



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian

Erlina Ali Marpaung<sup>1</sup>, Ella Fiana br Sitohang<sup>2</sup>, Farah Dilla<sup>3</sup>, Hasyim<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

[erlinaalimarpaung@gmail.com](mailto:erlinaalimarpaung@gmail.com)<sup>1</sup>, [ellafianasth2810@gmail.com](mailto:ellafianasth2810@gmail.com)<sup>2</sup>, [farahdilla0123@gmail.com](mailto:farahdilla0123@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstract.** *This research investigates the impact of service quality on customer satisfaction at PT. Pawnshop. Through analysis of survey data, it was found that service quality, including responsiveness, reliability, assurance, empathy, and physical evidence, positively influences customer satisfaction. These results provide insight for PT. Pawnshops to improve their services, strengthen ties with customers, and increase customer satisfaction. The type of research used in this research is qualitative research with descriptive methods. The descriptive method is considered suitable for explaining the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Pawnshop. The data in this research report was obtained in accordance with books, journals, articles, theses, the internet and so on related to the research topic. The results of the research and discussion can be concluded from the five dimensions of service quality, the most important dimension for customers is guarantee, because customers prioritize security, comfort and trust in transactions with PT. Pawnshop. Conclusion This research has the implication that PT. Pegadaian must maintain and improve service quality to achieve higher customer satisfaction. PT. Pegadaian must also strengthen relationships with customers by providing services that are in line with customer expectations and needs*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Responsiveness, Reliability, Guarantee, Empathy, Physical Evidence, PT. Pawnshop.*

**Abstrak.** Penelitian ini menyelidiki dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian. Melalui analisis data survei, ditemukan bahwa kualitas pelayanan, termasuk responsivitas, kehandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik, secara positif memengaruhi kepuasan nasabah. Hasil ini memberikan wawasan bagi PT. Pegadaian untuk meningkatkan pelayanan mereka, memperkuat ikatan dengan nasabah, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif dianggap cocok untuk Menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian. Data dalam laporan penelitian ini diperoleh sesuai dengan buku, jurnal, artikel, skripsi, internet dan lain sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian. Hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan dari lima dimensi kualitas pelayanan, dimensi yang paling penting bagi nasabah adalah jaminan, karena nasabah mengutamakan keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan dalam bertransaksi dengan PT. Pegadaian. Kesimpulan Penelitian ini memberikan implikasi bahwa PT. Pegadaian harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan nasabah yang lebih tinggi. PT. Pegadaian juga harus memperkuat hubungan dengan nasabah dengan cara memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Responsivitas, Kehandalan, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, PT. Pegadaian.

### PENDAHULUAN

PT. Pegadaian adalah sebuah perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa keuangan, khususnya pemberian kredit dengan jaminan barang berharga. PT. Pegadaian memiliki visi untuk menjadi perusahaan jasa keuangan terkemuka yang memberikan manfaat bagi masyarakat dan negara. Untuk mencapai visi tersebut, PT. Pegadaian harus mampu memberikan layanan yang berkualitas dan memuaskan nasabahnya.

Kualitas pelayanan adalah tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh nasabah setelah menggunakan layanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yaitu perasaan senang atau tidak senang nasabah setelah menggunakan layanan suatu perusahaan. Kepuasan nasabah yang tinggi dapat berdampak positif bagi perusahaan, seperti loyalitas, word of mouth, dan profitabilitas.

Penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah telah banyak dilakukan di berbagai sektor, seperti perbankan, hotel, rumah sakit, pendidikan, dan lain-lain. Namun, penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian masih terbatas. Padahal, PT. Pegadaian merupakan salah satu perusahaan jasa keuangan yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam memberikan akses kredit kepada masyarakat yang tidak dilayani oleh perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah derajat yang paling tinggi (unggul) yang diinginkan dan kontrol dari variasi pencapaian keunggulan, dalam pertemuan keduanya yang diminta pelanggan. Sedangkan Fitzsimmons (1994) mengatakan kepuasan pelanggan berkaitan dengan kualitas jasa yang dapat diartikan persepsi perbandingan dari jasa yang diterima dari harapan jasa yang diinginkan. Sedangkan Gaspersz (1997) mendefinisikan kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari produk seperti performace, keandalan, dan mudah dalam penggunaan.

Kotler (1997) mengatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi para pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan perilaku menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Hal ini didukung oleh pendapat Gale dan Buzell (1989); Band (1989) dalam Gaspersz (1997) bahwa yang dimaksud dengan kualitas adalah *perceived quality*, yaitu perspektif pelanggan. Senada yang dikemukakan oleh Krajewski dan Ritzman (1990) membedakan kualitas menurut pandangan produsen dan konsumen.

Menurut pandangan produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasi untuk atribut-atribut kritis dari setiap bagian yang dihasilkan.

Dalam penelitian ini indikator yang di gunakan Ada 5 menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:198) antara lain yaitu :

- a. Bukti Fisik , berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik,perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
- b. Empati, bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- c. Keandalan, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- d. Daya tanggap , berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- e. Jaminan, perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan.

## **2. Kepuasan Nasabah**

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan bagi konsumen, sehingga tercipta kepuasan konsumen yang dapat memberikan seperti menciptakan harmonisasi antara konsumen. Pengertian kepuasan konsumen dapat diketahui melalui beberapa penulis. Menurut Tjiptono (2002) kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (normal kinerja sebelumnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (1990) dalam Tjiptono (1996), mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di-mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Sedangkan Kotler (2000) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Konsekuensi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen.

Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif dianggap cocok untuk Menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian. Data dalam laporan penelitian ini diperoleh sesuai dengan buku, jurnal, artikel, skripsi, internet dan lain sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan kesesuaian pelayanan dengan harapan dari pelanggan atau nasabah, maka dapat disimpulkan bahwasanya pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Zeithaml dkk. Bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi, yaitu Tangible, Reability, Responsiviness, Assurance, dan Emphaty. Hasil dan analisis kualitatif terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan dapat diuraikan dengan penjelasan sebagai berikut:

**1) Bukti fisik**

Nasabah merasa puas dengan fasilitas dan sarana yang disediakan oleh PT. Pegadaian yang bersih, rapi, dan nyaman. Nasabah juga merasa puas dengan penampilan dan perilaku karyawan PT. Pegadaian yang sopan, santun, dan profesional.

**2) Empati**

Nasabah merasa puas dengan hubungan yang terjalin antara nasabah dan PT. Pegadaian yang bersifat hangat, ramah, dan saling menghormati. Nasabah juga merasa dipahami dan diperlakukan secara individual oleh PT. Pegadaian yang memperhatikan kepentingan dan kebutuhan nasabah.

**3) Keandalan**

Nasabah merasa puas dengan kinerja PT. Pegadaian yang dapat memberikan layanan sesuai dengan janji dan standar yang ditetapkan. Nasabah juga mengapresiasi ketepatan waktu, ketelitian, dan konsistensi PT. Pegadaian dalam memberikan layanan.

**4) Daya tanggap**

Nasabah merasa puas dengan sikap PT. Pegadaian yang tanggap dan cepat dalam menangani permintaan, keluhan, dan masalah nasabah. Nasabah juga merasa dihargai dan diperhatikan oleh PT. Pegadaian yang selalu siap membantu dan memberikan solusi.

**5) Jaminan**

Nasabah merasa puas dengan kemampuan dan kredibilitas PT. Pegadaian yang dapat memberikan layanan dengan baik dan profesional. Nasabah juga merasa aman dan nyaman dengan kebijakan dan prosedur PT. Pegadaian yang transparan dan akuntabel.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian kepada nasabahnya memiliki makna yang beragam bagi nasabah. Nasabah mempersepsi kualitas pelayanan berdasarkan pengalaman, harapan, dan kebutuhan mereka terhadap layanan PT. Pegadaian. Nasabah juga membandingkan kualitas pelayanan PT. Pegadaian dengan perusahaan jasa keuangan lain yang mereka gunakan. Dari lima dimensi kualitas pelayanan, dimensi yang paling penting bagi nasabah adalah jaminan, karena nasabah mengutamakan keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan dalam bertransaksi dengan PT. Pegadaian.

Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan PT. Pegadaian memiliki makna yang berbeda-beda bagi nasabah. Nasabah mengekspresikan kepuasan nasabah melalui perasaan, sikap, dan perilaku mereka setelah menggunakan layanan PT. Pegadaian. Nasabah yang merasa puas akan menunjukkan perasaan senang, tenang, dan bahagia. Nasabah yang merasa puas juga akan menunjukkan sikap positif, seperti loyal, rekomendasi, dan apresiasi. Nasabah yang

merasa puas juga akan menunjukkan perilaku positif, seperti bertransaksi secara rutin, meningkatkan jumlah pinjaman, dan membayar tepat waktu.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian. Hal ini ditunjukkan oleh temuan bahwa nasabah yang merasa mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dari PT. Pegadaian juga merasa puas dengan layanan tersebut. Kualitas pelayanan memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah merasa dihargai dan diperhatikan oleh PT. Pegadaian. Kualitas pelayanan juga menciptakan hubungan yang baik antara nasabah dan PT. Pegadaian, sehingga nasabah merasa nyaman dan percaya dengan PT. Pegadaian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Dari lima dimensi kualitas pelayanan, dimensi yang paling penting bagi nasabah adalah jaminan, karena nasabah mengutamakan keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan dalam bertransaksi dengan PT. Pegadaian.

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa PT. Pegadaian harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan nasabah yang lebih tinggi. PT. Pegadaian juga harus memperkuat hubungan dengan nasabah dengan cara memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah. Penelitian ini juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu untuk menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, seperti loyalitas, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan oleh nasabah.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang diberikan adalah penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. PT. Pegadaian harus mempertahankan dan meningkatkan dimensi kualitas pelayanan yang sudah baik, seperti empati, jaminan, keandalan,

dan daya tanggap. PT. Pegadaian juga harus memperbaiki dimensi kualitas pelayanan yang masih kurang, seperti bukti fisik.

PT. Pegadaian harus memperhatikan aspek penampilan, perilaku, dan lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. PT. Pegadaian juga harus memperkuat hubungan dengan nasabah dengan cara memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah, serta memberikan penghargaan dan insentif kepada nasabah yang loyal dan berprestasi.

## REFERENSI

- Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*, (Edisi Ketigabelas). Jakarta: Erlangga.
- Angely, G., Tampi, J.R.E., & Mukuan, D.D.S. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Pada PT. Astra International Tbk. – Daihatsu Malalayang*. Jurnal Administrasi Bisnis
- Diandra G. Nelwan, William. A. Areros, Johny R. E. Tampi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Manado*, Jurnal Administrasi Bisnis
- Johanes A. Rumansara, John Montolalu, Harry J. Sumampouw.2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT Daya Adicipta Wisesa Maumbi Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis
- Nova U. Sinaga, Harry Sumampouw, Dantje Keles.2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Britama Study Kasus Pada PT. Bri (Persero) Tbk, Cabang Manado Pinaensaan*. Jurnal Administrasi Bisnis
- Pio, R. J., Sumampouw, H. J. dan Triyono. 2008. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Angkasa Pura I Bandar Udara Sam Ratulangi Manado*. Eksekutif Journal of Business and Management. 5, (1), 38-55.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Metho)*. Bandung: Alfabeta.
- Tri U. Wardani, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara*.