

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT. PEGADAIAN UNIT AIR PUTIH SAMARINDA**

**Norhalida Apriana<sup>1</sup>, Eka Yudhyani<sup>2</sup>, Nurfitriana<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Pemasaran**

**Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda**

**Email: [nanahalida.1204@gmail.com](mailto:nanahalida.1204@gmail.com)**

**Keywords:**

*Service Quality,  
Customer Satisfaction*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*) empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Unit Air Putih Samarinda

Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini teori manajemen pemasaran khususnya tentang Kualitas Pelayanan, Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian diperoleh dengan menggunakan analisis secara parsial variabel bentuk fisik (*tangible*) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel Kehandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel daya tanggap (*responsive*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel empati/kepedulian (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel jaminan/assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*) kepedulian/empati (*emphaty*) dan jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Secara umum, kualitas berarti wujud, bentuk, atau kenyataan yang diberikan dari suatu konsep yang diinginkan. Dengan demikian, kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai perwujudan atau pelayanan yang diberikan. Perwujudan ini berarti memerlukan fitur dan keadaan spesifik yang harus dipenuhi guna mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Pengertian kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2017:146) : Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik merupakan kualitas layanan aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, selain itu dalam pelayanan di kenal dengan empati yaitu suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Parasuraman dan kawan-kawan merangkum lima dimensi utama atau dimensi yang terkait dengan masalah kualitas layanan (Parasuraman, et al.,2015:43) dengan indikator yaitu: Bukti fisik artinya

penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi, selanjutnya Empati yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, kemudian kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, Cepat tanggap artinya daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan dan terakhir Jaminan artinya kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Menurut Swastha dan Handoko (2015 : 9) mendefinisikan : “Perilaku konsumen sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa ekonomi termasuk kegiatan pengambilan keputusan”. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari pelayanan dan kualitas yang diberikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Sunyoto (2015 : 13) perilaku konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh lingkungan meliputi faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor pengaruh pribadi, faktor keluarga, dan faktor situasi. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tolak ukur yang di butuhkan oleh sebuah perusahaan untuk mengetahui sejauh mana tingkat rasa kepercayaan dari seorang konsumen setelah merasakan apa yang di harapkan atau di inginkan konsumen akan sesuai dari realitanya.

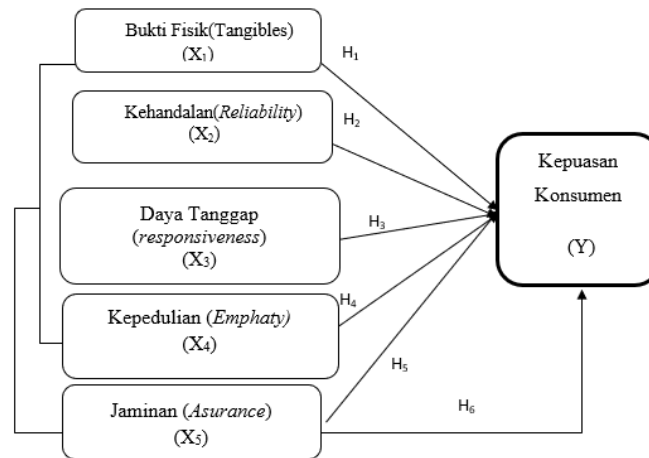
PT. Pegadaian Unit Air Putih Samarinda merupakan salah satu pegadaian yang ada di Air Putih Samarinda dengan produk yang dimilikinya yaitu gadai (rahn). Produk dan layanan jasa yang ditawarkan adalah pemberian pinjaman atau pembiayaan atas dasar hukum gadai. Kualitas pelayanan menjadi suatu hak nasabah PT Pegadaian. Aspek peningkatan kualitas dilihat dari bukti fisik yang ada (tangibles) merupakan pelayanan yang terbaik yang berwujud untuk menunjang kepuasan nasabah yaitu dari segi sarana dan prasarana.

Pada PT Pegadaian Pusat dan di Cabang tentu memiliki beberapa perbedaan seperti kelengkapan fasilitas yang ada yaitu pada PT Pegadaian Pusat terdapat ruang tunggu yang luas serta tempat duduk yang nyaman dan tidak sempit, berbeda dengan Cabang yang memiliki tempat ruang tunggu terbatas sehingga ruang tunggu terlihat sangat sempit. Selain itu Lingkungan bisa dilihat pada PT Pegadaian Pusat terlihat rapi dan luas, meskipun pada pegadaian cabang terlihat rapi namun tidak karena lahan halaman yang terbatas menjadikan lingkungan pada Pegadaian Cabang terlihat sempit, sehingga minim tempat parkir untuk nasabah.

Kualitas Pelayanan lainnya dinilai dari (reliability) yaitu suatu ukuran kehandalan atau kepercayaan system untuk melakukan fungsi yang dilakukan dalam periode tertentu, selanjutnya Kualitas pelayanan lainnya yaitu berdasarkan Responsives yaitu respon pegawai PT Pegadaian terhadap nasabah. Kualitas pelayanan selanjutnya yaitu berdasarkan Assurance yaitu merupakan jaminan yang bisa diberikan kepada nasabah bahwa segala dokumen atau informasi yang diberikan adalah valid, pegawai PT Pegadaian selalu meyakinkan keaslian document nasabah dan data nasabah terjamin kerahasiaannya Selain dari Assurance kualitas pelayanan bisa dilihat dari Emphaty yaitu kepedulian pegawai PT Pegadaian terhadap nasabah yang ingin memperoleh informasi. Meningkatkan kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan persaingan perusahaan dapat menjadi lebih unggul dan dapat menguntungkan bagi pihak perusahaan itu sendiri. Latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Unit Air Putih Samarinda”.

### **Kerangka Konsep Penelitian**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1 : Kerangka Pikir**

## METODE PENELITIAN

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mengumpulkan data, maka teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

1) Penelitian Lapangan (Field Work Research) Untuk mendapatkan data primer yaitu suatu teknik penelitian yang dilakukan di lapangan sehingga data yang didapatkan adalah berdasarkan keadaan lapangan sesungguhnya, yang dilakukan sebagai berikut :

##### a) Survei

Teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden.

##### b) Kuisisioner

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuisisioner yang disusun dalam bentuk skala likert.

#### 2. Data Sekunder

Kegiatan penelitian yang dilakukan melalui kepustakaan untuk mendapatkan bahan dari perpustakaan baik dari hasil penelitian terdahulu maupun dari laporan-laporan yang merupakan data sekunder.

### Alat Analisis

#### 1. Uji Instrument Data

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan ssesuatu yang akar di ukur oleh kuisisioner tersebut. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

##### b. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan program SPSS. Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha ( $\alpha$ ) Cronbach. (Ghozali,2015). Dalam penelitian ini setiap pertanyaan dari setiap indikator variabel dikatakan *reliable* jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten menggunakan statistic SPSS

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot* dan uji *statistic One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*..

### b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Latan dan Temalagi, 2013:63): “Pengujian gangguan multikolinearitas dalam penelitian ini adalah, jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas,  $VIF = 1/Tolerance$ , jika  $VIF = 10$ , maka  $Tolerance = 1/10 = 0,1$

### c. Heteroskedastisitas

Menurut Suliyanto (2017:98): “Metode Glesjer dilakukan dengan menregenerasikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya.

### d. Autokorelasi

Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin- Watson (uji DW) dengan ketentuan menurut Menurut Ghozali  $DL < DW > DU$  dan  $DL < (4-DW) > DU$ . (Ghozali, 2015:110)

## 3. Regresi Linear Berganda

### a. Persamaan Regresi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan

X<sub>1</sub> = Bukti fisik (*Tangibles*)

X<sub>2</sub> = Keandalan (*Reliability*)

X<sub>3</sub> = Daya tanggap (*Responsiveness*)

X<sub>4</sub> = Jaminan (*Assurance*)

X<sub>5</sub> = Empati (*Empathy*)

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub>, b<sub>5</sub> = Koefisien masing – masing variabel

e = *Error*

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka dilakukan dengan uji t, uji, F, dan koefisien determinasi.

### b. Koefisien Korelasi ( R )

**Tabel 1 Interval Korelasi**

Tingkat Hubungan	Keterangan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Suliyanto, 2011

### c. Analisis Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menurut Ghozali (2016:95) koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel variabel dependen.

## 4. Uji Hipotesis

### 1) Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2013:178) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji Parsial pada penelitian ini adalah :

**Tabel 2 Hasil Uji T (Uji Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.212	3.915		2.353	.021
<i>Tangibles</i>	.102	.088	.127	1.159	.250
<i>Reliability</i>	.253	.117	.228	2.167	.033
<i>Responsives</i>	.426	.113	.324	2.228	.028
<i>Emphaty</i>	.572	.295	.481	2.755	.013
<i>Assurance</i>	.517	.147	.374	3.525	.001

Sumber: Output SPSS 2024

- H1 : Nilai Uji t dari variabel bukti fisik (Tangible) (X1) memiliki signifikansi sebesar  $0,250 > 0,05$  dengan dengan nilai t hitung sebesar  $1,159 < T$  tabel 1,992 artinya H1 bukti fisik (Tangible) berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis pertama ditolak.
- H2 : Nilai Uji t dari variabel keandalan (Reliabilility) (X2) memiliki signifikansi sebesar  $0,033 < 0,05$  dengan dengan nilai t hitung sebesar  $2,167 > T$  tabel 1,992 artinya H2 keandalan (Reliabilility) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis kedua diterima.
- H3 : Nilai Uji t dari variabel daya tanggap (Responsiveness) (X3) memiliki signifikansi sebesar  $0,028 < 0,05$  dengan dengan nilai t hitung sebesar  $2,228 > T$  tabel 1,992 artinya H3 daya tanggap (Responsiveness) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ketiga diterima.
- H4 : Nilai Uji t dari variabel kepedulian (Emphaty) (X4) memiliki signifikansi sebesar  $0,013 < 0,05$  dengan dengan nilai t hitung sebesar  $2,755 > T$  tabel 1,992 artinya H4 kepedulian (Emphaty) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis keempat diterima.
- H5 : Nilai Uji t dari variabel jaminan (Assruance) (X5) memiliki signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dengan dengan nilai t hitung sebesar  $3,525 > T$  tabel 1,992 artinya H5 jaminan (Assruance) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis kelima diterima.

## 2) Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013:177) uji statistik F digunakan untuk mengetahui semua variable independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Hasil dari Uji F (Uji Simultan) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.735	5	8.147	4.931	.001 <sup>b</sup>
	Residual	122.253	74	1.652		
	Total	162.987	79			

Sumber : Output SPSS,2024

Hasil pengujian di atas maka diperoleh sebagai berikut :

$H_6$  : Secara simultan nilai  $F_{hitung} 4,931 > F_{tabel} 2,34$  dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*Tangible*), keandalan (*Reliabilility*), daya tanggap (*Responsiveness*), empati (*Emphaty*) dan jaminan (*Assurance*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Unit Air Putih sehingga hipotesis diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

**Tabel 4 Identitas Responden**

Berdasarkan Jenis Kelamin			
No	Jenis Kelamin	Jumlah (Org)	Persentase
1	Laki-Laki	22	27,5%
2	Perempuan	58	72,5%
<b>TOTAL</b>		<b>80</b>	<b>100%</b>
Berdasarkan Jenis Kelamin			
No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase
1	17-25 Tahun	12	15 %
2	25-35 Tahun	21	26,25%
3	>35 Tahun	47	58,75%
<b>Total</b>		<b>80</b>	<b>100%</b>
Berdasarkan Pendidikan Terakhir			
No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	SD	6	7,5%
2	SMP	12	15%
3	SMA/K	43	53,75%
<b>Total</b>		<b>80</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer , 2024

### Uji Regresi Linier Berganda

#### 1. Persamaan Regresi

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dipergunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Berdasarkan uji statistik di peroleh hasil regresi linier berganda sebagai berikut :

**Tabel 5 Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.212	3.915		2.353	.021
	<i>Tangibles</i>	.102	.088	.127	1.159	.250
	<i>Reliability</i>	.253	.117	.228	2.167	.033
	<i>Responsives</i>	.426	.113	.324	2.228	.028
	<i>Emphaty</i>	.572	.295	.481	2.755	.013
	<i>Assurance</i>	.517	.147	.374	3.525	.001

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Hasil pengujian persamaan regresi pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :  
 Kepuasan Nasabah (Y) = 0,127 + 0,228 + 0,324 + 0,481 + 0,374

**Tabel 6 Koefisien Korelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 <sup>a</sup>	.250	.199	1.28533

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pengaruh Variabel bebas terhadap variabel terikat dinyatakan dengan nilai korelasi (r) yaitu sebesar 0,600 hal ini menunjukkan korelasi kuat dihasilkan oleh lima variabel independent yaitu bukti fisik (*Tangible*), keandalan (*Reliabilility*), daya tanggap (*Responsiveness*), empati (*Emphaty*) dan jaminan (*Assurance*) terhadap variabel Dependen yaitu Kepuasan Nasabah, karena menurut Suliyanto (2011) jika koefisien bernilai 0,400 – 0,599 maka terdapat hubungan yang kuat dari varibel penelitian tersebut.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Bukti Fisik (*tangible*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Bukti Fisik adalah cerminan dari kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui sarana fisik atau sarana yang berwujud. Faktor bukti fisik yang dikelola dengan baik akan memberikan gambaran positif bagi nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan keberadaan sarana tersebut. Namun pada PT Pegadaian Unit Air Putih, bukti fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi kepuasan nasabah, karena Sebagian besar nasabah menyatakan bahwa kebanyakan dari mereka datang untuk pelayanan jasa yang diberikan oleh Pegadaian. Nasabah selalu ingin dilayani dengan baik dan cepat oleh pegawai PT Pegadaian, tidak harus bukti fisik melainkan lebih ke kualitas pelayanan jasa dari para pegawainya. Karena selain mereka ingin bertransaksi secara cepat sehingga mereka memiliki Pegadaian Unit, para nasabah ingin dilayani dengan kepedulian dan keramahan dari Pegawai PT Pegadaian, sedangkan sifat dari pelayanan yang di berikan oleh pegawai bukan merupakan bentuk fisik melainkan lebih kepada bagaimana Pegawai memperlakukan nasabah, menginformasikan dengan benar kepada nasabah dan transparansi dalam memberikan informasi kepada nasabah.

### 2. Pengaruh Keandalan (*reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Faktor keandalan (*reliability*) juga memiliki peranan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Keandalan adalah kemampuan yang dimiliki organisasi dalam menyediakan pelayanan yang terbaiknya. Organisasi yang memiliki faktor keandalan akan memiliki standar pelayanan yang jelas, keandalan dalam menggunakan alat bantu teknologi dalam proses pelayanan serta memiliki kecermatan yang baik dalam melaksanakan proses pelayanan kepada nasabah. Variabel keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian adanya kualitas sumber daya manusia yang baik dari karyawan, akan menambah kepuasan dari nasabah. Hal ini juga membuktikan bahwa karyawan memiliki kecepatan dalam menanganani setiap nasabah, menerima pelayanan dengan cepat, memperhatikan setiap nasabah dan cekatan dalam menanganai nasabah yang membutuhkan bantuan.

### 3. Pengaruh Daya tanggap (*responsive*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Daya tanggap (*responsive*) yakni kemampuan PT Pegadaian Unit Air Putih Samarinda yang berkaitan dengan kesanggupannya dalam membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat, tepat dan tanggap terhadap permintaan nasabah. Manajemen yang *responsiveness* akan cepat dalam merespon permintaan pelanggan dan mampu menyelesaikan keinginan nasabah dengan tepat dan cermat, selain itu manajemen akan sangat responsif terhadap seluruh keluhan nasabah Perusahaan yang *responsiveness* akan mudah meningkatkan kepuasan nasabah. Variabel daya tanggap (*responsive*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian adanya kualitas pelayanan dengan daya tanggap yang baik dari karyawan dan pihak perusahaan akan menambah kepuasan dari nasabah. Hal ini membuktikan bahwa karyawan memiliki kemampuan dalam melayani nasabah, memiliki kesiapan dalam menanganani kebutuhan

nasabah, memberikan perhatian serius terhadap nasabah, keakuratan dalam administrasi dan memberikan perhatian kepada nasabah

#### 4. Pengaruh empati/kepedulian (*emphaty*) Terhadap Kepuasan Nasabah

Empathy (*emphaty*) memiliki peranan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Empati merupakan sikap yang ditunjukkan oleh Manajemen PT Pegadaian Unit Air Putih Samarinda kepada nasabah sebagai bentuk ketegasan namun dengan penuh perhatian. Manajemen yang memiliki sikap empati akan selalu mendahulukan kepentingan nasabah, memberikan pelayanan dengan berdasarkan sikap keramahan dan kesopanan, tidak melakukan diskriminasi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Oleh sebab itu semakin baik penerapan empati pada Manajemen PT Pegadaian Unit Air Putih Samarinda maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah mereka. Variabel *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang artinya PT Pegadaian Unit Air Putih Samrinda melalui pelayanan pegawainya yang dimana perusahaan yang secara individu memberikan perhatian terhadap nasabah. Memberikan kemudahan untuk komunikasi yang baik dan memnuhi keinginan yang dibutuhkan nasabah.

#### 5. Pengaruh jaminan/assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan pihak PT Pegadaian Unit Air Putih Samarinda memberikan rasa percaya nasabah, bahwa pihak perusahaan dapat memberikan rasa aman terhadap nasabah baik itu data nasabah maupun barang yang di gadaikan tanpa harus khawatir barang itu nantinya hilang tanpa pergantian. Variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian adanya jaminan yang diberikan Pegadaian akan membuat nasabah semakin puas dalam menggunakan jasa pegadaian. Hal ini menunjukkan karyawan memiliki pengetahuan yang baik, menjaga kebersihan tempat kerja, merasa nyaman berada dalam ruangan dan selalu bersikap sopan dan sabar kepada nasabah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di jelaskan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Secara parsial variabel bentuk fisik (*tangible*) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah karena bukti fisik tidak sesuai dengan harapan pelayanan dari nasabah, sehingga hipotesis pertama ditolak.
2. Secara parsial variabel Keandalan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena keandalan dalam menggunakan alat bantu teknologi dalam proses pelayanan sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Secara parsial variabel daya tanggap (*responsive*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan kesanggupannya dalam membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat, tepat dan tanggap terhadap permintaan nasabah sehingga hipotesis ketiga diterima
4. Secara parsial variabel empati/kepedulian (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena Empati merupakan sikap yang ditunjukkan oleh Manajemen PT Pegadaian Unit Air Putih Samarinda kepada nasabah sebagai bentuk ketegasan namun dengan penuh perhatian sehingga hipotesis keempat diterima
5. Secara parsial variabel jaminan/assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, jaminan yang diberikan Pegadaian akan membuat nasabah semakin puas dalam menggunakan jasa pegadaian sehingga hipotesis kelima diterima.
6. Secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*) kepedulian/empati (*emphaty*) dan jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan, karena secara bersama-sama kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah.



## Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini , maka dapat di sampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan, Sehubungan dengan pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan selama ini, maka penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen khususnya pengaruh kualitas jasa/pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga menjadikan Pegadaian Unit Air Putih sebagai Salah satu unit yang sangat memperhatikan kualitas pelayanannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat dilanjutkan sampai pada variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen dengan menjadikan variabel kepuasan sebagai variabel intervening.

## REFRENSI

- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar, 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 2. Cetakan 13. Jakarta: Rajawali Pers.
- Latan, H dan S. Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.