
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI BAGI KEPUASAN NASABAH PT. PEGADAIAN CABANG GUNUNG SAHARI

Fendo Trianto^{1*}

¹Fakultas Manajemen, Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

*Email korespondensi : fendotrianto72@gmail.com

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi nasabah dan kepuasaan nasabah. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel 96 responden merupakan nasabah Cabang Pegadaian Gunung Sahari. Jenis sampel menggunakan data primer diperoleh dari hasil kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regression linier menggunakan Smart PLS versi 4.0. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel promosi berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil perhitungan dengan analisis regresi linier berganda diketahui bahwa variabel promosi menunjukkan nilai koefisien regresi positif, yang artinya terdapat pengaruh positif atau hubungan searah dari variabel-variabel tersebut. Evaluasi Kepuasan Nasabah Perum Pegadaian Cabang Gunung Sahari menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan Berdasarkan perhitungan tingkat kepentingan dapat diketahui bahwa konsumen memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi terhadap kualitas pelayanan dari Perum Pegadaian Cabang Gunung Sahari.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi Nasabah, dan Kepuasaan Nasabah.

Abstract

The research was conducted to determine the effect of service quality, customer promotion and customer satisfaction. The research method uses a quantitative descriptive method with a total sample of 96 respondents who are customers of the Gunung Sahari Pawnshop Branch. This type of sample uses primary data obtained from the results of the questionnaire. Data analysis used linear regression analysis using Smart PLS version 4.0. The research results show that service has an effect on customer satisfaction. promotion variables affect customer satisfaction variables. The results of calculations with multiple linear regression analysis show that the promotion variable shows a positive regression coefficient value, which means that there is a positive influence or a unidirectional relationship from these variables. Evaluation of Customer Satisfaction of Perum Pegadaian Gunung Sahari Branch shows that there is a significant influence. Based on the calculation of the level of importance, it can be seen that consumers have a very high level of interest in the quality of service from Perum Pegadaian Gunung Sahari Branch.

Keywords: Service Quality, Customer Promotion, and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Salah satu faktor penting yang menentukan kemajuan atau tidaknya suatu organisasi terletak pada kualitas sumber daya manusianya. Setiap organisasi selalu berusaha mendapatkan sumber daya manusia yang dapat membantu tercapainya tujuan organisasi tersebut. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kesuksesan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia yang dimiliki dalam tercapainya tujuan suatu perusahaan (Mariani, 2016). Peranan sumber daya manusia akan menjadi

semakin penting bila dikaitkan dengan perkembangan dunia yang sangat ketat dengan persaingan diantara organisasi. Salah satu cara yang harus bisa dilakukan organisasi untuk tetap bisa menghadapi persaingan adalah dengan memberdayakan dan menggali seluruh potensi SDM yang dimilikinya dengan sangat maksimal. Seiring dengan hal itu juga, maka sebuah organisasi perlu meningkatkan perhatiannya terhadap kualitas karyawannya, karir maupun tingkat kesejahteraan dari masing-masing karyawan, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan prestasi dan motivasi pegawai untuk memberikan yang terbaik serta seluruh kemampuannya dalam pencapaian tujuan.

Peran serta pemerintah dalam stabilitas ekonomi adanya Badan Usaha Milik Negara yang berfungsi ganda, sebagai pelayanan umum dan sumber pendapatan Negara. Berkaitan dengan hal tersebut pemerintah terus berupaya memberikan dukungan bagi perbaikan ekonomi melalui berbagai program yang direncanakannya, mulai dari penyedian sarana dan prasarana sampai kepada penyediaan modal usaha dan kebutuhan lainnya. Salah satunya adalah penyaluran kredit berdasarkan hukum gadai yang dilakukan oleh PT Pegadaian.

Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang diharapkan memegang peranan besar dalam menyalurkan kredit kepada para pengusaha khususnya sektor usaha kecil dan menengah, nampaknya belum dapat berjalan sesuai dengan harapan. hal ini disebabkan karena prosedur dan persyaratan untuk mendapat kredit sulit dipenuhi oleh para pengusaha khususnya para pengusaha kecil menengah dan masyarakat bawah / ekonomi lemah.

Pegadaian sebagai salah satu lembaga khususnya keuangan non bank yang pada dasarnya bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan dana dimana bukan hanya modal untuk pengusaha kecil dan menengah tetapi juga untuk kebutuhan komsumsi rumah tangga. Oleh sebab itu PT Pegadaian hadir dan menawarkan Kredit Gadai dengan prosedur dan persyaratan lebih mudah dan cepat dibanding dengan bank. Maka dari itu PT Pegadaian dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal terhadap masyarakat, agar masyarakat dapat lebih efektif dalam mendapatkan dana untuk kebutuhan mereka.

Sistem Pemasaran merupakan salah satu diantara beberapa kegiatan manajemen yang mempunyai peranan penting karena merupakan penunjang langsung terhadap kegiatan perusahaan dan juga terhadap volume penjualan untuk memperoleh laba yang optimal dari hasil penjualan yang maksimal.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. **Analisis Data Deskriptif**

Analisis data deskriptif ini digunakan untuk menyajikan seluruh prosedur,proses dan teknik serta hasil analisis data hingga pada peyajian hasil pada pengujian seluruh hipotesis penelitian yang sesuai dengan metode dan teknik analisis yang digunakan.

2. **Analisis Data Kuantitatif**

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif, agar data yang diperoleh dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi penelitian ini, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Tujuan dari metode analisis data ini adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data yang telah diperoleh.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Jumlah populasi bulan Mei 2022 - Juni 2022 adalah sebanyak 25.652 pelanggan. Populasi yang dimaksud disini adalah semua nasabah gadai PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari.

NO	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.	a. Berwujud (<i>tangible</i>) b. Keandalan (<i>reliability</i>) c. Ketanggungan (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) e. Empati (<i>empathy</i>)	Lupiyoadi (2014)
2	Promosi (X2)	Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu.	a. <i>Personal selling</i> (penjualan perorangan) b. <i>Advertising</i> (periklanan) c. <i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan) d. <i>Public relations</i> (hubungan masyarakat) e. <i>Direct marketing</i> (pemasaran langsung)	Tjiptono (2013)
3	Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	a. <i>Re-purchase</i> b. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> c. Menciptakan Citra Merek d. Menciptakan keputusan pembelian pada Perusahaan yang Sama	Kotler (2011)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016).

Sampel dalam penelitian ini adalah perwakilan dari nasabah gadai KCA dari PT Pegadaian Cabang Gunung Sahari. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2017) :

$$n = \frac{Za^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$n = \frac{Za^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Za = Nilai standart dari distribusi sesuai nilai a = 5% = 1,96

P = Prevalensi outcome, karena data belum di dapat, maka dipakai 50% =0,5

d = Limit dari error atau presisi absolut 5% = 0,05

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Harga daalam kurve nomal untuk simpanan 5%, dengan nilai=1,96

p = Peluang Benar 50% = 0,5

q = Peluang Salah 50% = 0,5

e = Tingkat Kesalahan Sampel (sampling error), dalam penelitian ini menggunakan 10%

Sehingga jumlah sampel yang dihasilkan adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

= 384,15 (dibulatkan menjadi 384)

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel sekurang-kurangnya sejumlah 384 orang responden. Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 100 responden. Untuk lebih memberikan arahan atau lebih memfokuskan pemilihan sampai yang dapat mewakili jumlah populasi, mak digunakan teknik pengambilan sampel dengan Purposive Sampling.

Menurut Sugiyono (2016), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria sampel adalah :

1. Responden sedang menggunakan jasa Gadai KCA pada PT Pegadaian Cabang Gunung Sahari.
2. Responden telah menggunakan jasa Gadai KCA minimum 2 kali.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. "Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat" (Sugiyono, 2008). "Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal"(Kuncoro, 2009). Menurut Sugiyono (2014) berpendapat bahwa, "penelitian assosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih." Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)" (Sugiyono, 2008). Skala likert yang dimodifikasi dalam penelitian ini berskala 4 dengan rentang nilai 1 sampai dengan 4 dikarenakan jika ada jawaban netral atau ragu-ragu sebagai nilai tengah, maka kebanyakan generasi milenial

akan memilih untuk netral, sehingga sulit untuk diketahui apakah subjek penelitian cenderung setuju atau tidak setuju.

Tabel 2. Kriteria Pemberian Skor Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Setuju	3
4.	Sangat Setuju	4

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden mengenai literasi keuangan, persepsi return, kemajuan teknologi dan minat investasi saham pada generasi milenial di daerah Jakarta Pusat. Uji instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS). PLS adalah metode penyelesaian Structural Equation Moderating (SEM). Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software komputer yaitu Microsoft Excel, IBM Spss 22 dan SmartPLS 4.0 For Windows. Analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif dilakukan saat peneliti telah mengumpulkan data yang telah diuji melalui persyaratan tertentu. Rumusan hipotesis akan dianalisis dengan menjawab rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik berdasarkan usia responden

NO	USIA	FREKUENSI	PRESENTASI (%)
1	17 - 27 tahun	15	15%
2	28 - 38 tahun	34	34%
3	39 - 49 tahun	29	29%
4	50 - 60 tahun	22	22%
JUMLAH		100	100%

Sumber: data Primer 2023

Dari data tabel 1 dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja terbanyak adalah umur 28-38 tahun sebanyak 34 responden atau 34%, terbanyak kedua adalah konsumen yang berumur 39-49 tahun sebanyak 29 responden atau 29% disusul konsumen yang berumur 50-60 tahun sebanyak 22 responden atau 22% dan terakhir umur 17-27 tahun sebanyak 15 responden atau 15% yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

NO	JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PRESENTASE (%)
1	Laki-laki	38	38%
2	Perempuan	62	62%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data Primer 2023

Dapat diketahui bahwa konsumen yang transaksi di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari ada laki-laki dan wanita dan yang terbanyak adalah dari kalangan wanita sebanyak 62 responden atau 62% dan laki-laki adalah 38 responden atau 38% yang melakukan pembelian transaksi di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari.

Tabel 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

NO	PEKERJAAN	FREKUENSI	PRESENTASE (%)
1	Pegawai Negeri	26	26%
2	Pegawai Swasta	30	30%
3	Pelajar/Mahasiswa	11	11%
4	Wirausaha	33	33%
JUMLAH		100	100%

Sumber : Data primer 2023

Dari data tabel 4 dapat dikatahui bahwa Nasabah melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari berdasarkan pekerjaan dan yang paling dominan adalah wirausaha sebanyak 33 responden atau 33%, terbanyak kedua nasabah yang memiliki pekerjaan pegawai swasta sebanyak 30 responden atau 30%, disusul oleh pegawai negeri sebanyak 26 responden atau 26% dan terakhir adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 11 responden atau 11% yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah Kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari berdasarkan variabel independen (X) kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai variable dependen (Y) yaitu :

1. Variabel dari kualitas pelayanan yaitu Kehandalan (X1), Bukti fisik (X2), Jaminan (X3), Perhatian (X4) Tanggapan (X5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($40,649 > 2,31$) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 68,4% yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat yakni kepuasan nasabah adalah sebesar 70,3%
2. Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel Kehandalan (X1), Perhatian (X4). Tanggapan (X5) berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel Bukti Fisik (X2) dan Jaminan (X3) berpengaruh negative tetapi signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari, variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang Gunung Sahari. Tanggapan (X5) karena mempunyai nilai terbesar yaitu 6,4168.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Ibu, Kakak dan Adik yang telah memberikan doa, dukungan dan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta.
2. Kepada Fiani Nur Istnya, selaku pasangan saya yang telah memberi doa dan dukungan kepada saya.

3. Pimpinan serta semua rekan kerja saya di Cabang PT Pegadaian Gunung Sahari yang telah memberikan doa dan dukungan.
4. Teman-teman Manajemen Universitas Teknologi Muhamadiyah Jakarta dan semua pihak yang terlibat yang telah memberikan doa serta dukungan.

REFERENSI

- Afrianti, R., & Zulkifli. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman. *Menara Ilmu*, XI(78), 152-166.
- AGUSTINA, F. I. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung-Warung Pecel Di Blitar. *Solid*, 8(2), 41. <https://doi.org/10.35200/solid.v8i2.165>
- Akdp, D. S. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan harga tiket lokasi terhadap loyalitas pelanggan yang dimesiasi kepuasan pelanggan transportasi darat perum damri segmen akdp*. 6(November), 87-95.
- Ali, D., Alam, M., & Bilal, H. (2021). The Influence of Service Quality, Price and Environment on Customer Loyalty in the Restaurant's Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 7(1), 143-154. www.publishing.globalcsrc.org/jafee
- Anggraini. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN PADA PT . HASJRAT ABADI RANOTANA ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY , PRICE AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTIONIN PT . HASJRAT ABADI RANOTANA Jurnal EMBA Vol . 7 No . 3 Juli 2019 , Hal . 3959- 3968. 7(3), 3959-3968.*
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 141-150. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.694>
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61-70. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>
- Di, K., Boyolali, P., Sutanto, P., & Santoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Indonesian Economics Business and Management Research. 1(1), 37-41.
- Dr. Lela Nurlaela Wati, S.E., M.. (2021). *Metodologi Penelitian*. Mujahid Press.
- Faiz Hanifudin1) Tsalis Syaifuddin S.Pd, MSi.2), Leonardo Budi Hasiholan, SE, M. . 3). (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto. *Jurnal of Management*, 3(3), 15.
- Indah, D.R, Nurlina, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1-8.
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 421-428.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201-212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Perdana, F. I., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT, Pos Indonesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan*

- Riset Manajemen*, 8(7), 1–18.
- Rahman, M., & Widayati, R. (2019). Aktivitas Pemasaran Produk Tabungan Pada Pt. Bpr Rangkiang Denai Payakumbuh Barat. *Osfpreprints*, 1–10.
- Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. (2019). the Effect of Service Quality Prices and Location of Companies To Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 38–43. <https://doi.org/10.32479/irmm.8736>
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht'S Up Café Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4230–4240.