

KUALITAS JASA LAYANAN NASABAH PERUM PEGADAIAN PAMEKASAN

Alfi Hasaniyah
Alfi@unira.ac.id
Universitas
Madura

ABSTRAK

Perum Pegadaian sebagai lembaga keuangan non bank berperan dalam membantu pemerintah untuk memberdayakan masyarakat khususnya golongan ekonomi lemah yang pada saat ini banyak mengalami kesulitan sebagai akibat dari adanya dampak krisis ekonomi. Oleh karena itu melalui kredit gadai sebagai suatu solusi sesuai dengan prinsip yang dicanangkan oleh Perum Pegadaian yaitu “ *Mengatasi masalah tanpa masalah*.” Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari faktor: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah Perum Pegadaian Pamekasan dan untuk mengetahui manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan.

populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Pamekasan. sample yang digunakan sebanyak 60 responden dengan menggunakan tehnik random sampling. Sedangkan datanya diambil berdasarkan penyebaran angket kuisisioner.

Penelitian ini menggunakan perhitungan analisa linear berganda. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisa linear berganda dapat diketahui bahwa Hasil perhitungan R dan R square Yaitu menunjukkan gambaran pengaruh antara variable bebas yang terdiri – dari: keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) dengan variable terikat yaitu kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y). Yaitu sebesar 0,749 atau 74,9% menunjukkan pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat bersifat searah dan kuat. Hasil perhitungan dari besarnya R square diperoleh nilainya sebesar 0,749 atau 74,9% dapat dijelaskan bahwa sisanya sebesar 35,1% adalah faktor lain diluar faktor penelitian.

Pengujian dengan uji F diperoleh F hitung 13,445 > F sebesar 1,51 hal ini menunjukkan bahwa variable keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y)

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji t diperoleh t hitung untuk variabel keandalan (X_1) sebesar 7,038, variabel daya tanggap (X_2) sebesar 6,296, variabel jaminan (X_3) sebesar 6,299, variabel empati (X_4) sebesar 6,132 dan variabel bukti fisik (X_5) sebesar 5,366 nilai t hitungnya lebih besar dari t tabel 1,671. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji t, ternyata dari kelima variabel tersebut, keandalan (X_1) nilai t nya paling besar. Dengan demikian keandalan (X_1) adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y)

Kata kunci: kualitas jasa layanan dan kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perum Pegadaian sebagai lembaga keuangan bukan bank tidak hanya semata – mata mencari keuntungan tetapi juga sebagai penunjang kebijakan dari program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional melalui penyaluran pinjaman atas dasar bunga gadai.

Pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan non Bank, berperan dalam upaya membantu masyarakat baik sebagai individu atau masyarakat dan pengusaha untuk mendapatkan dana yang berupa kredit dan upaya meningkatkan dan menggerakkan ekonomi masyarakat.

Perum Pegadaian Pamekasan adalah sebuah lembaga keuangan formal yang bertugas menyalurkan pembiayaan dengan bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan hukum gadai merupakan suatu hal yang sangat bagus. Lembaga ini diharapkan akan dapat membantu masyarakat agar tidak terjerat dalam praktik-praktik lintah darat, ijon, ataupun yang lainnya. Dan ini memang sesuai dengan salah satu misi pegadaian. Dalam memberikan kredit tidak terlepas dari kegiatan dan fungsinya sebagai pegadaian.

Hal ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 10 Th. 1990 Perum Pegadaian sebagai salah satu perusahaan pemerintah yang diberi wewenang untuk menyalurkan pinjaman atas dasar hokum gadai untuk membantu golongan pendapatan ekonomi lemah, Perum Pegadaian telah memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam hal memperoleh pinjaman, sesuai dengan jaminan yang memadahi yang dimiliki dan dijaminan oleh peminjam, selain itu perubahan status hukumm usaha pegadaian dari Perjan menjadi Perum telah memberikan peluang yang lebih besar kepada

Pegadaian untuk meningkatkan maksimum pinjaman yang diberikan, menerbitkan obligasi dan melakukan penganekaragaman usaha.

Perum Pegadaian Pamekasan sebagai lembaga keuangan non bank berusaha untuk dapat membantu masyarakat terutama masyarakat ekonomi lemah memberikan pinjaman dengan cara yang mudah, cepat dan aman. Perum Pegadaian sebagai lembaga keuangan non bank berperan dalam membantu pemerintah untuk memberdayakan masyarakat khususnya golongan ekonomi lemah yang pada saat ini banyak mengalami kesulitan sebagai akibat dari adanya dampak krisis ekonomi. Oleh karena itu melalui kredit gadai sebagai suatu solusi sesuai dengan prinsip yang dicanangkan oleh Perum Pegadaian yaitu “ *Mengatasi masalah tanpa masalah*”

Dalam upaya untuk memenuhi keinginan serta memberikan kepuasan kepada semua konsumen dari berbagai kalangan tersebut, pelayanan yang ramah, sopan, dan cepat atau tanggap dalam menghadapi nasabah dan pelanggan hanya memberikan jasa layanan terbaiknya. Tingkat persaingan diantara usaha dalam bidang jasa sangat tajam, Salah satu yang dilakukan Perum Pegadaian Pamekasan adalah dengan menyediakan jasa layanan dengan kualitas yang baik, pelayanan adalah suatu sikap dan tindakan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan agar tercipta kepuasan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan adalah sangat dominan dan menentukan.

Memberikan pelayanan secara maksimal agar nasabah atau konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan dan memberikan daya tarik, keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan, kecepatan dalam melayani merupakan wujud dari pelayanan yang dapat dirasakan oleh para konsumen. Hal ini akan berdampak kepada pemberian informasi dari konsumen ke konsumen

lainnya, sehingga menjadi pembicaraan yang akan terus mengalir dari konsumen ke konsumen lainnya karena pelayanannya dapat memuaskan konsumen.

Dalam memberikan pelayanan dan terjaminnya rasa aman dan kenyamanan merupakan merupakan daya tarik bagi konsumen untuk mendapatkan pelayanan jasa Perum Pegadaian Pamekasan Pelayanan yang tersedia seperti ketepatan dalam memberikan pelayanan, akurasi pelayanan serta karyawan dengan sikap sopan dan santun, tanggungjawab, kelengkapan sarana dan prasarana yang menunjang keinginan dan kebutuhan konsumen, kemudahan serta tidak berbelit-belit.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari faktor: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan.
2. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari faktor: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Kepuasan Nasabah Perum Pegadaian Pamekasan “.
2. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Pelayanan

Sutopo dan Suryanto Adi (2003:3) menyebutkan bahwa berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Pengetian melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan

seseorang. Sedangkan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.

Pelayanan menurut Jane dalam Ruslan (2005:277) adalah departemen atau fungsi organisasi untuk merespon keinginan atau keluhan konsumen mengenai pelayanan suatu organisasi

Kesempatan pertama untuk menciptakan kesan yang baik adalah pertemuan pertama, apabila konsumen dan pemakai jasa telah mendapatkan kesan negative terhadap pelayanan yang diberikan maka selanjutnya konsumen akan merasa segan dan enggan untuk kembali.

Pelanggan pada dasarnya adalah pemilik dari pelayanan, tanpa pelanggan tidak akan pernah ada pelayanan. Mengutamakan pelanggan secara praktis diartikan sebagai berikut:

- a. Prosedur pelayanan harus disusun demi kemudahan dan kenyamanan pelanggan.
- b. Jika ada pelanggan internal dan eksternal, maka harus ada prosedur yang berbeda dan terpisah keduanya
- c. Harus dipersiapkan jenis-jenis layanan yang sesuai.

Sebaik apapun disain dan prosedur sebuah pelayanan akhirnya tetap para petugas pelayanan yang harus berhadapan dengan para pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap mutu sebuah layanan sebagian besar terjadi ketika mereka bertemu langsung dengan petugas layanan. Ukuran utama penilaian adalah sikap dan perilaku pelayan yang baik.

Pelayanan juga perlu dilihat sebagai sebuah sistem yang halus yaitu tatanan yang mempertemukan manusia satu dengan yang lainnya. Pertemuan semacam ini tentu melibatkan sentuhan-sentuhan emosi, perasaan, sikap, penilaian, keinginan, harga diri, dan perilaku. Disain pelayanan memiliki kekuatan sistemik untuk membentuk pola perilaku baik pada petugas pelayanan, maupun pada pelanggan ternyata muncul perilaku-perilaku yang kurang menguntungkan selama berlangsung proses pelayanan.

Sebuah proses pelayanan perlu dilihat sebagai sebuah sistem yang nyata yaitu tatanan yang memadukan hasil-hasil kerja dari berbagai unit dalam organisasi. Perpaduan itu harus dilihat sebagai sebuah proses yang berlangsung dengan tertib dan lancar dimata pelanggan. Setiap pelayanan selayaknya memiliki prosedur yang memungkinkan perpaduan hasil kerja ini dapat mencapai batas maksimum.

Pelanggan pada dasarnya juga belajar mengenali kebutuhan dirinya dari proses pelayanan kita. Semakin baik mutu pelayanan semakin akan menghasilkan pelanggan yang semakin sulit untuk dipuaskan, karena tuntutananya juga semakin tinggi dan beragam. Fenomena aksi dan reaksi antar mutu layanan dan tuntutan pelanggan semacam ini akan terus bergulir dan memacu kita untuk mampu terus-menerus meningkatkan mutu pelayanan. Dengan menawarkan jenis-jenis layanan yang dapat digunakan berarti memberdayakan pelanggan.

Kepuasan adalah sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Oleh karena itu maka tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja dengan apa yang dirasakan dengan harapan. Dengan demikian apabila dikaitkan dengan pelanggan, maka pelanggan dapat merasakan hal-hal sebagai berikut: jika kinerjanya dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, jika kinerjanya sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas dan saat kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas

Yang perlu mendapat perhatian adalah orang yang sangat puas akan mempunyai ikatan emosional dengan suatu produk dan ini akan menyebabkan loyalitas pelanggan menjadi tinggi. Oleh karena itu, aparatur dihadapkan pada tantangan membangun budaya organisasi, yaitu agar semua orang yang berada dilingkungan organisasi bertujuan memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama pelayanan prima. Kepuasan pelanggan dapat

dicapai dengan mengetahui siapa pelanggan, sikap pelanggan, karakter pelanggan, keinginan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikannya maka akan memberikan suatu perubahan terhadap perilaku pelanggan.

Pelanggan akan memiliki keyakinan dan kesadaran untuk selalu mendapatkan pelayanan. Dimensi pelayanan harus selalu diperhatikan dan ditingkatkan untuk memberikan suatu kepercayaan kepada pelanggan dengan selalu meningkatkan mutu pelayanan dengan memperhatikan:

- a. Ketepatan waktu pelayanan
- b. Akurasi pelayanan
- c. Kesopanan dan keteraturan serta keramahan
- d. Tanggung jawab
- e. Kelengkapan yang berkaitan dengan sarana pendukung
- f. Kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan pelayanan
- g. Kenyamanan dalam memberikan pelayanan

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan sangat erat hubungannya dengan membangun perilaku pelanggan. Orientasi pelayanan dalam upaya membangun perilaku pelanggan adalah dengan menciptakan budaya pelayanan. Pelayanan sebagai budaya berarti melakukan kegiatan pelayanan sebagai suatu hal yang membanggakan dengan nilai luhur yang dijunjung tinggi. Budaya pelayanan adalah sebuah budaya yang kuat yang mewarnai sifat hubungan antara instansi/organisasi pemberi pelayanan dengan pelanggannya dan dapat menjadi sarana yang sangat baik untuk menciptakan perilaku pelanggan yang baik.

Marketing Jasa

Dalam pemasaran jasa keempat elemen itu penting untuk kepentingan pemenuhan keinginan dan kebutuhan dari pada konsumen. Menurut Yazid (1999:20) untuk pemasaran jasa perlu ditambah dengan elemen – elemen orang (people or participants), lingkungan fisik dimana jasa diberikan atau bukti fisik (physical evidence) dan proses jasa itu sendiri (process).

Sehingga dapat disimpulkan untuk pemasaran jasa perlu diperluas menjadi 7P yang terdiri – dari : konsep produk, price, place, promotion, people dan physical evidence

Kotler (1994:15) menyatakan bahwa bauran pemasaran atau sering disebut dengan Marketing Mix adalah serangkaian variable pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki oleh perusahaan dari pasar sasarannya.

Dari berbagai pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah terdiri dari segala hal yang dilkauan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya, penentuan harga, distribusi dan promosi atau dikenal dengan 4 P.

Perilaku Konsumen

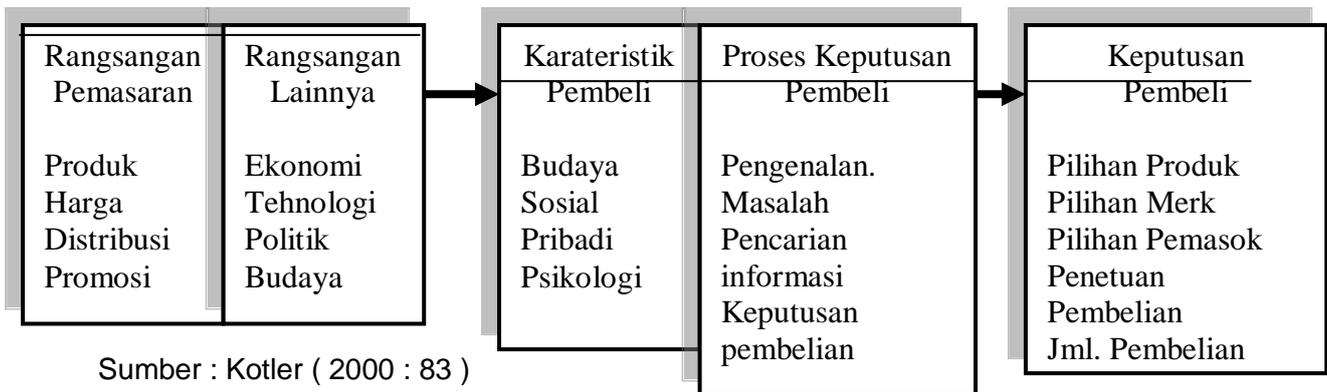
Swasta (2000:10) yang dimaksud perilaku konsumen adalah kegiatan – kegiatan individu yang secara langsung

terlibat dalam mendapatkan barang – barang dan jasa – jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut.

Dalam mempelajari perilaku konsumen terdapat dua hal penting yang perlu diperhatikan yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semuanya itu melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang – barang dan jasa ekonomis.

Titik tolak untuk memahami perilaku pembeli berdasarkan model rangsangan - tanggapan menurut Kotler (2000:83), menyebutkan bahwa proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran dan rangsangan lainnya serta karakteristik pembeli. Adapun model rangsangan tanggapan dari Kotler dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini :

Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler



Sumber : Kotler (2000 : 83)

Model diatas memperlihatkan rangsangan pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi (bauran pemasaran) dan rangsangan lainnya seperti ekonomi, tehnologi, politik dan buaya harus disesuaikan dengan karakteristik pembeli.

Tugas pemasar adalah memahami karakteristik pembeli tersebut agar pembeli melakukan proses keputusan pembelian yang pada akhirnya akan memutuskan pembelian mengenai pilihan produk, pilihan merk, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Untuk meraih keberhasilan, pemasar harus melihat lebih jauh

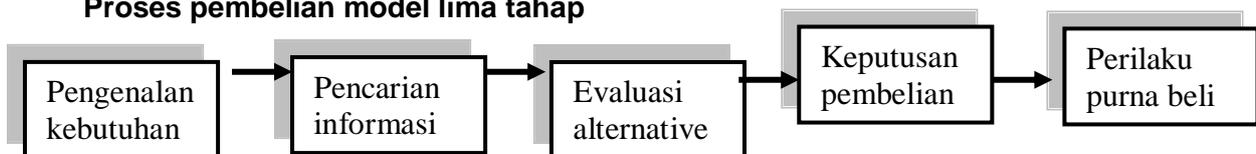
bermacam – macam aktor yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian. Faktor - faktor tersebut mempengaruhi pembeli sebelum memilih produk atau jasa tertentu, antara lain faktor internal yaitu berada dalam diri pembeli jasa atau produk itu sendiri dan faktor eksternal yaitu pengaruh lingkungan dan program pemasaran yang dilakukan oleh produsen.

Dengan analisa perilaku konsumen, ini manajer akan mempunyai pandangan yang lebih luas, dan akan mengetahui kesempatan baru yang berasal belum

terpenuhinya kebutuhan konsumen. Jadi mempelajari dan menganalisa perilaku konsumen itu sangat kompleks, terutama karena banyaknya variabel yang mempengaruhinya dan kecenderungannya untuk saling berinteraksi.

Karakteristik pembeli yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi sangat besar sekali pengaruhnya di dalam memahami serta merespon rangsangan tersebut sehingga akan menimbulkan dan menentukan proses

Proses pembelian model lima tahap



Sumber : Kotler (2000 : 204)

Dari proses pembelian model lima tahap 5. tersebut diatas bahwa proses pembelian dimulai dari saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Selanjutnya konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak yang terkait dengan produk tersebut.

Proses Pengambilan Keputusan (membeli)

Menurut Philip Kottler dalam Fandi Tjiptono (2000:20) menyebutkan bahwa dalam keputusan pembelian barang, konsumen sering ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembelannya.

Umumnya ada lima peranan yang dapat dilakukan seseorang. Pemahaman mengenai masing – masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1. Inisiator (Pemrakarsa) adalah orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli.
2. Influencer (Pemberi pengaruh) adalah orang yang akan mempengaruhi keputusan pembelian
3. Desider (Pengambilan keputusan) adalah orang yang menentukan keputusan pembelian.
4. Buyer (Pembeli) yaitu orang yang melakukan pembelian

pengambilan keputusan dalam membeli dari konsumen. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk berdasarkan pada tingkat analisa yang sangat mendalam dari konsumen tersebut. Gambar 2.3 dibawah ini adalah pendapat Kotler tentang Proses pembelian model lima tahap sebagai tahapan proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian

User (Pembeli) adalah orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dibeli.

Pengambilan keputusan (memilih) yang dilakukan konsumen pada dasarnya untuk melakukan pembelian diawali oleh adanya kesadaran pemenuhan kebutuhan atau keinginan dari konsumen itu sendiri. Atas kesadaran pemenuhan kebutuhan atau keinginan itu, maka konsumen mulai mencari informasi tentang produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Dari informasi yang didapat selanjutnya konsumen akan melakukan seleksi atas macam/produk yang tersedia .

Menurut Sutisna (2001:16) secara lengkap proses pengambilan keputusan konsumen

Berdasarkan gambar tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahap :

1. Menganalisa keinginan dan kebutuhan
2. Pencarian informasi dan sumber informasi yang ada
3. Penilaian dan pemilihan (seleksi) terhadap alternative pembelian
4. Keputusan untuk membeli
5. Perilaku setelah pembelian

Kepuasan Konsumen

Yang menentukan apakah konsumen puas dan tidak puas adalah kesesuaian antara harapan dan kenyataan. Tujuan perusahaan yang bergerak dibidang jasa

adalah untuk memuaskan pelanggan. Untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh tidaklah mudah. Setiap perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk meminimalisir ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan berkualitas.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk jasa atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor, sebagaimana yang dikutip dari Tjiptono (1998:25-26) antara lain:

- a. Kinerja
Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik kepada konsumen, sehingga mempermudah proses transaksi dan ketepatan pelayanan konsumen
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan
Fasilitas yang memadai dan nyaman, ruangan yang bersih, ruang tunggu yang luas dengan sarana penunjang yang lengkap serta karyawan yang bersikap sopan dan baik pada konsumen
- c. Keandalan
Karyawan memberikan pelayanan dengan tepat, cepat dan tanggap kepada konsumen serta memberikan perhatian yang serius kepada keluhan konsumen
- d. Kesesuaian dan spesifikasi
Produk atau barang yang tersedia lengkap, sarana memadai dan karyawan yang berpenampilan rapi dan sopan
- e. Daya Tarik
Lokasi terletak pada tempat yang strategis

Metode Penelitian

lokasi penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa layanan terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan adalah di Kecamatan Kota Pamekasan.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif atau hubungan. Menurut Sugiyono (2006: 11-12) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk

menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kecamatan Kota Pamekasan yang menggunakan jasa Perum Pegadaian Pamekasan

Menurut Sugiono (2002:59) menyatakan bahwa Proportionate Stratified Random Sampling adalah cara pengambilan sample apabila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Menurut Sugiono (2001:62) menyatakan bahwa *accidental sampling* adalah tehnik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample bila cocok digunakan sebagai sumber data" berdasarkan pendapat tersebut. Peneliti secara sengaja memberi angket kepada sejumlah nasabah yang kebetulan ke Pegadaian Pamekasan untuk dijadikan sebagai sample. Adapun jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 60 responden didapat selama 7 hari peneliti berada di lokasi penelitian

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel bebas (X) yaitu kualitas jasa layanan adalah segala hal atau bentuk aktivitas dan berbagai fasilitas yang ada maupun yang diberikan oleh Perum Pegadaian Pamekasan dengan indikator:

1. Faktor Keandalan (*Reliability*) = X_1

Adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, dan akurat serta dapat dipercaya untuk memuaskan kebutuhan konsumennya.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) = X_2

Adalah keinginan para personil yang ada untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

3. Jaminan (*Assurance*) = X_3

Adalah meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh para personil sehingga pelanggan bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

4. Empati (*Empaty*) = X_4

Adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

5. Faktor Berwujud (*Tangibles*) = X_5

Adalah segala bentuk fasilitas fisik atau sarana-dan pra-sarana serta personil yang ada di perusahaan; yang disediakan oleh perusahaan untuk melakukan usaha guna dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya

Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini ada dua variable yaitu variable bebas dan variable terikat, yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

a. Variabel Bebas

1. Faktor Keandalan (*Reliability*) = X_1

Dengan indikator pada faktor keandalan ini adalah sebagai berikut :

- Keakuratan pelayanan
- Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan
- Ketepatan pelayanan.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) = X_2

Dengan indikator pada faktor daya tanggap adalah sebagai berikut :

- Tanggap dalam menangani keluhan nasabah
- Kesigapan karyawan dalam pelayanan
- Membantu memberikan informasi pelayanan

3. Jaminan (*Assurance*) = X_3

Dengan indikator pada faktor jaminan adalah sebagai berikut :

- Sikap dalam memberikan pelayanan
- Pengetahuan karyawan yang luas.
- Kemampuan profesional pelayanan.

4. Empati (*Empaty*) = X_4

Dengan indikator pada faktor empati adalah sebagai berikut :

- Perhatian yang tinggi terhadap nasabah
- Memahami keinginan nasabah dalam memberikan pelayanan
- Sangat komunikatif terhadap nasabah

5. Faktor Bukti Fisik (*Tangibles*) = X_5

Dengan indikator pada faktor bukti fisik adalah sebagai berikut :

- a. Tersedianya fasilitas ruangan yang nyaman
- b. Keahlian karyawan dalam memberikan pelayanan

- c. Fasilitas dan sistim pelayanan yang memadai

b. Variabel Terikat.

Kepuasan Nasabah (Y)

Dengan indikator faktor kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

- ✓ Terpenuhinya harapan dan keinginan nasabah
- ✓ Kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap Perum Pegadaian
- ✓ Keinginan menjadi nasabah/loyalitas
- ✓ Perasaan terpenuhi
- ✓ Persepsi Positif

Teknik Pengumpulan Data

Adapun prosedur penelitian adalah sebagai berikut:

a. Survei pendahuluan, berupa penelitian secara umum terhadap nasabah Perum Pegadaian Pamekasan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi.

b. Penelitian lapangan, sebagai suatu upaya dengan melakukan survey terhadap obyek yang akan diteliti untuk memperoleh data primer secara langsung melalui :

Kuesioner

Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden. Instrumen ini dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Responden diminta untuk menanggapi dengan cara memberikan sikapnya terhadap variabel yang ada dengan menggunakan skala penilaian model likert dengan rentangan 1 sampai 5 untuk mengindikasikan jawaban sangat tidak paham - sangat paham. Dengan menggunakan skala penilaiannya adalah sebagai berikut :

- a. Nilai 1 menunjukkan jawaban/pendapat sangat tidak setuju.
- b. Nilai 2 menunjukkan jawaban/pendapat tidak setuju.
- c. Nilai 3 menunjukkan jawaban /pendapat cukup setuju
- d. Nilai 4 menunjukkan jawaban/pendapat setuju
- e. Nilai 5 menunjukkan jawaban/pendapat sangat setuju

Pengujian Instrumen Data

Uji Validitas

Uji validitas data menggunakan metode korelasi product moment (pearson correlation), (Sugiono,2002:277)

Data dikatakan valid apabila r hitung lebih besar (>) dari r tabel. Selain itu juga bisa dilihat dari signifikansinya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan tidak valid. Jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut dikatakan valid (Yarnest, 2003:65). Selain itu data dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi > 300 (Sudarmanto,2005:88). Dengan demikian semua butir pertanyaan atau pernyataan tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Uji Reliabilitas

Pengujian keandalan alat ukur dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas metode cronbach alpha (Danim,2000:199), yakni:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1) r}$$

dimana:

- α = Koefisien reliabilitas
- k = Koefisien rata-rata korelasi antar variabel
- r = Jumlah variabel dalam persamaan

Tehnik Analisis

1. Analisis kualitatif adalah untuk memberikan gambaran tentang obyek yang akan diteliti, dengan menggunakan skala linkert sebagai berikut :

- Sangat setuju = 4,51 s/d 5,00
- Setuju = 3,51 s/d 4,50
- Cukup setuju = 2,51 s/d 3,50
- Tidak setuju = 1,51 s/d 2,50
- Sangat tidak setuju = 1,00 s/d 1,50

2. Analisis kuantitatif adalah untuk memberikan gambaran tentang kondisi obyek yang diteliti berdasarkan perhitungan statistic yaitu dengan menggunakan persamaan regresi linear sederhana

Menurut pendapat Djarwanto dan Pangestu (1995:309) sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e.$$

Dimana :

- Y = Fak. Kepuasan Nasabah
- X₁ = Fak. *Reliability* (keandalan)
- X₂ = Fak. *Responsiveness* (daya tanggap)
- X₃ = Fak. *Assurance* (jaminan)
- X₄ = Fak. *Emphaty* (empati)
- X₅ = Fak. *Tangible* (berwujud)
- b₀ = Konstanta Regresi
- b₁ = Koefisien Regresi Keandalan
- b₂ = Koefisien Regresi Daya tanggap
- b₃ = Koefisien Regresi Jaminan
- b₄ = Koefisien Regresi Empati
- b₅ = Koefisien Regresi Berwujud
- e = Faktor Kesalahan. "

Tabel 1
PEDOMAN UNTUK MEMBEDAKAN INTERPRETASI
KOEFSIEN KORELASI

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan oleh variable bebas terhadap variable terikat dalam hal ini sering disebut dengan koefisien determinan atau R squared. Menurut Sugiono (2001, 129) menyebutkan bahwa Perhitungan koefisien determinasi

berganda digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisi yang dibuat. Nilai koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variable bebas yang diteliti terhadap variable tergantung. Nilai R² berada antara 0 dan 1 atau 0 ≤

$R^2 \leq 1$. Bila nilai R^2 mendekati nilai 1 maka dapat dikatakan semakin besar, berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi dari variable terantung. Sedangkan jika R^2 nilai mendekati 0 maka model yang digunakan semakin lemah dalam menerangkan variasi dari variable tergantung.

Uji Hipotesis

Sedangkan untuk menguji hipotesa kedua, yaitu dengan menggunakan uji t.

HASIL PENELITIAN

Perum Pegadaian Pamekasan memiliki slogan “ **Mengatasi Masalah Tanpa Masalah**”. Dalam melaksanakan slogan tersebut sebagai upaya dari Perum Pegadaian Pamekasan untuk ikut membantu Pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah melalui kegiatan utama berupa penyaluran kredit gadai dan melakukan usaha lain yang menguntungkan Pengoperasian produk pinjaman secara gadai maupun fidusia didasarkan pada ketentuan PP 103/2000.

Perum Pegadaian Pamekasan adalah sebuah lembaga keuangan formal yang bertugas menyalurkan pembiayaan dengan bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan hukum gadai merupakan suatu hal yang sangat bagus. Lembaga ini diharapkan akan dapat membantu masyarakat agar tidak terjerat dalam praktik-praktik lintah darat, ijon, ataupun yang lainnya. Dan ini memang sesuai dengan salah satu misi pegadaian.

Dalam memberikan kredit tidak terlepas dari kegiatan dan fungsinya sebagai pegadaian. Perum Pegadaian sebagai salah satu perusahaan pemerintah yang diberi wewenang untuk menyalurkan pinjaman atas dasar hukum gadai untuk membantu golongan pendapatan ekonomi lemah, hal ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 10 Th. 1990.

Perum Pegadaian menyediakan berbagai fasilitas kredit dengan tujuan untuk membantu masyarakat

meningkatkan usahanya yaitu dengan menawarkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit gadai dengan jaminan berupa barang atau emas, dimana masyarakat dapat mengetahui secara langsung nilai taksiran barang atau emas yang menjadi jaminan. Dengan segala kelebihan dan kemudahan kredit gadai yang ditawarkan kepada masyarakat dalam bentuk kemudahan dalam mendapatkan kredit gadai, rendahnya biaya administrasi, jasa bunga ringan serta angsuran yang tidak memberatkan masyarakat. Perum Pegadaian Cabang Prenduan berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk mendapatkan jasa Perum Pegadaian khususnya masyarakat yang mengalami kesulitan permodalan dalam mengembangkan dan meningkatkan usahanya.

Sebagai upaya untuk memberikan dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, Perum Pegadaian telah memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam hal memperoleh pinjaman, sesuai dengan jaminan yang memadahi yang dimiliki dan dijaminan oleh peminjam, selain itu perubahan status hukum usaha pegadaian dari Perusahaan Jawatan menjadi Perum telah memberikan peluang yang lebih besar kepada Pegadaian untuk meningkatkan maksimum pinjaman yang diberikan, menerbitkan obligasi dan melakukan penganekaragaman usaha.

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan, Perum Pegadaian dapat mengeluarkan obligasi sebesar 400 Milyard, yang dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan tingkat kebutuhan perusahaan. Perum Pegadaian sebagai lembaga keuangan bukan bank tidak hanya semata – mata mencari keuntungan tetapi juga sebagai penunjang kebijakan dari program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional melalui penyaluran pinjaman atas dasar bunga gadai.

Perum Pegadaian Pamekasan sebagai lembaga keuangan non bank berusaha untuk dapat membantu masyarakat terutama masyarakat

ekonomi lemah memberikan pinjaman dengan cara yang mudah, cepat dan aman. Perum Pegadaian sebagai lembaga keuangan non bank berperan dalam membantu pemerintah untuk memberdayakan masyarakat khususnya golongan ekonomi lemah yang pada saat ini banyak mengalami kesulitan sebagai akibat dari adanya dampak krisis ekonomi. Oleh karena itu melalui kredit gadai sebagai suatu solusi sesuai dengan prinsip yang dicanangkan oleh Perum Pegadaian yaitu "Mengatasi masalah tanpa masalah"

Data-Data Penelitian

Adapun data hasil penelitian berdasarkan hasil angket yang telah dikumpulkan. Maka karakteristik responden berdasarkan pada tingkatan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan adalah sebagai berikut:

- a. Karakteristik Usia Responden
60 responden yang berusia 16>20 Th sebanyak 5 orang, 21>25 Th. sebanyak 10 orang 26>30Th.sebanyak 6 orang , 31>35 Th. sebanyak 10 orang , 36>40 Th. sebanyak 13 orang , 40>45 Th. sebanyak 6 orang dan yang berumur > 45Th. sebanyak 10 orang.
- b. Karakteristik jenis Kelamin responden

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin dari 60 responden menunjukkan bahwa yang berjenis kelamin pria sebanyak 25 orang dan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 35 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini sebagian besar respondennya adalah wanita.

- c. Karakteristik Pendidikan Responden

Dari 60 responden menunjukkan bahwa tidak tamat sebanyak 5 orang pendidikan SD sebanyak 15 responden, SMP sebanyak 14 responden, pendidikan SMU sebanyak 20 responden, S1 sebanyak 5 responden dan S2 sebanyak 1 responden

Karakteristik berdasarkan pekerjaan dari 60 responden menunjukkan bahwa yang tidak bekerja sebanyak 3 orang, swasta sebanyak 20 responden , PNS sebanyak 15

responden dan TNI/Polri sebanyak 17 responden dan petani 5 responden

Pembahasan Analisa Diskriptif

- a. Keandalan (X_1)

Untuk variabel keandalan pelayanan (X_1) yang terdiri dari Pelayanan yang diberikan oleh Perum Pegadaian sangat akurat ($X_{1.1}$) responden menyatakan cukup setuju 17 orang, setuju sebanyak 25 orang dan sangat setuju 18 orang. Perum Pegadaian dalam memberikan pelayanan cepat sehingga nasabah tidak terlalu lama menunggu ($X_{1.2}$)

responden menyatakan cukup setuju 18 orang dan setuju yaitu sebanyak 22 serta sangat setuju 22 orang. Keinginan dan kemauan nasabah terpenuhi Karena pelayanan yang diberikan sangat tepat dan sesuai dengan kemauan nasabah ($X_{1.3}$) responden menyatakan cukup setuju sebanyak 18 responden, setuju 23 orang dan sangat setuju 19 orang.

- b. Daya Tanggap (X_2)

Untuk variabel daya tanggap (X_2) yang terdiri dari Dalam memberikan pelayanan para karyawan sangat tanggap ($X_{2.1}$), menyatakan cukup setuju sebanyak 22 orang, setuju 22 orang dan sangat setuju 16 orang. sedangkan Karyawan Perum Pegadaian sangat sigap memberikan pelayanan kepada nasabah ($X_{2.2}$) menyatakan cukup setuju 21 orang, setuju 20 orang dan sangat setuju yaitu sebanyak 19 orang. Para karyawan dalam memberikan pelayanan dengan banyak memberikan informasi sehingga nasabah merasa senang dan nyaman ($X_{2.3}$) menyatakan cukup setuju 20 orang, 20 orang setuju dan sangat setuju sebanyak 20 responden.

- c. Jaminan (X_3)

Variabel jaminan (X_3) yang terdiri dari. Para karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cara sopan ($X_{3.1}$) menyatakan cukup setuju sebanyak 22 orang, 18 orang menyatakan setuju dan 20 orang menyatakan sangat setuju. Sedangkan Para karyawan memiliki kemampuan yang tinggi dalam memberikan pelayanan ($X_{3.2}$) menyatakan cukup setuju 22 orang, 19 orang menyatakan setuju dan sangat

setuju sebanyak 19 orang. Karyawan memiliki pengetahuan cukup dalam memberikan pelayanan kepada nasabah ($X_{3.3}$) menyatakan cukup setuju sebanyak 23 responden, 19 orang menyatakan setuju dan 18 orang menyatakan sangat setuju

d. Empati (X_4)

Variabel Empati (X_4) yang terdiri dari Karyawan memiliki perhatian yang tinggi kepada nasabah dalam memberikan pelayanan ($X_{4.1}$), menyatakan cukup setuju sebanyak 23 orang, 29 orang menyatakan setuju, 18 orang menyatakan sangat setuju. sedangkan untuk Karyawam Perum Pegadaian sangat memahami keinginan dan kebutuhan nasabah memberikan pelayanan kepada nasabah ($X_{4.2}$) menyatakan cukup setuju yaitu sebanyak 23 orang. 20 orang menyatakan setuju dan 17 orang menyatakan sangat setuju. Karyawam Perum Pegadaian sangat komunikatif dalam memberikan pelaynan kepada nasabah ($X_{4.3}$) menyatakan cukup setuju sebanyak 20 responden. Setuju 21 responden dan 19 menyatakan sangat setuju

e. Bukti Lngsung (X_5)

Untuk variable bukti langsung (X_5) yang terdiri Perum Pegadaian menyediakan berbagai fasilitas ruangan yang nyaman ($X_{5.1}$), menyatakan cukup setuju sebanyak 22 orang, 19 orang menyatakan setuju, 19 orang menyatakan sangat setuju. sedangkan untuk Karyawan Perum Pegadaian memiliki keahlian yang tinggi dalam memberikan pelayanan ($X_{5.2}$) menyatakan cukup setuju yaitu sebanyak 26 orang, 18 orang menyatakan setuju dan 16 orang menyatakan sangat setuju. Tentang Perum Pegadaian menyediakan

berbagai fasilitas dan sistim pelayanan yang canggih ($X_{5.3}$) 23 orang menyatakan cukup setuju sebanyak 22 responden menyatakan setuju dan 15 orang menyatakan sangat setuju.

f. Kepuasan Masyarakat (Y)

Untuk variable Kepuasan Masyarakat (Y) yang terdiri dari Pelayanan yang diberikan Perum Pegadaian dapat memenuhi harapan dan keinginan nasabah ($Y_{1.1}$), menyatakan cukup setuju sebanyak 21 orang, 20 orang menyatakan setuju dan sangat setuju sebanyak 19 orang. sedangkan untuk Semua fasilitas dan sistim pelayanan Perum Pegadaian mampu memberikan kepercayaan yang tinggi kepada nasabah ($Y_{1.2}$) responden menyatakan cukup setuju yaitu sebanyak 24 orang. 18 orang menyatakan setujudan sangat setuju 18 orang. Terpenuhinya segala keinginan dan harapan nasabah membuat nasabah merasa puas sehingga nasabah sangat loyal ($Y_{1.3}$) menyatakan cukup setuju sebanyak 21 responden, 20 responden menyatakan setuju dan 19 responden menyatakan sangat setuju. Untuk indicator ($Y_{1.4}$) responden yang menjawab cukup setuju 22 orang, menjawab setuju 14 orang dan sangat setuju 14 orang. Sedangkan untuk indicator ($Y_{1.5}$) yang menjawab cukup setuju 27 orang, setuju sebanyak 16 orang dan sangat setuju sebanyak 17 orang

Analisa Statistik Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah untuk mengetahui valid atau tidaknya alat ukur tersebut. Dari hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan program spss versi 16.00 maka hasil perhitungan korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel
Koefisien Korelasi

Variabel	Nilai Korelasi	Ket.
Keandalan (X_1)		
Ketepatan Pelayanan ($X_{1.1}$)	0,783	Valid
Kecepatan Pelayanan ($X_{1.2}$)	0,727	Valid
Kesesuaian Pelayanan ($X_{1.2}$)	0,474	Valid

Daya Tanggap (X₂)		
Tanggap Terhadap nasabah (X ₂₋₁)	0,701	Valid
Kesigapan Pelayanan terhadap nasabah (X ₂₋₁)	0,872	Valid
Informasi Pelayanan (X ₂₋₁)	0,874	Valid
Jaminan (X₃)		
Sikap dalam memberikan Pelayanan (X ₃₋₁)	0,513	Valid
Peneyahuan Pelayanan (X ₃₋₁)	0,721	Valid
Profesioan dalam memberian pelayanan (X ₃₋₁)	0,589	Valid
Empati (X₄)		
Perhatian terhadap nasabah (X ₄₋₁)	0,582	Valid
Pemahaman yang tinggi (X ₄₋₂)	0,839	Valid
Karyawan sangat komunikatif (X ₄₋₃)	0,674	Valid
Bukti Fisik (X₅)		
Tersedia fasilitas ruang pelayanan (X ₅₋₁)	0,807	Valid
Keahlian pelayanan (X ₅₋₂)	0,837	Valid
Fasilitas dan sistim pelayanan (X ₅₋₁)	0,779	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)		
Harapan terpenuhi (Y ₁₋₁)	0,601	Valid
Kepercayaan nasabah yang tinggi (Y ₁₋₂)	0,787	Valid
Loyalitas nasabah (Y ₁₋₃)	0,786	Valid
Perasaan Terpenui (Y ₁₋₄)	0,522	Valid
persepsi positif (Y ₁₋₄)	0,521	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas diatas, semua variabel koefisiennya lebih dari 0,3 atau valid sehingga semua variabel memenuhi syarat untuk diikutkan dalam proses selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk mengetahui tingkat

kehandalan dari instrument penelitian. Jika koefisien alpha >0,5 maka variable /instrument dapat dinyatakan handal. Dengan menggunakan bantuan program spss maka dapat dihitung nilia koefisien reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel
Koefisien Alpha

Variabel	Koefisien Alpha	Ket.
Keandalan (X ₁)	0,848	reliabel
Daya Tanggap (X ₂)	0,926	reliabel
Jaminan (X ₃)	0,722	reliabel
Empati (X ₄)	0,687	reliabel
Bukti Fisik (X ₅)	0,923	reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,776	reliabel

Berdasarkan tabel diatas, semua variabel handal karena koefisien alpha >0,5 sehingga semua variable dapat diikutkan dalam proses analisis selanjutnya.

Hasil Perhitungan Korelasi

Tabel
Korelasi

		Kepuasan (Y)
Pearson Correlation	Kepuasan (Y)	1,000
	Keandalan (X ₁)	,727
	Daya Tanggap (X ₂)	,628
	Jaminan (X ₃)	,624
	Empati (X ₄)	,531
	Bukti Fisik (X ₅)	,513
Sig. (1-tailed)	Keputusan (Y)	.
	Keandalan (X ₁)	,019
	Daya Tanggap (X ₂)	,014
	Jaminan (X ₃)	,032
	Empati (X ₄)	,008
	Bukti Fisik (X ₅)	,170
N	Keputusan (Y)	60
	Keandalan (X ₁)	60
	Daya Tanggap (X ₂)	60
	Jaminan (X ₃)	60
	Empati (X ₄)	60
	Bukti Fisik (X ₅)	60

Berdasarkan korelasi atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu hubungan antara hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian sebagai berikut :

Hubungan keandalan (X₁) terhadap kepuasan nasabah Perum pegadaian korelasi dengan nilai positif dan searah sebesar 0,727 atau 72,7%, Sedangkan

hubungan daya tanggap (X₂) terhadap kepuasan nasabah Perum pegadaian searah dan positif sebesar 0,628 atau 62,8%. Jaminan (X₃) nilai korelasinya bersifat positif dan searah dengan nilai korelasi sebesar 0,624 atau 62,4%. Sedangkan empati (X₄) mempunyai nilai korelasi sebesar 0,531 atau 53,1%, dan bukti fisik (X₅) mempunyai nilai korelasi positif sebesar 0,513 atau 51,3%.

Tabel
Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.700	.674		2.522	.015
	X1	.110	.106	.139	7.038	.304
	X2	.209	.091	.290	6.296	.026
	X3	.036	.120	.040	6.299	.766
	X4	.280	.131	.293	6.132	.038
	X5	.123	.090	.168	5.368	.177

a. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS didapat persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,700 + 0,110 X_1 + 0,209 X_2 + 0,036 X_3 + 0,280 X_4 + 0,123 X_5$$

Berdasarkan table diatas menunjukkan nilai konstanta sebesar 1,700 yang berarti bahwa apabila X₁, X₂,

X_3 , X_4 dan X_5 maka kepuasan nasabah Perum Pegadaian (Y) sebesar 1,700. Koefisien variabel keandalan (X_1) sebesar 0,110 hal ini berarti bahwa bilamana variabel keandalan (X_1) dinaikkan satu – satuan maka akan menaikkan kepuasan (Y) sebesar 0,110. sedangkan apabila variabel daya tanggap (X_2) dinaikkan satu – satuan

maka akan menaikkan kepuasan (Y) sebesar 0,209. Apabila jaminan (X_3) ditingkatkan, maka akan meningkatkan kepuasan (Y) 0,036. Jika empati (X_4) ditingkatkan satu-satuan, maka akan meningkatkan kepuasan (Y) sebesar 0,280 sedangkan apabila butik fisik (X_5) ditingkatkan satu-satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,123

Tabel

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	Sig. F Change
1	.749 ^a	.561	.172	.48252	.742	82.994	.000

a. Predictors: (Constant), X_5 , X_3 , X_2 , X_1 , X_4

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan table diatas menunjukkan hasil perhitungan R dan R square yaitu menunjukkan gambaran pengaruh antara variable bebas yang terdiri – dari: keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) dengan variable terikat yaitu kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y). Nilai R atau multiple R sebesar 0,749 atau 74,9% yaitu menunjukkan pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat bersifat searah dan kuat. Sedangkan nilai R squared atau determinan R sebesar 0,749 atau 74,9% artinya 26,1%

dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau secara bersama –sama variable bebas yang terdiri-dari keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) dengan variable terikat yaitu kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y). Maka dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji F sebagai berikut:

Tabel

Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.011	5	.802	13.445	.009 ^a
	Residual	12.573	54	.233		
	Total	16.583	59			

a. Predictors: (Constant), X_5 , X_3 , X_2 , X_1 , X_4

b. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji F diperoleh F hitung sebesar 13,445 dan apabila dikonsultasikan dengan F tabel sebesar 1,51. Jadi F hitung lebih besar dari F tabel. Maka hipotesa penulis bahwa diduga) secara simultan atau bersama-

sama keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y) dapat dibuktikan kebenarannya.

Uji t

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variable bebas yang terdiri-dari keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik

(X_5) dengan variable terikat yaitu kepuasan nasabah Perum Pegadaian (Y). Maka dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji t sebagai berikut:

Tabel
Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.700	.674		2.522	.015
X1	.110	.106	.139	7.038	.304
X2	.209	.091	.290	6.296	.026
X3	.036	.120	.040	6.299	.766
X4	.280	.131	.293	6.132	.038
X5	.123	.090	.168	5.368	.177

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung untuk variabel keandalan (X_1) sebesar 7,038 dan kalau dikonsultasikan dengan t tabel sebesar 1,960 didapat t hitung > t tabel maka dapat diambil kesimpulan bahwa dugaan bahwa variabel keandalan (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian (Y) dapat dibuktikan. Sedangkan untuk variabel daya tanggap (X_2) nilai t hitungnya sebesar 6,296 dimana kalau dikonsultasikan dengan t tabel sebesar 1,960 hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel, yang menunjukkan bahwa daya tanggap (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian (Y) dapat dibuktikan.

Untuk variabel jaminan (X_3) nilai t hitungnya sebesar 6,299 dimana kalau dikonsultasikan dengan t tabel sebesar 1,960, hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel, yang menunjukkan bahwa jaminan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perum Pegadaian Pamekasan (Y) dapat dibuktikan. Sedangkan variabel empati (X_4) nilai t hitungnya sebesar 6,132 dimana kalau dikonsultasikan dengan t tabel sebesar 1,960 hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel, yang menunjukkan bahwa empati

(X_5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian (Y) dapat dibuktikan. Bukti fisik (X_5) nilai t hitungnya sebesar 5,368 dimana kalau dikonsultasikan dengan t tabel sebesar 1,960 hal ini berarti bahwa t hitung > t tabel, yang menunjukkan bukti fisik (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian (Y) dapat dibuktikan kebenarannya.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji t, ternyata dari kelima variabel tersebut, variable keandalan (X_1) nilai t nya paling besar. Dengan demikian variable keandalan (X_1) yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y)

PENUTUP

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:
1. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan model persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = 0,700 + 0,110 X_1 + 0,209 X_2 + 0,036 X_3 + 0,280 X_4 + 0,123 X_5$$

2. Hasil perhitungan R dan R square Yaitu menunjukkan gambaran pengaruh antara variable bebas yang terdiri – dari: keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik

(X_5) dengan variable terikat yaitu kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y). Yaitu sebesar 0,749 atau 74,9% menunjukkan pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat bersifat searah dan kuat

3. Hasil perhitungan dari besarnya R square diperoleh nilainya sebesar 0,561 atau 56,1% dapat dijelaskan bahwa sisanya sebesar 44,9% adalah faktor lain diluar faktor penelitian.

4. Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji F diperoleh F hitung 13,445 > F sebesar 1,51 hal ini menunjukkan bahwa variable keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y)

5. Hasil perhitungan dengan menggunakan uji t diperoleh t hitung untuk variabel keandalan (X_1) daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) nilai t hitungnya lebih besar dari t tabel.

6. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan uji t, ternyata dari kelima variabel tersebut, keandalan (X_1) nilai t nya paling besar. Dengan demikian keandalan (X_1) adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah Perum Pegadaian Pamekasan (Y)

Saran

Adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Perum Pegadaian Pamekasan harus mampu meningkatkan kualitas layanannya kepada nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan jasa layanan yang didapat

2. Perum Pegadaian Pamekasan perlu melakukan inovasi teknologi yang berkaitan dengan peningkatan fasilitas dan sistim pelayanan

3. Hendaknya Perum pegadaian Pamekasan menyediakan layanan suara konsumen serta informasi layanan untuk dapat mengetahui saran dan keluhan nasabah dan guna mendapatkan informasi yang bersifat umpan balik.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, 1992, *Consumer Behaviour and Marketing Action*, Kent Publishing, Boston USA
- Arikunto, Analisa, *Perencanaan Pemasaran*, Edisi I, BPFE, Yogyakarta, 1998
- Dena Michelli, 1995, *Perilaku konsumen*, Edisi Ke Enam, jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit Andy Offset, Yogyakarta, 1997.
- Kotler Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Indonesia, Prenhalindo, Jakarta
- Misbah Sanusi, 1998, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit Andy Offset, Yogyakarta
- Murti dan Salamah. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Philip Kotler, 2000. *Menejemen Pemasaran; Jilid I Edisi 11*. Penerbit PT. Intan Sejati Klaten
- Rosady Ruslan, 2005. *Metode Penelitian, Public Relation Ship And Communication* Jakarta.
- Supranto J, 1997, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Refika Aditama, Bandung
- Sutopo dan Sumarno Adi, 2003, *Sistim Pelayanan*, Edisi Terjemahan, Binarupa Aksara, Jakarta
- Santoso Sudiarto, 1992, *Pengaruh Kualitas Jasa layanan Terhadap Prefensi Konsumen Membeli Pada Indomaret Malang*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang
- Sutopo dan Sumarno Adi, 2003, *Pelayanan Prima*, LAN, Jakarta
- Sugiono, 2001, *Metode Penelitian Administradisi*, Penerbit Alpha Beta, Bandung
- Umar Husein, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Administrasi*, Cetakan Kesembilan, Alfa Beta, Bandung, 2002
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Pt. Remaja Rusdakarya, Bandung

Zaltman, 1979, The Demographics and
Market Foregnmentation Journal Of
Marketing, Illionis