

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT
KEPUASAN NASABAH PADA PT PEGADAIAN (PERSERO)
(Studi Kasus Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta)**

Oleh:

Winarti Utami

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Yogyakarta
Email: winarti_utami66@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta pada tahun ajaran 2016/2017. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 74 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = -4,299 + 0,202 X_1 + 0,026 X_2 + 0,016 X_3 + 0,626 X_4 + 0,242 X_5$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta adalah variabel jaminan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,626 (62,6%), kemudian variabel empati dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,242 (24,2%), dan variabel bukti fisik dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,202 (20,2%). Variabel kehandalan dan variabel daya tanggap merupakan variabel yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah namun tidak signifikan. Variabel kehandalan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,026 (2,6%), sedangkan variabel daya tanggap memiliki koefisien regresi sebesar 0,016 (1,6%). PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta perlu meningkatkan dan mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh nasabah serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata kunci: kualitas pelayanan, bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to know whether dimensions of service quality consist of obvious proof, reliability, responsiveness, assurance, and empathy give influence to satisfaction the customers PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, and

analyze the most dominant factor satisfaction customer PT Pegadaian (Persero) Caban Ngupasan Yogyakarta.

This research was conducted at PT Pawn (Persero) Branch Ngupasan Yogyakarta in the academic year 2016/2017. The sample used in this study is amount to 74 respondents using accidental sampling technique. This research method using a quantitative approach. Analysis of the data used in this research is to test the instrument consists of validity and reliability test. Multiple linear regression analysis, and hypothesis testing consisting of t-test, F test, and test the coefficient of determination (R^2).

Based on this research, regression equality as follows: $Y = -4.299 + 0.202 X_1 + 0.026 X_2 + 0,016 X_3 + 0.626 X_4 + 0.242 X_5$. Based on statistical data analysis, indicators in this study are valid and reliable variables. The variable that has the most impact on customer satisfaction PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta is a guarantee variable with regression coefficient of 0.626 (62.6%), then variable empathy with regression coefficient of 0.242 (24.2%), and physical evidence variable with regression coefficient of 0.202 (20.2%). Variable reliability and responsiveness variables are variables that positively affects to the satisfaction customers but not significant. Variable reliability has a regression coefficient of 0.026 (2.6%), while the variable responsiveness has a regression coefficient of 0.016 (1.6%). PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta need to improve and maintain the elements that have been rated well by clients and need to fix the things that are lacking.

Keywords: quality of service, physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia dari tahun ke tahun semakin bertambah, hal tersebut dapat dilihat dari tingginya angka kelahiran penduduk Indonesia, dari adanya hal tersebut dapat mengakibatkan tingginya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik dari segi pangan, ekonomi, maupun sandang. Mereka harus mampu memenuhi kebutuhan hidupnya untuk dapat bertahan hidup. Berbagai macam cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, salah satunya adalah dengan cara mencari nafkah. Namun, yang terjadi adalah pendapatan yang didapatkan tidak sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka, sehingga masyarakat harus lebih pandai dalam menemukan cara untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Jika mereka tidak

dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka yang terjadi kehidupan dalam masyarakat tidak dapat berjalan dengan baik, dan terjadi kesenjangan dalam kehidupan bermasyarakat.

Pemerintah memberikan berbagai macam cara untuk dapat memenuhi kebutuhan warganya, baik secara finansial maupun non finansial. Penawaran yang diberikan pemerintah bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu, adanya lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan bukan bank banyak menawarkan berbagai penawaran untuk masyarakat, hal ini merupakan kebijakan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan dalam kebutuhan sehari-hari. Salah satu lembaga keuangan bukan bank yang digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka

adalah pegadaian. Outlet pegadaian sudah tersedia di seluruh Indonesia, dari sabang sampai merauke sudah terdapat pegadaian, baik di daerah perkotaan maupun di daerah desa. PT Pegadaian (Persero) memiliki tujuan untuk memberikan pembiayaan tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan kepada konsumennya, bukan perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan profit yang tinggi. Kepuasan konsumen adalah nomor satu yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga kelima unsur dalam kualitas pelayanan tersebut harus dipenuhi oleh perusahaan agar kepuasan konsumen dapat diterima oleh perusahaan. Tjiptono (2005:54) mengungkapkan bahwa kualitas jasa yang baik akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan, hubungan yang kuat dengan perusahaan. Selanjutnya ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan seksama keinginan serta kebutuhan pelanggan, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Salah satu PT Pegadaian (Persero) yang memberikan kualitas pelayanan kepada nasabahnya adalah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta. PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta melakukan hal tersebut untuk dapat mempengaruhi nasabahnya, dan mendapatkan respon yang positif berupa kepuasan konsumen. PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta selalu berupaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan memberikan pelayanan terbaiknya. Karena PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta selalu mengutamakan

kepentingan dan keperluan nasabah dalam melakukan transaksi maupun dalam mendapatkan informasi. Tidak hanya dalam memberikan pelayanan saja, tersedianya fasilitas yang memadai serta penggunaan peralatan yang canggih dan modern dalam menunjang pelayanan telah dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, hal itu dilakukan demi meningkatkan kepuasan pada nasabah. Karyawan dengan pengetahuan dan kemampuan yang sesuai dalam bidang pekerjaan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, karena mereka selalu mengorbankan jam kerja mereka hanya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah mereka, agar nasabah tidak kecewa terhadap pelayanan dari karyawan. PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta selalu berusaha melindungi nasabahnya agar nasabah tersebut tetap mendapatkan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, karena kepuasan nasabah merupakan langkah awal untuk loyal terhadap perusahaan. Nasabah adalah aset yang sangat penting bagi suatu perusahaan, sukses tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh nasabahnya, nasabah akan merasa puas jika PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta memberikan pelayanan prima yang berkualitas.

Kepuasan konsumen memberikan arti penting bagi PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, maka sudah seharusnya bila pegadaian menempatkan konsumen pada posisi yang paling utama untuk diberikan kepuasan dalam setiap perencanaan dan segala aktivitas yang dilakukan.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan setelah penulis melakukan studi pendahuluan, maka dapat

diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. PT Pegadaian (Persero) dituntut untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang dapat menimbulkan respon positif dari konsumen berupa kepuasan.
2. Semakin banyaknya lembaga keuangan yang bermunculan saat ini, PT pegadaian (Persero) harus mampu mempertahankan nasabahnya dengan mengungkap faktor-faktor yang terindikasi dapat memuaskan nasabah.
3. Penulis mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang terindikasi dapat memuaskan nasabah, yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Selain itu dalam faktor lainnya seperti suku bunga, lokasi, serta keamanan berupa asuransi barang.

Batasan Masalah

Dalam hal ini, penulis ingin membatasi permasalahan penelitian pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati di PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT

Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta?

2. Apakah ada pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta?
3. Apakah ada pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta?
4. Apakah ada pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta?
5. Apakah ada pengaruh empati (*empaty*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta?
6. Apakah ada pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT

- Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.
 5. Untuk mengetahui pengaruh empati (*empaty*) terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.
 6. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta.

Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan pegadaian, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah
2. Bagi PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta
Sebagai bahan masukan dan informasi dalam menjaga kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran Jasa

Menurut Kotler, et, al (1996) dalam Sumarni (2011:6) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial antara individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan,

penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai. Sementara menurut Sumarni (2011:6) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dapat disimpulkan dari kedua pengertian pemasaran diatas, pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan tujuan mendapatkan kepuasan dalam melakukan pemasaran.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dilakukan dengan suatu produk fisik (Sumarni, 2002:8). Sementara definisi jasa lainnya menurut Kotler (1996:467) jasa adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik. Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu kegiatan yang memberikan manfaat dari pihak satu kepada pihak lain, namun tidak dapat dilihat dari bentuk fisiknya, melainkan dapat dirasakan manfaatnya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithalmal, pengertian kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Yazid (2008:102) kualitas pelayanan memiliki lima dimensi, yaitu:

1. **Bukti Fisik (*tangible*)**
Bukti fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisik, peralatan, personel. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas kenyamanan dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
2. **Kehandalan (*reliability*)**
Kehandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diinginkan konsumen.
3. **Daya Tanggap (*responsiveness*)**
Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan segera, standar-standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan respon yang diinginkan konsumen serta persepsi konsumen tentang kecepatan dan kesegeraan, serta bukannya didasarkan atas persepsi perusahaan.
4. **Jaminan (*assurance*)**
Jaminan mencakup keandalan atau jaminan kompetensi dapat dipercaya, kejujuran pemberi jasa, pemilikan kecakapan serta pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa, dan kredibilitas.
5. **Empati (*empaty*)**
Secara umum konsumen membutuhkan kemudahan akses, komunikasi yang mudah (baik), dan memiliki keinginan untuk dipahami kebutuhannya. Oleh karena itu, pengertian empati dapat mencakup kemudahan akses, komunikasi yang baik, dan pemahaman terhadap konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Westbrook dan Reilly (1983) dalam Tjiptono (2011:433)

kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Sedangkan menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2011:433) mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Tjiptono dan Anastasia Diana (2001:102) mengungkapkan, bahwa kualitas layanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang akan memberi berbagai manfaat bagi perusahaan, seperti :

- a. Hubungan perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan
- f. Laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat

Penelitian Terdahulu

1. Umboh, Valdo J, dan Silvy L. Mandey (2014), dengan judul *Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang*

Teling. Penelitian ini dilakukan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Teling Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah wujud fisik, kehandalan, jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan daya tanggap dan empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

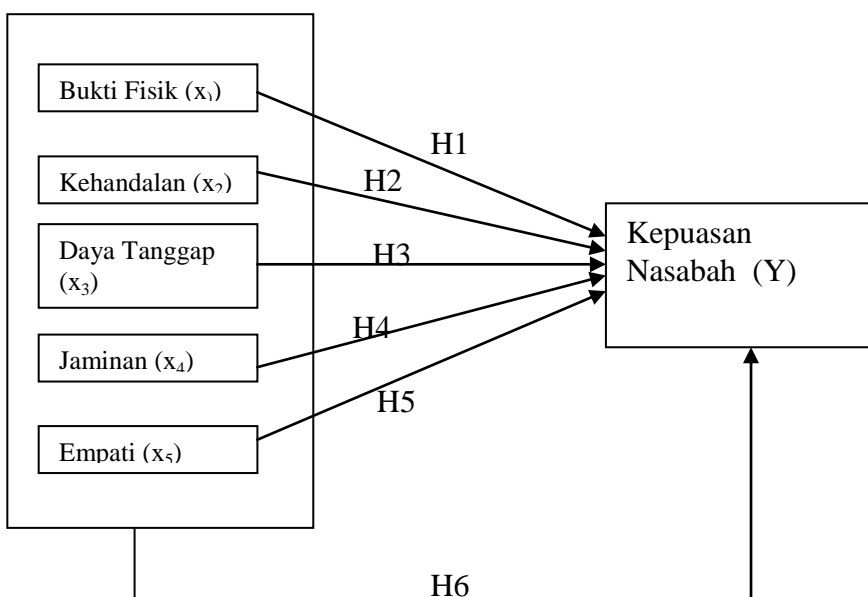
2. Andriana, Atik dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada konsumen CV Mufidah)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV Mufidah, namun diikuti juga oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

3. Oktafani, Farah, dan Reza Dimas Sigit. (2014) dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (studi kasus pada IFI futsal Bandung)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa lapangan IFI futsal di Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun diikuti juga oleh faktor lain diluar kualitas pelayanan yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kerangka Berfikir

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat digambarkan kerangka berfikir dalam penelitian sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

Hipotesis

- H1 :Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Ngupasan Yogyakarta
- H2 : Kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Ngupasan Yogyakarta
- H3 : Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Ngupasan Yogyakarta
- H4 : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Ngupasan Yogyakarta
- H5 : Empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Ngupasan Yogyakarta
- H6 : Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Ngupasan Yogyakarta

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan, yaitu dari bulan September 2016 sampai Februari 2017, yang didahului observasi, studi pendahuluan, dan pengajuan izin tempat penelitian. Penelitian dilakukan di PT Pegadaian

(Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta yang beralamat di Jl. Pegadaian No.3, Ngupasan, Gondomanan, Yogyakarta 55122.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:389). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta sebanyak 285 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010:103), siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dirasa cocok dan sesuai dengan subyek penelitian, sampel tersebut adalah nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat keyakinan (*confidence level*) sebesar 95%. Menurut Riduwan (2005:65) rumus untuk mencari sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.d^2}$$

keterangan:

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

d = tingkat kesalahan

Populasi (N) sebanyak 285 orang nasabah dengan asumsi tingkat kesalahan (d) 10%, maka jumlah sampel (n) adalah :

$$n = \frac{285}{1+285 \cdot (0.10)^2}$$

n = 74,02 orang (dibulatkan 74)

Definisi Operasional

Menurut Azwar (1997:74) definisi operasional adalah variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diambil. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

1. Bukti Fisik (X₁)

Kotler (2001) menyatakan bahwa bukti fisik sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan karyawan, sarana serta prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Indikator-indikator bukti fisik dalam penelitian ini adalah :

- a. Bangunan dan interior yang bagus, menarik, dan memberikan kenyamanan bagi nasabah
- b. Fasilitas yang disediakan lengkap
- c. Kebersihan dan kenyamanan lingkungan
- d. Kebersihan dan kerapian karyawan

2. Kehandalan (X₂)

Menurut Parasuraman, dkk (1998) kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikator-indikator kehandalan dalam penelitian ini adalah:

- a. Kecekatan, kecepatan, dan ketrampilan karyawan pegadaian dalam

memberikan pelayanan kepada nasabah

- b. Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dengan jelas, karyawan menguasai pekerjaan sesuai dengan ilmu yang dimiliki
- c. Kerapian dan ketelitian karyawan dalam pencatatan administrasi

3. Daya Tanggap (X₃)

Menurut Parasuraman, dkk (1988) daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu konsumen merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Indikator-indikator daya tanggap dalam penelitian ini adalah:

- a. Karyawan tanggap dengan adanya keluhan dari nasabah pegadaian, serta mampu memberikan solusi.
- b. Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabah pegadaian
- c. Pelayanan yang diberikan cepat dan tanggap

4. Jaminan (X₄)

Menurut Kotler (2001) definisi jaminan adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, sopan santun karyawan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberi informasi, kemampuan dalam memberi keamanan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Indikator-indikator jaminan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengetahuan luas yang dimiliki oleh karyawan
 - b. Keramahan karyawan pegadaian dalam melayani nasabah
 - c. Jaminan keamanan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi
5. Empati (X_5)
- Menurut Parasuraman, dkk (1998) empati adalah memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Indikator-indikator empati dalam penelitian ini adalah:
- a. Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan penuh perhatian kepada nasabah
 - b. Kemampuan karyawan dalam mendekati nasabah yang kurang paham atau nasabah baru
 - c. Kemampuan karyawan dalam mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah
6. Kepuasan konsumen (Y)
- Menurut Kotler (1997) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Indikator-indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah:
- a. Keyakinan yang dirasakan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan
 - b. Perasaan puas nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh pegadaian

- c. Perasaan puas nasabah terhadap sarana, prasarana, dan fasilitas yang disediakan untuk menunjang kebutuhan dalam transaksi
- d. Perasaan puas nasabah terhadap perhatian yang diberikan karyawan ketika melakukan transaksi

Metode Pengumpulan data:

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah:

1. Observasi
2. Pembagian angket kuesioner
3. Metode studi kepustakaan

Metode Analisis Data

a. Uji Instrumen

1. Uji validitas

Menurut Ghozali (2001:49) suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

2. Uji reliabilitas

Menurut Ghozali (2001:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

b. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Karena penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati

terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta. Rumus regresi linier berganda menurut Sugiyono dan Wibowo (2004:347) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

- Y = variabel kepuasan nasabah
- a = konstanta regresi berganda
- X₁ = variabel bukti fisik
- X₂ = variabel Kehandalan
- X₃ = variabel daya tanggap
- X₄ = variabel jaminan
- X₅ = variabel empati
- b₁ = koefisien variabel bukti fisik (X₁)
- b₂ = koefisien variabel kehandalan (X₂)
- b₃ = koefisien variabel daya tanggap (X₃)
- b₄ = koefisien variabel jaminan (X₄)
- b₅ = koefisien variabel empati (X₅)
- e = eror (variabel bebas lain diluar model regresi)

2. Pengujian Hipotesis

a) Uji Parsial (t)

Menurut Ghazali (2001) menyatakan bahwa uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bukti fisik (x₁), kehandalan (x₂), daya tanggap (x₃), jaminan (x₄), empati (x₅) secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

b) Uji Simultan (F)

Menurut Ghazali (2001) menyatakan bahwa uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bukti fisik (x₁), kehandalan (x₂), daya tanggap (x₃), jaminan (x₄), empati (x₅) secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

c) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui perubahan variabel dependen (keputusan pembelian (Y)) yang disebabkan oleh variabel independen (bukti fisik (X₁), kehandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄), dan empati (X₅)) pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Coba Validitas

Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
A.1	0,836	0,3	Valid
A.2	0,804	0,3	Valid
A.3	0,813	0,3	Valid
A.4	0,871	0,3	Valid
A.5	0,736	0,3	Valid

B.1	0,826	0,3	Valid
B.2	0,671	0,3	Valid
B.3	0,686	0,3	Valid
B.4	0,846	0,3	Valid
B.5	0,836	0,3	Valid
C.1	0,685	0,3	Valid
C.2	0,673	0,3	Valid
C.3	0,779	0,3	Valid
C.4	0,644	0,3	Valid
C.5	0,580	0,3	Valid
D.1	0,749	0,3	Valid
D.2	0,703	0,3	Valid
D.3	0,885	0,3	Valid
D.4	0,774	0,3	Valid
D.5	0,603	0,3	Valid
E.1	0,836	0,3	Valid
E.2	0,804	0,3	Valid
E.3	0,813	0,3	Valid
E.4	0,871	0,3	Valid
E.5	0,736	0,3	Valid
F.1	0,836	0,3	Valid
F.2	0,804	0,3	Valid
F.3	0,813	0,3	Valid
F.4	0,871	0,3	Valid
F.5	0,736	0,3	Valid

Sumber: data primer diolah tahun 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan nasabah masing-masing diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan, semua butir pertanyaan dikatakan valid

karena mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel dengan signifikansi 0,05.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Coba Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	0,871	Reliabel
Kehandalan (X_2)	0,833	Reliabel
Daya Tanggap (X_3)	0,704	Reliabel
Jaminan (X_4)	0,799	Reliabel
Empati (X_5)	0,871	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,871	Reliabel

Sumber: data primer diolah tahun 2017

Hasil uji reliabilitas pada Tabel.7 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada semua butir pertanyaan dalam seluruh variabel penelitian yang terdiri dari Bukti Fisik (X_1), Kehandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), Empati (X_5), dan kepuasan nasabah (Y) lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua butir pertanyaan dalam penelitian dinyatakan reliabel serta dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b. Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sub Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Bukti Fisik	0,202	3,537	0,001	Signifikan
Kehandalan	0,026	0,619	0,538	Tidak signifikan
Daya Tanggap	0,016	0,377	0,707	Tidak signifikan
Jaminan	0,626	11,484	0,000	Signifikan
Empati	0,242	3,793	0,000	Signifikan
Konstanta = -4,299				
$R^2 = 0,944$				
F = 110,866 Sig. F = 0,000				
<i>Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)</i>				

Sumber: data primer diolah tahun 2017

Model persamaan regresi linier berganda dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 16.0 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = -4,299 + 0,202 X_1 + 0,026 X_2 + 0,016 X_3 + 0,626 X_4 + 0,242 X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan

Konsumen

X_1 = Bukti Fisik

X_2 = Kehandalan

X_3 = Daya Tanggap

X_4 = Jaminan

X_5 = Empati

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) = -4,299

Artinya jika variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati adalah konstan atau perubahan sama dengan 0, maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan menurun sebesar -4,299.

b) Koefisien regresi bukti fisik (b_1) = 0,202

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel bukti fisik ditingkatkan, maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan meningkat. Apabila bukti fisik naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT Pegadaian

(Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan naik sebesar 0,202 satuan.

c) Koefisien regresi

kehandalan (b_2) = 0,026

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel kehandalan ditingkatkan, maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan meningkat. Apabila kehandalan naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan naik sebesar 0,026 satuan.

d) Koefisien regresi daya

tanggap (b_3) = 0,016

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel daya tanggap ditingkatkan, maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan meningkat. Apabila kehandalan naik satu satuan maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta akan naik sebesar 0,016 satuan.

e) Koefisien regresi

jaminan (b_4) = 0,626

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel jaminan ditingkatkan, maka kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero)

Cabang Ngupasan
Yogyakarta akan
meningkat. Apabila
jaminan naik satu satuan
maka kepuasan nasabah
PT Pegadaian (Persero)
Cabang Ngupasan
Yogyakarta akan naik
sebesar 0,626 satuan.

- f) Koefisien empati (b_5) =
0,242
Koefisien regresi arah
positif, artinya jika
variabel empati
ditingkatkan, maka
kepuasan nasabah PT
Pegadaian (Persero)

Cabang Ngupasan
Yogyakarta akan
meningkat. Apabila
empati naik satu satuan
maka kepuasan nasabah
PT Pegadaian (Persero)
Cabang Ngupasan
Yogyakarta akan naik
sebesar 0,242 satuan.

2. Hasil Pengujian
Hipotesis
a. Uji Hipotesis
Koefisien Regresi
Secara Individu (Uji
t)

**Tabel 4. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.299	1.665		-2.583	.012
bukti_fisik	.254	.072	.202	3.537	.001
Kehandalan	.028	.046	.026	.619	.538
daya_tanggap	.020	.053	.016	.377	.707
Jaminan	.679	.059	.626	11.484	.000
Empati	.234	.062	.242	3.793	.000

a. Dependent
Variable: kepuasan

Sumber: data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil uji t seperti yang terlihat pada Tabel.13 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel Bukti Fisik/*Tangible* (X_1)
Hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel bukti fisik adalah sebesar 3,537 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,001), artinya bahwa bukti fisik (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
Kesimpulannya adalah

Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan variabel bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta dapat diterima.

- 2) Variabel Kehandalan/*Reliability* (X_2)
Hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel kehandalan adalah

sebesar 0,619 dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 (0,538), dengan kata lain bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan variabel kehandalan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta tidak dapat diterima atau ditolak.

3) Variabel Daya Tanggap/*Responsiveness* (X_3)

Hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel daya tanggap adalah sebesar 0,377 dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 (0,707), dengan kata lain bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan variabel daya tanggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta tidak dapat diterima atau ditolak.

4) Variabel Jaminan/*Assurance* (X_4)

Hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung untuk variabel jaminan adalah sebesar 11,484 dengan nilai

signifikansi kurang dari 0,05 (0,000), artinya bahwa jaminan (X_4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan variabel jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta dapat diterima.

5) Variabel Empati/*Empaty* (X_5)

Hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,793 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,000), artinya bahwa empati (X_5) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan variabel empati mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta dapat diterima.

b. Hasil Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Tabel 5. Hasil Analisis Uji F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	420.956	5	84.191	110.866	.000 ^a
Residual	51.639	68	.759		
Total	472.595	73			

Predictors: (Constant), empati, daya_tanggap, kehandalan, jaminan, bukti_fisik

Sumber: data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan *SPSS for windows versi 16.0* diperoleh F sebesar 110,866 dengan tingkat signifikan (0,000). Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT

Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta diterima.

c. Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Analisis Uji R dan Uji R^2 (Koefisien Determinasi) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 ^a	.891	.883	.871

a. Predictors: (Constant),Empati, daya_tanggap,Kehandalan, jaminan, bukti_fisik

b. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber: data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan Tabel 15. Untuk dapat memberikan penafsiran dan penjelasan terhadap koefisiensi yang dihasilkan tersebut, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada Tabel 16. berikut ini:

Tabel 7. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,700	Kuat
0,800-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2013

Hasil pengujian korelasi atau uji R dengan menggunakan *SPSS for windows versi 16.0* menyatakan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta mempunyai hubungan yang sangat kuat. Hal itu dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,944 yang artinya bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian

(Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta. Nilai R^2 atau R^2 *square* adalah sebesar 0,891 yang mempunyai arti bahwa sebesar 89,1% kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini yaitu sebesar 10,9%.

Pembahasan

1. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis 1 dalam penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang menyebutkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umboh dan Silvy (2014), dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Pegadaian (Persero) Cabang Teling Manado.

2. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis 2 dalam penelitian ini tidak didukung oleh hasil penelitian dalam penelitian ini, karena hasil penelitian menyatakan bahwa kehandalan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widjoyo, dkk (2013) dimana hasil penelitiannya menyatakan

bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada layanan *Drive Thru* McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya.

3. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis 3 dalam penelitian ini tidak didukung oleh hasil penelitian dalam penelitian ini, karena hasil penelitian menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sigit dan Farah (2014) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa lapangan futsal IFI Futsal Bandung.

4. Hipotesis 4 dalam penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umboh dan Silvy (2014), dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT Pegadaian (Persero) Cabang Teling Manado.

5. Hipotesis 5 dalam penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dalam penelitian

ini, yang menyatakan bahwa variabel empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khasanah dan Octarina (2010) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen RS St. Elisabeth Semarang.

6. Hipotesis 6 dalam penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dalam penelitian ini, yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriana, dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Mufidah.

KESIMPULAN

1. Persamaan regresi liner berganda sebagai berikut: $Y = -4,299 + 0,202 X_1 + 0,026 X_2 + 0,016 X_3 + 0,626 X_4 + 0,242 X_5$.
2. Variabel bukti fisik, jaminan, dan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Jaminan merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel kepuasan konsumen dengan

nilai koefisien regresi sebesar 0,626 (62,6%), empati dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,242 (24,2%), dan bukti fisik memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,202 (20,2%).

3. Terdapat dua variabel yang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel tersebut adalah variabel kehandalan dan daya tanggap. Variabel kehandalan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,026 (2,6%), dan variabel daya tanggap memiliki koefisien regresi sebesar 0,016 (1,6%).
4. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) variabel bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) mempunyai pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal itu ditunjukkan dari nilai F hitung sebesar 110,866 dengan nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,000 ($0,000 < 0,005$).
5. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan adalah sebesar 0,891, yang mempunyai arti bahwa perubahan variabel kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama sebesar 89,1%. Sisanya adalah sebesar 10,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan

Yogyakarta mempunyai hubungan yang sangat kuat. Hal itu dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,944 yang artinya bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati dengan hubungan yang sangat kuat.

SARAN

1. Variabel jaminan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, sehingga pihak pegadaian harus dapat mempertahankan untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, variabel bukti fisik dan empati juga merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga pihak pegadaian harus lebih meningkatkan dan mempertahankannya agar nasabah tidak merasa kecewa dan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Variabel kehandalan merupakan variabel yang berpengaruh positif namun tidak signifikan, pihak pegadaian sebaiknya lebih

meningkatkan keakuratan atau kejelasan dalam penulisan administrasi transaksi nasabah agar lebih akurat dan terpercaya serta meningkatkan kepuasan nasabah.

3. Variabel daya tanggap juga merupakan variabel yang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta, sebaiknya pihak pegadaian menambah karyawan pada bagian penaksiran agar lebih cepat dan efisien dalam pelayanan.
4. Sebaiknya PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta menyediakan bagian *costumer service* untuk memberikan informasi serta menangani keluhan nasabah.
5. Sebaiknya PT Pegadaian (Persero) lebih meningkatkan promosi mengenai produknya dengan menggunakan berbagai macam media seperti media elektronik dan media non elektronik. Agar nasabah lebih mengenal mengenai produk yang ditawarkan oleh PT Pegadaian (Persero).

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, Atik. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Azwar, S. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Edisi ketiga. Cetakan kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hindra, Trias Wahyu. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada KSP Merapi Mulia. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Manajemen, Universitas PGRI Yogyakarta.
- Khasanah, Imroatul. dan Octarina Dinna Pertiwi.2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang*. Jurnal Aset. Vol. 2. No. 12:117-0124.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Dan Pengendalian*. Jilid II. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke-8. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christoper,dkk. 2012. *Pemasaran Jasa Manusia,Teknologi,Strategi Perspektif Indonesia*. Jilid I. Edisi ke-7. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambar. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- PT Pegadaian (Persero). 2015. *Produk-Produk Pegadaian*.
- Riduwan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sigit, Reza Dimas dan Farah Octarina. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal Pada IFI Futsal Bandung*. Jurnal: Universitas Telkom.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- _____. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- _____. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- _____.2010. *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA

- _____. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sumarni, Murti. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Banyumedia Publishing
- Uyanto, Stanislaus S. 2009. *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umboh, Valdo J. dan Silvy L Mandey. 2014. *Analisis Kualitas Jasa Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Teling*. Jurnal EMBA. Vol.3 No.2: 654-663
- Widjoyo, Iksan Ongko, dkk. 2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Drive Thru Mc Donald's Basuki Rahmat di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1: Universitas Kristen Petra.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. edisi ke-2. Yogyakarta: Ekonisia.