

ANALISIS KEPUASAN NASABAH PENGADAIN SYARIAH: BUKTI EMPIRIS DARI SHOPPING CENTER MANADO

Elsita Mayaranti Radja*

Faculty of Islamic Economic and Business, State Islamic Institute of Manado (IAIN), Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado, 95128

E-mail: elsitamayaranti18@gmail.com

Sukmawati Muarif

Faculty of Islamic Economic and Business, State Islamic Institute of Manado (IAIN), Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado, 95128

E-mail: sukmamuarif024@gmail.com

Rosdalina Bukido

Faculty of Syariah, State Islamic Institute of Manado (IAIN), Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado, 95128,

E-mail: rosdalina.bukido@iain-manado.ac.id

*Correspondance

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of employee service quality on customer satisfaction at the Pawnshop Syariah unit (UPS) Shopping Center Manado. The method used is a descriptive quantitative method, where the data collected is customer responses (95 respondents) from the Sharia Pawnshop Unit (UPS) Shopping Center Manado by using collection techniques through observation and questionnaires. The data analysis technique used was simple linear regression, and the research data was processed using SPSS version 25. The results showed that the service quality of Sharia Pawnshops had a significant and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the product-moment correlation test, which obtained results of $0.702 > 0$. So H_0 is rejected, and H_a is accepted. Based on the results of the coefficient of determination test, it is known that the value of R^2 (R Square) is 0.493, or about 49.3%. This means that the effect of the independent variable on the dependent variable is 49.3%. Meanwhile, the remaining 51.7% is explained by other variables not examined in this study, so the Independent Variable (Quality of Service) significantly affects the Dependent Variable (Customer Satisfaction).

Keywords: Customer Satisfaction; Service Quality; Sharia Pawnshop.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Metode yang digunakan metode kuantitatif deskriptif, dimana data yang dikumpulkan adalah respon nasabah (95 responden) Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado dengan menggunakan teknik pengumpulan melalui Observasi dan Kuesioner. Teknik Analisis data yang digunakan adalah regresi linear

sederhana dan data penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Pegadaian Syariah berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan uji korelasi product moment yang memperoleh hasil $0,702 > 0$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (R Square) 0,493 atau sekitar 49,3%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 49,3%. Sedangkan, sisanya 51,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga Variabel Independen (Kualitas Pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah).

Keywords: Kepuasan Nasabah; Kualitas Pelayanan; Pegadaian Syariah.

PENDAHULUAN

Pegadaian Syariah adalah satu-satunya lembaga keuangan non bank milik negara yang menyediakan transaksi pembiayaan dan jasa gadai berdasarkan prinsip Syariat Islam (Siregar et al., 2021). Produk-produk Pegadaian Syariah terdiri seperti pembiayaan *rahn*, arrum haji, multi pembayaran online, konsinyasi emas, tabungan emas, mulia, arrum BPKB, dan amanah menjadi produk yang disajikan ke masyarakat (Adm, 2018). Sebagai sebuah lembaga yang menawarkan jasa, maka pegadaian harus mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah agar dapat mencapai kepuasan yang imbasnya dapat menciptakan loyalitas nasabah kepada Pegadaian Syariah (Pawestriningtyas et al., 2016; Prabowo & Aslami, 2021).

Beberapa peneliti menggunakan berbagai pola dalam melihat kepuasan nasabah. *Pertama*, kualitas jasa yang bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Aulia & Hidayat, 2017; Harjati & Venesia, 2015). Dalam sektor jasa, layanan konsumen dapat diartikan sebagai total jasa yang dipersepsikan oleh konsumen (Fandy, 2011). Kualitas harus dimulai dari pemenuhan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen dan harus berakhir pada pembentukan persepsi konsumen terkait kebutuhan. Hal tersebut menyiratkan bahwa kualitas bukan merupakan persepsi penyedia jasa melainkan persepsi konsumen (Zahra, 2012). Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan pelayanan, sehingga diperlukan upaya-upaya untuk dapat mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan (Kotler, 2011).

Kedua, kepuasan menjadi penilaian nasabah terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan, hasrat dan tujuan nasabah. Kepuasan nasabah disertai dengan loyalitas nasabah, kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan (Sondakh, 2015). Untuk melihat nasabah merasa puas adalah melihat perasaan senang nasabah, banyak menggunakan produk berulang-ulang dan menggunakan produk-produk lain (Atmaja, 2018).

Nasabah yang puas dapat mendorong munculnya loyalitas nasabah. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan

nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah (Fandy, 2011). Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan yang terdiri dari menyediakan fasilitas fisik, kehandalan (*reliability*) ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*) dan empati (*empathy*) di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Dalam hal ini adalah kualitas layanan yang diberikan oleh Karyawan Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado kepada nasabah terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif menggunakan sistem survei (Sugiono, 2017) dimana data yang dikumpulkan adalah hasil dari responden (nasabah) untuk melihat tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna jasa Pegadaian Syariah Unit Shopping Center yang berjumlah 1.880 nasabah dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden berdasarkan rumus Slovin. Teknik Analisis data yang digunakan adalah regresi linear dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Merumuskan Hipotesis:

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan Unit Pegadaian Syariah terhadap kepuasan nasabah yang berarti ada signikansi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan Unit Pegadaian Syariah terhadap kepuasan nasabah yang berarti tidak ada signikansi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

(1) Menentukan t hitung

Dari hasil SPSS 25.0 dapat diketahui t hitung 9,503.

(2) Menentukan t tabel

$$\begin{aligned} t(\text{tabel}) &= t(a/2; n-k-1) \\ &= 0,05/2; 95-2-1 \\ &= 0.025; 92 \\ t(\text{tabel}) &= 1,986 \end{aligned}$$

(3) Kriteria pengujian

Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka H0 ditolak

Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka H0 diterima

(4) Kesimpulan

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,503 > t$ tabel $1,986$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Yang berarti terdapat pengaruh Variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap Variabel Y (Kepuasan Nasabah).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk-Produk Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado

Rahn (Gadai Syariah)

Rahn adalah produk gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan ijarah (biaya jasa simpanan dan pemeliharaan barang jaminan). Pegadaian Syariah telah menjawab kebutuhan transaksi gadai yang sesuai dengan Syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis dan menentramkan. Biaya ujarah hanya 1% dari uang pinjaman dibayarkan saat pelunasan barang jaminan dan administrasi dibayarkan saat penerimaan uang atau bisa dikurangi dari jumlah dana pinjaman.

Arrum (Ar Rahn untuk Usaha Mikro)

Produk Arrum adalah skema peminjaman dengan sistem Syariah bagi pengusaha kecil menengah untuk keperluan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB motor, mobil atau kendaraan lain yang dimiliki (Fuad & Trianna, 2018). Arrum merupakan fasilitas pinjaman atas pembiayaan untuk keperluan usaha para nasabah di Pegadaian Syariah yang menganut prinsip Syariah dan didasarkan atas kelayakan usaha. Pembiayaan Arrum memudahkan pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB kendaraan milik nasabah yang dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari.

Selain itu pendanaan Arrum ini mencapai Rp.200.000.000. Dana yang cair bisa sampai 70% dari taksiran dan hanya membutuhkan waktu 3 hari untuk pencairan tentunya setelah prosedur seperti kelengkapan berkas, peninjauan kelayakan usaha, analisis usaha telah terpenuhi.

Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

Mulia adalah penjualan logam mulia oleh pegadaian syariah kepada nasabah secara tunai maupun angsuran dengan jangka waktu fleksibel. Akad Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi adalah persetujuan atas kesepakatan yang dibuat bersama antara pegadaian Syariah dengan nasabah atas pembelian logam mulia diseraikan keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati.

Amanah

Amanah adalah pembiayaan berprinsip syariah dari pegadaian Syariah kepada nasabah yang berstatus karyawan tetap maupun pengusaha mikro, untuk

memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran. Uang muka pembelian sepeda motor mulai 10%, sedangkan untuk mobil uang mukanya mulai 20%, pembiayaan dapat diberikan untuk kendaraan baru maupun second. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, 36, 48, dan 60 bulan.

Arrum Haji

Pegadaian Syariah meluncurkan Arrum Haji yang berupa dana talangan haji. Disini pegadaian Syariah bekerja sama dengan bank berbasis Syariah yang ditunjuk. Calon nasabah cukup menyerahkan jaminan emas seberat 15 gram atau senilai 7 juta plus bukti SA BPIH SPPH dan buku tabungan haji. Selanjutnya pegadaian Syariah akan menalangi dana senilai 25 juta sesuai syarat minimal untuk mendapatkan porsi yang ditetapkan pemerintah.

Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,01 gram).

Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/pulsa ponsel, air, pembelian tiket kereta api, top up gojek/grab dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank.

Karakteristik Responden

Penelitian ini telah dilaksanakan di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado dengan jumlah populasi 1.880 nasabah, dalam penentuan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan 10% yang berjumlah 95 responden. Untuk penentuan sampel menggunakan teknik *sampling incidental* berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti sebagai sumber data. Pemberian kuesioner dilaksanakan pada saat itu juga di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Dengan demikian pengembalian kuesioner presentase 100%.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	10	10,5%
Perempuan	85	89,5%
Jumlah	95	100%

Sumber: SIPP tahun 2019

Table 1 memperlihatkan jenis kelamin nasabah yang diambil sebagai responden didominasi oleh nasabah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 85 nasabah atau 89,5% dan laki-laki sebanyak 10 nasabah atau 10,5 %.

Tabel 2. Alamat Responden

Alamat	Frekuensi	Persentase (%)
Kampung Islam	32	33,7%
Lawangirung	8	8,4%
Wonasa	6	6,3%
Perkamil	5	5,3%
Paal 2	1	1%
Tateli	2	2,1%
Perum Manado Permai	1	1%
Ranomut	1	1%
Singkil	13	13,7%
Sindulang	14	14,8%
Cereme	2	2,1%
Tuminting	10	10,6%
Jumlah	95	100%

Sumber: SIPP tahun 2019

Jumlah responden berdasarkan alamat terbanyak adalah Kampung Islam, yaitu sebanyak 32 nasabah atau 33,7 %, Sindulang sebanyak 14 nasabah atau 14,8%, Singkil sebanyak 13 nasabah atau 13,8%, Tuminting sebanyak 10 nasabah atau 10,6%, Lawangirung sebanyak 8 nasabah atau 8,4%, Wonasa sebanyak 6 nasabah atau 6,3%, Perkamil sebanyak 5 nasabah atau 5,3%, Tateli sebanyak 2 nasabah atau 2,1%, Cereme sebanyak 2 nasabah atau 2,1%, Ranomut sebanyak 1 nasabah atau 1%, Perum permai sebanyak 1 nasabah atau 1%, Paal 2 sebanyak 1 nasabah atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Unit Pegadaian Shopping Center Manado sebagian besar bertempat tinggal di Kampung Islam dan ada beberapa bertempat tinggal jauh dari Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado, Seperti yang kita ketahui banyak penyedia jasa disekitaran tempat tinggal kita tetapi nasabah lebih memilih Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado menjadi pilihannya.

Deskripsi Data Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X) dan variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Penelitian ini dilakukan di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado dengan jumlah sampel 95 nasabah. Dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi jawaban atau tanggapan dari para responden.

Tabel 3. Data Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y)

Subjek	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
1	62	22
2	57	27
3	48	22
4	60	27
5	42	19
6	59	26
7	41	19
8	52	27
9	53	26
10	59	25
11	53	23
12	43	20
13	58	27
14	47	25
15	53	24
16	53	24
17	65	30
18	61	21
19	64	30
20	53	21
21	59	30
22	65	30
23	55	23
24	59	30
25	58	27
26	53	24
27	58	24
28	55	24
29	56	23
30	62	27
31	40	20
32	53	26
33	53	27
34	61	27
35	48	23
36	60	22
37	56	26
38	51	18

39	51	20
40	58	26
41	54	22
42	52	26
43	65	30
44	65	29
45	53	24
46	65	30
47	47	24
48	62	26
49	65	30
50	61	26
51	65	30
52	47	22
53	60	25
54	65	24
55	58	27
56	52	24
57	56	23
58	61	26
59	65	30
60	64	26
61	47	24
62	65	30
63	53	24
64	65	29
65	65	30
66	59	25
67	59	26
68	47	22
69	50	21
70	58	24
71	52	24
72	64	30
73	55	27
74	63	28
75	62	30
76	57	27
77	48	22
78	60	27

79	42	19
80	47	24
81	53	30
82	43	25
83	58	26
84	47	22
85	53	21
86	65	30
87	47	22
88	60	25
89	65	24
90	58	27
91	57	27
92	47	24
93	53	30
94	43	25
95	47	22

Sumber: data olahan SPSS

Uji Validitas

Program SPSS 25.0 sudah tersedia bagaimana menguji validitas dan reliabilitas sebuah instrument (angket). Hasil uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 25.0 yang dilakukan penelitian kepada 95 responden dengan jumlah item 13 untuk variabel X dan 6 untuk variabel Y. hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Keputusan Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Nilai r tabel	<i>Person correlation</i>	Ket.
Item Pertanyaan 1	0,2017	0,562	Valid
Item Pertanyaan 2	0,2017	0,715	Valid
Item Pertanyaan 3	0,2017	0,642	Valid
Item Pertanyaan 4	0,2017	0,699	Valid
Item Pertanyaan 5	0,2017	0,621	Valid
Item Pertanyaan 6	0,2017	0,747	Valid
Item Pertanyaan 7	0,2017	0,782	Valid
Item Pertanyaan 8	0,2017	0,747	Valid
Item Pertanyaan 9	0,2017	0,608	Valid
Item Pertanyaan 10	0,2017	0,417	Valid
Item Pertanyaan 11	0,2017	0,545	Valid
Item Pertanyaan 12	0,2017	0,694	Valid
Item Pertanyaan 13	0,2017	0,632	Valid

Sumber: Data Olahan dengan SPSS

Tabel 4. Keputusan Validitas Kepuasan Nasabah

Pertanyaan	Nilai r tabel	<i>Person Correlation</i>	Ket.
Item Pertanyaan 1	0,2017	0,578	Valid
Item Pertanyaan 2	0,2017	0,334	Valid
Item Pertanyaan 3	0,2017	0,594	Valid
Item Pertanyaan 4	0,2017	0,566	Valid
Item Pertanyaan 5	0,2017	0,326	Valid
Item Pertanyaan 6	0,2017	0,467	Valid

Sumber: Data Olahan dengan SPSS

Seluruh item pernyataan yang dimuat dalam kuesioner penelitian adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai *pearson correlation* lebih besar dari r tabel (0,1996). Hal ini diartikan bahwa semua item dalam kuesioner penelitian telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik sehingga dapat mengukur dengan baik dan tepat.

Uji Reliabilitas

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien cronbach alpha. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	13

Sumber: Data Olahan dengan SPSS

Tabel 7. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	6

Sumber: Data Olahan dengan SPSS

Hasil dari uji reliabilitas setiap variabel telah melebihi 0,6 sehingga dinyatakan reliabel, dimana kualitas pelayanan pada Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,883, dan kepuasan nasabah memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,762.

Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila signifikansi diatas 0,05 berarti data yang kita uji normal dari uji normalitas dengan bantuan SPSS versi 25.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.26433325
	Absolute		.088
Most Extreme Differences	Positive		.078
	Negative		-.088
	Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)			.069 ^c
Test distribution is Normal.			
Calculated from data.			
Lilliefors Significance Correction.			
Sumber: Data Olahan dengan SPSS 25.0			

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0.069 > 0,05$. Dengan demikian pengujian normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* seluruh variabel dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Penguji menggunakan SPSS 25.0 pada uji *Test For Linearity* dengan melihat apabila nilai *Deviation From Linearity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan linear. Sebaliknya, apabila nilai *Deviation From Linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear.

Tabel 9. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	617.147	21	29.388	6.446	.000
		Linearity	467.980	1	467.980	102.655	.000
		Deviation from Linearity	149.168	20	7.458	1.636	.067
	Within Groups		332.790	73	4.559		
	Total		949.937	94			

Sumber: Data Olahan dengan SPSS 25.0

Nilai signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* sebesar 0,067. Signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Nasabah mempunyai hubungan yang linear.

Uji Korelasi

Analisis korelasi menunjukkan keeratan hubungan antara variabel tanpa memperlihatkan ada atau tidaknya hubungan kasual antara variabel-variabel tersebut. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan analisis korelasi *product moment*.

Tabel 10. Uji Korelasi

Correlations		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Olahan dengan SPSS 25.0

Berdasarkan pengujian diatas dapat dilihat nilai korelasi antara variabel X dan Y adalah $0,702 > 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif pada Kepuasan Nasabah.

Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui dan memprediksi nilai suatu variabel dependen (Y) berdasarkan satu variabel independen (X).

Tabel 11. Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.163	1.918		3.735	.000
	Kualitas Pelayanan	.325	.034	.702	9.503	.000

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan dengan SPSS 25.0

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian nilai a dan b maka dapat memperoleh persamaan regresi, yaitu: $Y = a + bX = 7,163 + 0,325X$. Maka dapat diketahui bahwa konstanta nilai (a) 7,163, Sedangkan nilai koefisien regresi

variabel (b) 0,325. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1% sehingga tingkat Kepuasan Nasabah juga meningkat 0,325%.

Uji Koefisien Determinasi R²

Uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel (Y). pengujian koefisien determinasi menggunakan alat ukur yaitu SPSS 25.0.

Tabel 12. Koefisien Determinasi R²

Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate	
1	.702 ^a	.493	.487		2.27647	
Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data Olahan dengan SPSS 25.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pengujian yang telah dilakukan hasil koefisien determinasi menunjukkan sebesar 0,5493 atau sekitar 49,3%. Hal ini memberikan asumsi bahwa pengaruh variabel independen (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan nasabah) adalah sebesar 49,3% sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis diterima atau ditolak pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji t dengan bantuan SPSS versi 25.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 13. Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.163	1.918		3.735
	Kualitas Pelayanan	.325	.034	.702	9.503

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan dengan SPSS 25.0

Kualitas Pelayanan

Hasil yang telah di uji dari setiap data responden telah dikumpulkan maka setiap responden dinyatakan 95 terdistribusi normal sehingga layak untuk diuji selanjutnya dengan uji linearitas dan uji regresi sederhana. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian normalitas data yang dilakukan dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data akan dinyatakan berdistribusi

normal jika signifikan lebih besar dari 0,05. Dari hasil pengujian ditemukan nilai *unstandardized residual* sebesar 0,69. Dengan demikian hasil uji dinyatakan berdistribusi normal karena memiliki nilai *Unstandardized Residual* > 0,05.

Pengujian selanjutnya adalah pengujian linearitas data. Pada uji linearitas data digunakan *Test For Linearity* dengan melihat apabila nilai *deviation from linearity* > 0,05 maka terdapat hubungan linear. Melalui pengujian yang telah dilakukan, dapat dilihat nilai *deviation from linearity* adalah 0,67. yang berarti nilai *deviation from linearity* terdapat hubungan yang linear, karena nilai *deviation from linearity* > 0,05. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis, pengujian hipotesis terdapat tiga yaitu pengujian korelasi, uji regresi sederhana, uji koefisien determinasi R^2 , dan Uji t.

Uji analisis korelasi yang telah dilakukan, di ketahui nilai korelasi antara variabel X dan Y adalah $0,702 > 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan nasabah. Selanjutnya, uji analisis regresi sederhana, dimana hal ini menunjukkan bahwa koefisien untuk variabel independen X (Kualitas Pelayanan) adalah 0,325 dan konstanta adalah sebesar 7,163. Maka dapat diketahui bahwa nilai konstan (Y) sebesar 7,163. Yang artinya jika tidak ada variabel (kualitas pelayanan) maka nilai kepuasan nasabah sebesar 7,163. Sedangkan nilai b koefisien regresi 0,956 yang berarti jika variabel X (Kualitas Pelayanan) mengalami kenaikan 1% maka variabel Y (Kepuasan Nasabah) mengalami peningkatan sebesar 0,325. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kemudian dilakukan pengujian koefisien determinasi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,493 atau sekitar 49,3%. Hal ini memberikan asumsi bahwa pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) adalah sebesar 49,3% sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini. Hasil uji hipotesis yaitu uji t diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Hal ini dilihat dari nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 9,503 yang lebih kecil dari t hitung serta tingkat signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dan ada hubungan positif dilihat dari nilai *Standardized Coefficients* bahwa nilai kualitas pelayanan (X) sebesar 0,702.

Dengan demikian hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. H_o ditolak dan H_a diterima dengan kata lain terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Purbasari & Purnamasari (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Selanjutnya pada penelitian Marković & Raspor Janković, (2013) diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut sejalan bersama dengan penelitian yang dilakukan oleh Keshavarz & Ali (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah ciri karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan nasabah. Skala pengukuran persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang terkenal dengan nama *servqual* jika melihat teori dari Parasuraman et al. (2002), terdapat 5 dimensi pada skala *servqual* yaitu:

1. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan menyediakan fasilitas fisik yang ada di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dengan penyampaian informasi yang jelas kepada nasabah Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.
5. Empati (*empathy*), yaitu kemampuan dalam memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dalam memahami keinginannya.

Kualitas pelayanan ini sesuai dengan 5 dimensi yang di presepsikan oleh nasabah yang dapat memberikan kepuasan nasabah karena dalam penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

Pertama, Persepsi Berwujud (*Tangible*) adalah kemampuan dalam penyediaan fasilitas fisik seperti gedung, peralatan, perlengkapan atau fasilitas pendukung serta penampilan karyawan-karyawan. Seperti hasil penelitian ini, nasabah akan menerima fasilitas fisik saat berada di unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Hal ini dapat memberikan kesan yang positif terhadap nasabah dalam kualitas layanan yang diberikan karyawan Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manadodan bisa mempengaruhi rasa puas terhadap nasabah Unit Pegadaia Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

Kedua, Persepsi Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dengan memberikan nasabah pelayanan yang adil dan memberikan sikap simpatik kepada nasabah. Hal ini dapat memberikan rasa nyaman kepada nasabah pada saat berada di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

Ketiga, Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kemampuan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dengan penyampaian informasi yang jelas kepada nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Dalam hal ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan nasabah. Dengan memberikan perhatian kepada nasabah, nasabah tidak akan pindah ke penyedia jasa lainnya.

Keempat, Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Hal ini memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana nasabah akan merasa aman dan terjamin. Terlihat dari hasil penelitian ini, bahwa karyawan selalu meminta nomor telepon nasabah yang menggunakan produk gadai agar bisa berkomunikasi jika barang yang digadaikan akan masuk dalam daftar lelang, dan memberikan keamanan fisik atau penjagaan satpam agar nasabah merasa aman berada dalam unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

Kelima, Empati (*Empathy*) yaitu kemampuan dalam memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dalam memahami keinginannya. Hal ini, menunjukkan kepada nasabah melalui layanan yang diberikan bahwa nasabah itu *special*, dan kebutuhan mereka dapat dipahami karyawan. Dengan terpenuhinya kelima persepsi ini, maka kepuasan nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manadodapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan karyawan.

Berdasarkan teori tersebut dan berdasarkan dengan hasil dari penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

Menurut Ferrell et al. (2021) kepuasan nasabah merupakan rangkuman dari kondisi psikis yang timbul dari emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan yang terbentuk melalui pengalaman mengkonsumsi. Secara singkat, menurut Oliver kepuasan nasabah bisa didefinisikan sebagai evaluasi setelah nasabah menggunakan suatu produk serta apakah dapat memenuhi harapan dari konsumen.

Kotler (2011) menyatakan ketika kenyataan sama atau lebih tinggi dari harapan, maka nasabah merasa puas, dan nasabah yang merasa puas akan setia terhadap suatu produk dan melakukan pembelian kembali (*Repurchase*), melakukan promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*), menciptakan keputusan pembeli pada perusahaan yang sama. Dalam hal ini, pembelian kembali

(*Repurchase*) dimana nasabah akan kembali di unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Nasabah yang menggunakan produk berulang-ulang pasti nasabah merasa puas akan produk yang ditawarkan dan layanan yang diberikan sesuai dengan persepsinya (Sari, 2019). Melakukan promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dalam hal ini, nasabah akan mengatakan hal-hal yang baik tentang unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. dalam hal ini, nasabah akan menginformasikan kualitas pelayanan yang berikan oleh karyawan dan nasabah akan merekomendasikan kepada masyarakat untuk menggunakan produk unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Menciptakan keputusan pembeli pada perusahaan yang sama, yaitu pembelian produk lain dalam unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado. Dalam hal ini, nasabah yang merasa puas akan layanan yang diberikan pasti nasabah akan menggunakan produk lain dalam unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

Kunci membentuk kepuasan pada pelanggan adalah menempatkan karyawan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberdayakan karyawan untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk memuaskan pelanggan. Jadi, interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam pembentukan pada pelanggan (Nasution, 2005). Untuk memudahkan mengenali kepuasan nasabah sama halnya dengan kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut:

Apabila Kinerja > Harapan: Pelanggan Sangat Puas

Apabila Kinerja = Harapan: Pelanggan Puas

Apabila Kinerja < Harapan: Pelanggan Tidak Puas

Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah terhadap kinerja yang diberikan perusahaan, akan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan karyawan. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah, maka akan semakin mempengaruhi kepuasan nasabah, dalam hal ini jumlah nasabah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado dapat mengalami peningkatan seiring dengan semakin baiknya kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah di unit Pegadaian Syariah (UPS) Shopping Center Manado.

KESIMPULAN

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji korelasi *product moment* diketahui nilai korelasi antara variabel X dan Variabel Y adalah $0,702 > 0$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Nasabah. Kemudian, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 (R Square) dari tabel Model Summary adalah 0,493 atau sekitar 49,3%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Kepuasan Nasabah) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah) adalah sebesar 49,3%. Sedangkan, sisanya 51,7% ($100-49,3=$

51,7%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. dan untuk uji t dapat diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,503 > t$ tabel 1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Yang berarti terdapat pengaruh Variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap Variabel Y (Kepuasan Nasabah).

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Nasabah dan juga pihak Pegadaian Syariah Shopping Center Manado atas kesediaan dan bantuannya dalam penyelesaian penelitian ini.

REFERENSI

- Adm. (2018). *Beranda*. Pegadaian Syariah.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Fandy, T. (2011). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Andi Offset.
- Ferrell, O. C., Hartline, M., & Hochstein, B. W. (2021). *Marketing Strategy*. Cengage Learning.
- Fuad, M., & Trianna, M. (2018). Analisis Peran Pembiayaan oleh Pegadaian Syariah bagi Pengembangan UMKM. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 217–240.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 36791.
- Keshavarz, Y., & Ali, M. H. (2015). The service quality evaluation on tourist loyalty in Malaysian hotels by the mediating role of tourist satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3 S2), 680.
- Kotler, K. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Erlangga.
- Marković, S., & Raspor Janković, S. (2013). Exploring the relationship between service quality and customer satisfaction in Croatian hotel industry. *Tourism and Hospitality Management*, 19(2), 149–164.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (2002). Refinement and reassessment

of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 114.

Pawestriningtyas, N. C., Suharyono, S., & Suyadi, I. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah (survei pada nasabah perum pegadaian kantor cabang syariah tlogomas malang)*. Brawijaya University.

Prabowo, B., & Aslami, N. (2021). Strategi Pemasaran Agen PT Asuransi Prudential. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 195–206.

Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43–54.

Sari, R. (2019). *Pengaruh Customer Relationship Marketing, Nilai Nasabah Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pangkalan Brandan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Siregar, P. A., Supitriyani, S., Parinduri, L., Astuti, A., Azwar, K., Simarmata, H. M. P., Sipayung, R., Susanti, E., Irdawati, I., Sudarmanto, E., & others. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yayasan Kita Menulis.

Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).

Sugiono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Zahra, S. (2012). Persepsi terhadap kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas konsumen. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2).