan membuat pelanggan tersebut merasa senang sehingga mereka menetap menjadi pelanggan.

Tjiptono (2006) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sedang-kan Garvin dan Davis (2004) men-yatakan, bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kemudian menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan meru-pakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum atau sesudah terjadinya transaksi. Sehingga pada umumnya pemberian pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan akan menghasilkan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan.

Dari definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sesuai dengan pendapat dari Tjiptono (2006:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat ke-unggulan tersebut untuk memenuhi keingginan pelanggan. Sedangkan me-nurut pendapat Nasution (2004:47) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Faktor-Faktor Yang Digunakan Untuk Mengukur Pelayanan menurut (Kotler dan Keller, 2007).

1. Keandalan ( *Reability )*

Yaitu kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat, kea-ndalan meliputi :

1. Memberikan layanan sesu-ai janji
2. Ketergantungan dalam me-nangani masalah layan-an pelanggan
3. Melakukan layanan layan-an pada saat pertama
4. Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan
5. Mempertahankan rekor be-bas cacat
6. Daya tanggap (*responsiveness)*

Yaitu kesedian membantu pe-langgan dan memberikan jasa dengan cepat, daya tanggap meli-puti :

1. Mengusahakan pelanggan tetap terinformasi, misal-kan kapan layanan itu akan dilakukan
2. Layanan yang tepat pada pelanggan
3. Keinginan untuk memba-ntu pelanggan
4. Kesiapan untuk menang-gapi permintaan pelanggan
5. Jaminan (*Assurance)*

Yaitu pengetahuan dan keso-panan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan keper-cayaan dan keyakinan, jaminan meliputi :

* 1. Karyawan yanng mem-bangkitkan kepercayaan kepada pelanggan
  2. Membuat pelanggan mera-sa aman dalam trans-aksi mereka
  3. Karyawan yang sangat san-tun
  4. Karyawan yang memiliki pengetahuan untukn men-jawab pertanyaan pelanggan

1. Empati (*Empaty)*

Yaitu kesediaan memberikan perhatian hati yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan, Empati meliputi:

* 1. Memberikan pelanggan pe-rhatian individual
  2. Karyawan yang menghada-pi pelanggan yang pe-duli mode
  3. Sangat memerhatikan kep-entingan pelanggan terbaik
  4. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan me-reka
  5. Jam bisnis yang nyaman

1. Benda berwujud (*Tangible)*

Yaitu penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan ko-munikasi, Benda berwujud meli-puti :

* 1. Peralatan Modern
  2. Fasilitas yang secara visual menarik
  3. Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional
  4. Bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan dengan layanan

## 3. Metodelogi Penelitian

**3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Unit Cabang Bengkalis.

Karena jumlah populasinya belum diketahui, maka menurut Kharis (2011:12) dalam menentukan sampel menggunakan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

: Besar sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam pengambilan sampel biasanya

90% Sehingga Z = 1,96

Moe : *Margin of error,* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolelir biasanya 10% atau 0,1

96,04 dibulat menjadi 96 sampel

Sampel minimal yang diperlu-kan dalam penelitian ini sejumlah 96 responden. Namun, untuk lebih merepresentatifkan populasi, sampel yang akan diteliti berjumlah 100 responden.

**3.2 Pengukuran Skala**

Akdon (2008:20) Dalam penelitian ini penulis menggunakan peng-ukuran *skala likert,* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item *instrument* yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun rumus pengklasifikasian skor sebagai berikut:

Keterangan:

= Interval kelas

R = Skor tertinggi-skor terendah

K = Jumlah kelas

**Table 1. Tabel 1 Identifikasi Skor**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Skor Kelas** | **Kelas** | **Mean Skor** |
| 5 | Sangat Tinggi | 4,21-5,00 |
| 4 | Tinggi | 3,41-4,20 |
| 3 | Sedang | 2,61-3,40 |
| 2 | Rendah | 1,81-2,60 |
| 1 | Sangat Rendah | 1,00-1,80 |

*Sumber: Data Olahan*

**3.3 Definisi Operasional**

Definisi operasinal variabel adalah untuk penelitian yang memberitahukan bagaimana mengukur suatu variabel. Definisi Variabel berisikan indikator-indikator dari suatu variabel, yang memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang relevan untuk variabel tersebut. Dalam penelitian ini definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Definisi Operasional, Indikator-indikator dan Skala Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Definisi**  **Konsep** | **Definisi**  **Operasional** | **Indikator** | **Sub Indikator** | **Skala** |
| Kepuasan pelanggan | Kepuasan pelanggan merupa kan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapan nya (Kotler 2005). | 1. Keandalan   (*Reability)* | 1. Memberikan layanan sesuai janji 2. Ketergantungan dalam menangani masalah la-yanan pelanggan 3. Melakukan layanan pa-da saat pertama 4. Menyediakan layanan pada waktu yang di-janjikan 5. Mempertahankan rekor bebas cacat | Likert |
| 1. Daya tanggap (*Responsivenees)* | 1. Mengusahakan pelang-gan tetap terinformasi, misalkan kapan layan-an itu akan dilakukan 2. Layanan yang tepat pada pelanggan 3. Keinginan untuk mem-bantu pelanggan 4. Kesiapan untuk men-anggapi permintaan pelanggan | Likert |
| 1. Jaminan (*Assurance* | 1. Karyawan yang mem-bangkitkan keper-cayaan kepada pe-langgan 2. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka 3. Karyawan yang sangat santun 4. Karyawan yang mem-iliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan | Likert |
| 1. Empati (*Empaty)* | 1. Memberikan pelangg-an perhatian individual 2. Sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik 3. Karyawan yang mem-ahami kebutuhan pe-langgan mereka | Likert |
| 1. Berwujud   (*Tangible)* | * 1. Peralatan modern   2. Fasilitas yang secara visual menarik   3. Karyawan yang mem-iliki penampilan yang rapi dan profesional   4. Bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan de-ngan layanan | Likert |

*Sumber: Philip Kotler dalam Panca (2011); Philip Kotler dan Keller (2007)*

**4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

**4.1 Karakteristik/Profil Responden Penelitian**

Adapun penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian UPC Bengkalis yang akan menggali tentang Pen-gukuran Tingkat Kepuasan Nasabah ditinjau dari Faktor Pelayanan pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Bengkalis.

Untuk menjelaskan hasil pene-litian dari variabel yang diteliti, dilaku-kan penelitian dan pengumpulan data tentang karakteristik responden yang mewakili dari seluruh populasi yang ada untuk dijadikan sumber informasi sesuai dengan kuesioner yang dibuat untuk penelitian ini. Sehingga data-data yang diperoleh akan disajikan sesuai dengan karakteristik masing-masing agar mudah dipahami.

**Tabel 3. Rangkuman Deskriptif Responden**

**Terhadap Keandalan (*Reability)***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Mean** | **Keterangan** |
| K1 | 3,79 | T |
| K2 | 3,52 | T |
| K3 | 3,41 | T |
| K4 | 3,29 | S |
| K5 | 3,40 | S |
| **TOTAL** | **3,48** | **T** |

# Dari Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa pernyataan indikator pertama dari kehandalan (*reability)* menyatakan layanan sesuai harapan nasabah pada Pt. Pegadaian UPC Bengkalis tergolong baik mempunyai skor mean 3,79 dengan tingkat kategori tinggi, pernyataan indikator kedua dari kehandalan(*reability)* menyatakan selalu dapat mengatasi keluhan dan meng-atasi masalah nasabah tergolong baik, mempunyai skor mean 3,52 dengan tingkat kategori tinggi, pernyataan ind-ikator ketiga dari kehandalan(*rea-bility)* menyatakan selalu melakukan pelayanan yang prima tergolong baik, mempunyai skor mean 3,41 dengan tingkat kategori tinggi. untuk per-nyataan indikator keempat dari keha-ndalan(*reability)* menyatakanselalu tepat waktumempunyai skor mean 3,29 dengan tingkat kategori sedang. pernyataan indikator kelima dari kehandalan(*reability)* menyatakan sel-alu mempertahankan kualitas pelayan-an yang selalu adamempunyai skor mean 3,40 dengan tingkat kategori sedang. Jadi, dapat disimpulkan dari setiap indikator bahwa kehanda-lan(*reability)* mempunyai skor mean 3,48 dengan tingkat kategori tinggi.

# Tabel 4. Rangkuman Deskriptif Responden

# Terhadap Daya Tanggap (*Responsiveness)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Mean** | **Keterangan** |
| DT 1 | 3,77 | T |
| DT 2 | 3,48 | T |
| DT 3 | 3,39 | S |
| DT 4 | 3,63 | T |
| **TOTAL** | **3,57** | **T** |

# Dari Tabel 4. dapat dijelaskan bahwa pernyataan indikator pertama dari daya tanggap (*responsiveness)* menyatakan selalu mem-berikan informasi kepada nasabah tergolong baik mempunyai skor mean 3,77 dengan tingkat kategori tinggi, pernyataan indikator kedua dari daya tanggap (*responsiveness)* menyatakan karyawan Pt. Peagadaian memberikan pelayanan yang baik dan tepat pada nasabah tergolong baik, mempunyai skor mean 3,48 dengan tingkat kategori tinggi, pernyataan indikator ketiga dari daya tanggap (*responsiveness)*men-yatakan karyawan Pt. Pegadaian selalu tanggap dalam membantu na-sabah tergolong baik, mempunyai skor mean 3,39 dengan tingkat kategori sedang. untuk pernyataan indikator keempat dari daya tanggap (*responsiveness)* menyatakankaryawan Pt. Pegadaian selalu siap menanggapi permintaan nasabah mempunyai skor mean 3,63 dengan tingkat kategori tinggi.Jadi, dapat disimpulkan dari setiap indikator bahwa daya tanggap (*responsiveness)*mempunyai skor mean 3,57 dengan tingkat kategori tinggi.

# Tabel 5. Rangkuman Deskriptif Responden

# Terhadap Jaminan (*Assurance)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Mean** | **Keterangan** |
| J1 | 3,55 | T |
| J2 | 3,33 | S |
| J3 | 3,44 | T |
| J4 | 3,16 | S |
| **TOTAL** | **3,37** | **S** |

Dari Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa pernyataan indikator pertama dari jaminan (*assurance)* menyatakan selalu jujur dalam melayani nasabah tergolong baik mempunyai skor mean 3,5 dengan tingkat kategori tinggi, pernyataan indikator kedua dari jaminan (*assurance)* menyatakan karyawan Pt. Peagadaian memberikan pelayanan yang membuat nasabah merasa aman dalam bertansaksi tergolong baik, mempunyai skor mean 3,33 dengan tingkat kategori sedang. pernyataan indikator ketiga dari jaminan (*assurance)* menyatakan karyawan Pt. Pegadaian selalu santun dalam melayani nasabah tergolong baik, mempunyai skor mean 3,44 dengan tingkat kategori tinggi. untuk pernyataan indikator keempat dari jaminan (*assurance)*menyatakankaryawan Pt. Pegadaian memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam melayani nasabah mempunyai skor mean 3,16 dengan tingkat kategori sedang.Jadi, dapat disimpulkan dari setiap indikator bahwa jaminan (*assurance)* mempunyai skor mean 3,37 dengan tingkat kategori sedang.

.

**Tabel 6. Rangkuman Deskriptif Responden**

**Terhadap Empati (*Empaty)***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Mean** | **Keterangan** |
| E1 | 3,21 | S |
| E2 | 3,06 | S |
| E3 | 2,89 | S |
| **TOTAL** | **3,05** | **S** |

Dari Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa pernyataan indikator pertama dari empati (*empaty)* menyatakan selalu dapat memberikan pelayanan khusus pada setiap nasabah nya tergolong baik mempunyai skor mean 3,21 dengan tingkat kategori sedang.pernyataan indikator kedua dari empati (*empaty)* menyatakan karya-wan Pt. Peagadaian sangat mem-perhatikan kepentingan nasabah ter-baiknya tergolong baik, mempunyai skor mean 3,06 dengan tingkat kategori sedang. pernyataan indikator ketiga dari daya empati (*empaty)* menyatakan karyawan PT. Pegadaian selalu memahami kebutuhan nasabah tergolong baik, mempunyai skor mean 2,89 dengan tingkat kategori sedang.Jadi, dapat disimpulkan dari setiap indikator bahwa empati (*empaty)* mempunyai skor mean 3,05 dengan tingkat kategori sedang.

**Tabel 7. Rangkuman Deskriptif Responden**

**Terhadap Berwujud (*Tangible)***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Mean** | **Keterangan** |
| B1 | 3,51 | T |
| B2 | 3,26 | S |
| B3 | 3,57 | T |
| B4 | 3,58 | T |
| **TOTAL** | **3,48** | **T** |

# Dari Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa pernyataan indikator pertama dari berwujud (*tangible)* menyatakan kantor yang menggunakan peralatan yang modern tergolong baik, mempunyai skor mean 3,51 dengan tingkat kategori tinggi, pernyataan indikator kedua dari berwujud (*tan-gible)* menyatakan fasilitas yang ada sangat menarik skor mean 3,26 dengan tingkat kategori sedang. pernyataan indikator ketiga dari berwujud (*tang-ible)* menyatakan selur-uh karyawan kantor PT. Pegadaian berpenampilan rapi dan sangat profesi-onal tergolong baik, mempunyai skor mean 3,57 dengan tingkat kategori tinggi. untuk pernyataan indikator keempat dariberwujud (*tangible)*menyatakanper-lengkapan yang diguna-kan pada kantor PT. Peagdaian sangat mencerminkan ciri khas PT. Pegadaian mempunyai skor mean 3,58 dengan tingkat kategori tinggi.Jadi, dapat disimpulkan dari setiap indikator bahwa berwujud (*tangible)* mempunyai skor mean 3,47 dengan tingkat kategori tinggi.

**Tabel 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden**

**Tingkat Kepuasan Nasabah Ditinjau dari Faktor Pelayanan**

**Pada PT. Pegadaian UPC Bengkalis**

|  |  |
| --- | --- |
| **Indikator** | **Mean** |
| Keandalan (*Reability)* | 3,48 |
| Daya Tanggap (*Responsivness)* | 3,57 |
| Jaminan (*Assuranve)* | 3,37 |
| Empati (*Empaty)* | 3,05 |
| Berwujud *(Tangible)* | 3,48 |

# Berdasarkan tabel 5.32 di atas dari rekapitulasi tanggapan responden mengenai pengukuran tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayanan pada PT. Pegadaian UPC Bengkalis dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan mem-pengaruhi adalah faktor Daya Tanggap *(Responsivness)*sebesar 3,5 sedang-kan faktor yang paling kecil mempengaruhi adalah faktor Empati (*Empaty)* sebesar 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat menginginkan tanggapan yang segera dari perusahaan dari seluruh pelayanan yang diberikan, nasabah merasa ditanggapi dan diperhatikan dari setiap keluhan dan kebutuhan informasinya.

**5. Kesimpulan**

Berdasarkan analisa yang dilakukan sebelumnya, maka pada baba ini akan di sajikan beberapa kesimpulan berdasarkan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, pada bab ini maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengukuran tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayananpada PT. Pegadaian UPC Bengkalis ada 5 faktor yaitu:*Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (cepat tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangible (*ber-wujud).
2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayanan pada PT. Pegadaian UPC Bengkalis yaitu Daya Tang-gap (*Responsivness).*

Faktor paling kecil yang mem-pengaruhi tingkat kepuasan nasabah ditinjau dari faktor pelayanan pada PT. Pegadaian UPC Bengkalis yaitu Empati (*Empathy*).

**6. Saran**

Berdasarakan analisa yang dila-kukan sebelumnya, maka pada bab ini akan disajikan beberapa kesimpulan berdasarkan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, pada bab ini akan diberikan beberapa masukan berupa saran yang berguna bagi PT. Pegadaian UPC Bengkalis yang berkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan yang ada diperusahaan agar pencapaian tujuan perusahaan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan keinginan.

1. Karena Daya Tanggap (*Respo-nsivness)* adalah faktor yang mempengaruhi masyarakat Be-ngkalis dalam jasa simpan pinj-am, maka bagi PT. Pegadaian UPC Bengkalis harus memperha-tikan faktor Daya Tanggap (*Res-ponsivness)* yang bisa dilihat dari karyawan yang selalu membe-rikan informasi kepada nasabah, karyawan yang selalu membe-rikan pelayanan yang baik dan te-pat pada nasabah, karyawan yang selalu tanggap dalam membantu nasabah, karyawan yang selalu siap menanggapi permintaan nasabah.
2. Karena faktor Empati (*Empaty)* kecil mempengaruhi nasabah jasa simpan pinjam PT. Pegadaian UPC Bengkalis maka faktor ini tetap harus di jalani dengan sebaiknya, karena jika empati (*empaty)* jasa simpan pinjam stabil maka akan mendorong nasabah untuk menggunakan jasa simpan pinjam PT. Peagadaian UPC Bengkalis.
3. Penelitian ini juga bisa mena-mbah variabel lain yang tidak ditulis pada peneliti ini

**Daftar Pustaka**

Akdon 2008, *Cara Menggunakan dam Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis),*Alfabeta, Bandung

Irawan, Handi, 2008, *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan,* Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia Jakarta.

Kharis, 2001. *Studi Mengenai Impluse baying dalam penjualan online(Studi kasus dilingkungan universitas di Ponegoro Semarang)* dalam Fuad, Aan, Nurul; Arifin, Zainul; Yualianto, Edy, 2013 *pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian (survey pada pemilik motor Honda beat karburator di abass motor kredit),* Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang. UR: http//ejournal-sl .undip.ac.id/index.php/dbr. Diakses pada 6 Maret 2016.

Kotler, Philip (2005), *Faktor-Faktor Yang Digunakan Untuk Mengukur Pelayanan* dalam Panca, 2011*Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griptha Kudus.* UR: <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/632/617>.Diakses pada 15 Maret 2016.

Kotler, Philip da Keller, Kevin Lane 2007, *Manajemen Pemasaran,*Indeks

Lupiyoadi, Rambat 2006, *Manajemen pemasaran Jasa,*Salemba Empat. Jakarta.

Nitisusastro, Mulyadi (2013), *Perilaku Konsumen,* Alfabeta, CV, Bandung.

Nasution, 2005. *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen*, URL:

http:/skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/03/faktor-mempengaruhi-kepuasan-konsumen.html. Diakses pada 25 Januari 2016

Sugiyono, 2003, Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas, dalam Widisudhra, 2011, *Metodelogi Penelitian,* URL: http//widisudharta.wee-bly.com/metode-penelitian-skripsi.html, Diakses 01 Februari 2016.

Sugiyono, 2005, *Meode Penelitian Bisnis,* CV Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung. CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan* R&D Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Bisnis, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan* R&D, Cetakan ke-18, Penerbit Alfabeta, Bandung

Sunyoto, 2012. *Teori Kuesioner dan Analisis Data*. CAPS. Yogyakarta.

Tika, Moh, Pabundu, 2006, *Metododologi Riset Bisnis,* Bumi Aksara, Jakarta.

Tjiptono, 2006, *Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen* dalam Haqu, 2011. *Analisis Dampak Kualitas Layanan dalam Membentuk Kepuasan pelanggan Precious Studio Marang,* URL://eprints.undip.ac.id/29390/1/Skripsi009. Pdf. Diakses 05 Februari 2016.

# .