

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG MEDAN SUNGGAL**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Guna Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana*

OLEH :

SANDRA WINATA

17.860.0042



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/6/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN (PERSERO)**

CABANG MEDAN SUNGGAL

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi
Universitas Medan area



OLEH
SANDRA WINATA
17.860.0042

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2022

i

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN
(PERSERO) CABANG MEDAN SUNGGAL

Dipersiapkan dan disusun oleh

Sandra Winata

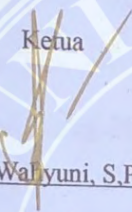
178600042

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji


Pada tanggal, 11 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

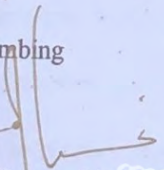
Ketua


(Nini Sri Wahyuni, S.Psi M.Psi)

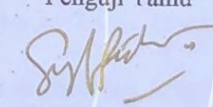
Sekretaris


(Ayudia Popy Sesilia, S.Psi, M.Psi)

Pembimbing


(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)

Penguji Tamu


(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
Tanggal, 11 Maret 2022

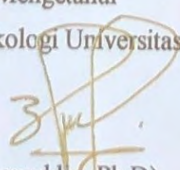
Kepala Bagian




(Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area


(Hasanuddin, Ph.D)

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sandra Winata
NIM : 178600042
Tahun Terdaftar : 2022
Program Studi : Psikologi Industri & Organisasi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 11 Maret 2022



Sandra Winata

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sandra Winata
NPM : 17.860.0042
Program Studi : Psikologi Industri & Organisasi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

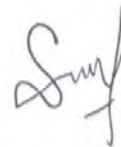
Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Medan
Pada tanggal 11 Maret 2022
Yang Menyatakan



(Sandra Winata)



SURAT KETERANGAN SELESAI RISET
Nomor 217/010104.03/2021

Bersama ini diberikan surat keterangan selesai Riset / Pengambilan Data tanggal 04 Oktober 2021 sesuai surat kami terdahulu No: 194/010104.03/2021 tanggal 26 Agustus 2021, perihal Persetujuan Pengambilan Data Mahasiswi Program Studi Ilmu Psikologi – Universitas Medan Area, untuk dan atas nama:

No.	Nama Mahasiswa	NPM	Unit Kerja
1	Sandra Winata	178600042	Kanwil I Medan

dengan keterangan sebagai berikut :

1. Yang bersangkutan adalah benar telah melaksanakan Riset / Pengambilan Data di Pegadaian Cabang Sunggal terhitung mulai dari tanggal 30 Agustus s/d 30 September 2021.
2. Selama pelaksanaan Riset / Pengambilan Data, Sdri. Sandra Winata telah mematuhi peraturan yang berlaku di perusahaan kami.
3. Hasil pelaksanaan Riset / Pengambilan Data kami nyatakan **BAIK**.

Demikian Surat Keterangan Selesai Riset ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 04 Oktober 2021

PT. Pegadaian
Kantor Wilayah Medan


GOPHER MANURUNG
NIK. P.83503

PT Pegadaian – Kantor Wilayah I Medan
Jl. Pegadaian No. 112
Medan 20151

T +62 614567247
F +62 614566249

www.pegadaian.co.id

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kalem Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360158, 7360076, 7364348 ☎ (061) 7366012 Medan 20222
Kampus II : Jalan Sebatuh Nomor 19 / Jalan Sei Serayu Nomor 70A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226531 Medan 20122
WebSite: www.uma.ac.id E-Mail: umv_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 908/FPS/01.10/VIII/2021
Lampiran :
Hal : Riset dan Pengambilan Data

21 Agustus 2021

Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Kanwil I
PT. Pegadaian (Persero) Medan Sunggal
di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Sandra Winata
NPM : 178600042
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di PT. Pegadaian (Persero) Medan Sunggal, Jl. Kaswari No.51, Medan Sunggal, Sumatera Utara guna penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa PT.Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



Document Accepted 27/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG MEDAN SUNGGAL**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Guna Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana*

OLEH :

SANDRA WINATA

17.860.0042



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG MEDAN SUNGGAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi
Universitas Medan area



OLEH
SANDRA WINATA
17.860.0042

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN
(PERSERO) CABANG MEDAN SUNGGAL

Dipersiapkan dan disusun oleh

Sandra Winata

178600042

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 11 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Sekretaris

(Nini Sri Wahyuni, S.Psi M.Psi.)

(Ayudia Popy Sesilia, S.Psi, M.Psi)

Pembimbing

Penguji Tamu

(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)

(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana

Tanggal, 11 Maret 2022

Kepala Bagian

(Arif Fachrian, S.P.s, M.Psi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

(Hasanuddin, Ph.D)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/6/22

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sandra Winata
NIM : 178600042
Tahun Terdaftar : 2022
Program Studi : Psikologi Industri & Organisasi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 11 Maret 2022

Sandra Winata

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sandra Winata
NPM : 17.860.0042
Program Studi : Psikologi Industri & Organisasi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

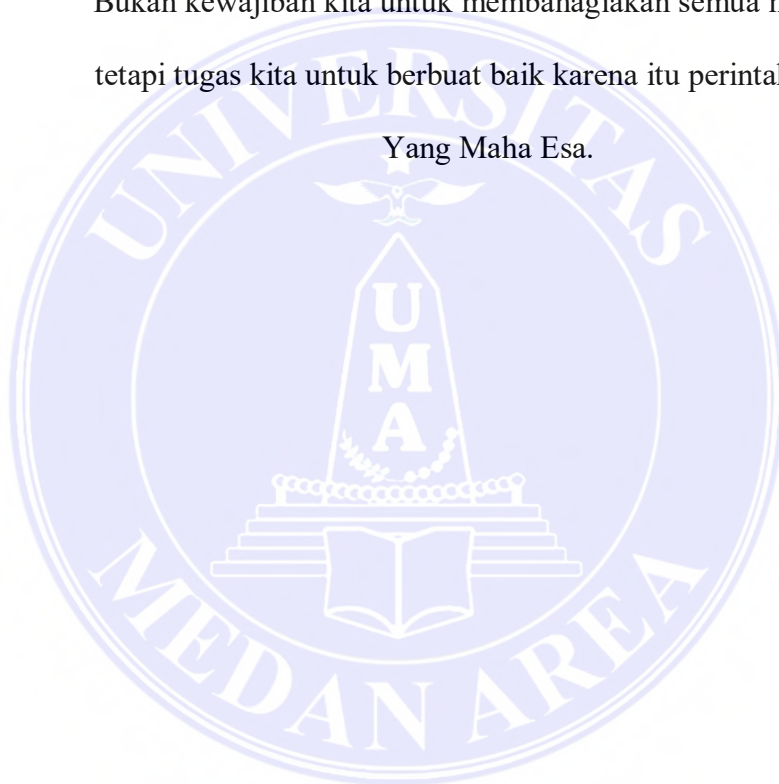
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Medan
Pada tanggal 11 Maret 2022
Yang Menyatakan

(Sandra Winata)

MOTTO

Kalau tidak bisa berkata-kata yang baik terhadap sesama manusia, lebih baik diam. Menasehati tidak perlu menyakiti orang lain, jangan sampai mencela dan menyakiti hatinya. Bukan kewajiban kita untuk membahagiakan semua manusia, tetapi tugas kita untuk berbuat baik karena itu perintah Tuhan Yang Maha Esa.



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah. Kepadamu Allah (Tuhan Yang Maha Esa) begitu besar rahmatmu telah mempermudah segala urusan saya dan tidak pernah memberikan ujian kepada saya dalam menyelesaikan karya ilmiah sebagai tugas saya untuk mendapatkan pencapaian sarjana saya.

Skripsi ini saya dedikasikan kepada kedua orang tua saya, yang selalu berjuang untuk segala hidup saya dan selalu berupaya menguatkan diri saya, serta selalu berusaha melakukan yang terbaik untuk hidup saya sampai saya bisa berada di titik ini. Saya juga berterimakasih kepada diri saya sendiri karena sudah bertahan sejauh ini dan tetap kuat untuk melanjutkan skripsi sehingga karya ilmiah yang sederhana ini dapat selesai di waktu yang tepat.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Tak hentinya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah Swt. yang telah memudahkan segala urusan peneliti dalam membuat proposal penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui **“ Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal”**.

Dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kurangnya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima saran maupun kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak.

Medan, 11 Maret 2022

Sandra Winata

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MEDAN SUNGGAL”.

Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah untuk mempelajari cara penulisan skripsi pada Universitas Medan Area dan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga proposal penelitian ini dapat terselesaikan sesuai pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Medan area.
5. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

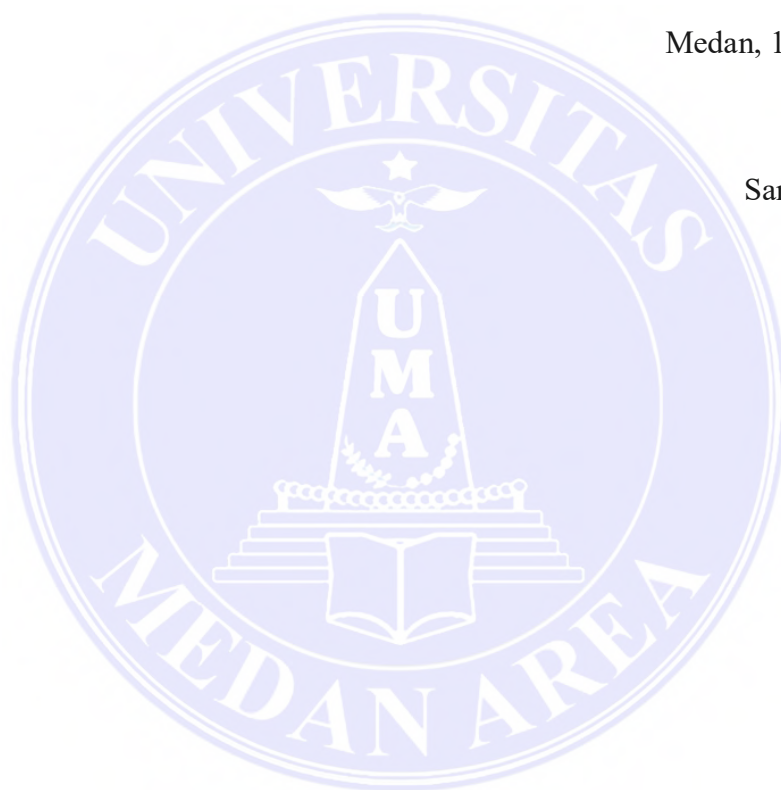
6. Ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi selaku ketua sidang meja hijau yang telah menyediakan waktunya untuk dapat hadir.
7. Bapak Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi selaku dosen penguji sidang meja hijau yang telah menyediakan waktunya untuk dapat hadir.
8. Ibu Ayudia Popy Sesilia, S.Psi, M.Psi selaku dosen sekretaris sidang meja hijau yang telah menyediakan waktunya untuk dapat hadir.
9. Para Dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memotivasi peneliti, serta para staf tata usaha dan perpustakaan atas segala kemudahan dalam mengurus administrasi serta referensi buku, sejak awal perkuliahan hingga selesai.
10. Kedua orang tua saya, Bapak Sudarman dan Ibu Latifah Hanum yang selalu dan tidak pernah berhenti dalam mendoakan, mendukung, memberi perhatian, dan mengiri setiap proses langkah selama saya hidup saya serta proses perkuliahan hingga selesainya skripsi saya ini.
11. Saudara saya Yudha Handardika, Dwi Rian wardana, dan saudari saya Safira Thahara, Fitry Atsary Harahap yang memberikan dukungan terhadap diri saya.
12. Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) dan Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal yang telah memberikan peneliti izin untuk melaksanakan penelitian untuk penyelesaian skripsi ini, dan para nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal yang menjadi subjek penelitian.
13. Kepada sahabat saya Felicia Hesty Tjuatja dan Tantri Amelia Putri yang serta berperan menemani dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga till

jannah.

14. Kepada sahabat-sahabat saya yang berperan penting di kehidupan saya baik dilingkungan kampus maupun diluar kampus.

Medan, 18 Mei 2021

Sandra Winata



RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Sandra Winata
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat & Tanggal Lahir : Bah Butong, 19 Oktober 1999
Alamat : Jl. Sepakat Perumahan Taman
Ubud No. C22
Kode Pos : 20229
Nomor Ponsel : 0878 7728 0109
Email : sandraawintaa@gmail.com

B. Jenjang Pendidikan Formal

1. SMAN 2 PEMATANG SIANTAR 2014 – 2017
2. SMP SWASTA TAMAN ASUHAN (P. SIANTAR) 2011-2013
3. SDN 091421 (BAH BUTONG) 2006- 2011



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAM PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi
1. Pengertian Konsumen.....	12
2. Perilaku Konsumen	13
B. Kepuasan Konsumen.....	15
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Tipe Penelitian	28
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
C. Definisi Operasional.....	29
D. Populasi dan Sampel.....	29

1. Populasi.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Orientasi Kancan Penelitian.....	40
B. Persiapan Penelitian.....	41
1. Persiapan Administrasi	41
2. Persiapan Alat Ukur	42
2.1. Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	42
C. Pelaksanaan Penelitian.....	45
1. Hasil Uji Coba Skala Kualitas Pelayanan (Service Quality)	46
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian	56
a. Uji Normalitas	56
a. Uji Regresi Linier Sederhana	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>) Sebelum Uji Coba	43
Tabel 4.2. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kepuasan Konsumen Sebelum Uji Coba	44
Tabel 4.3. Distribusi Jawaban Cochran Q Test Responsen	47
Tabel 4.4. Test Statistik Cochran Q Test Tahap Pertama	48
Tabel 4.5. Test Statistik Cochran Q Test Tahap Kedua	49
Tabel 4.6. Test Statistik Cochran Q Test Tahap Ketiga	50
Tabel 4.7. Test Statistik Cochran Q Test Tahap Keempat	50
Tabel 4.8. Test Statistik Cochran Q Test Tahap Kelima	51
Tabel 4.9. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>) Sesudah Uji Coba Cochran Q Test	53
Tabel 4.10. Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kepuasan Konsumen Sesudah Uji Coba	54
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	56
Tabel 4.12. Hasil Uji Linearitas	57
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi	58
Tabel 4.14. Hasil Uji F (Simultan)	59
Tabel 4.15. Hasil Uji T (Parsial)	60
Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.17. Hasil Uji Mean Hipotetik dan Mean Empirik	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar Jumlah Nasabah Aktif PT. Pegadaian (Persero)	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	24



ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MEDAN SUNGGAL

Oleh :

SANDRA WINATA

17.860.0042

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan puas atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen/nasabah dalam menerima suatu produk ataupun jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian Cabang Medan Sunggal. Hipotesis pada penelitian ini terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Subjek penelitian berjumlah 100 orang konsumen/nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan skala kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 37,0%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION USING THE SERVICES OF PT. PEGADAIAN (PERSERO) MEDAN SUNGGAL BRANCH

By :

SANDRA WINATA

17.860.0042

Consumer satisfaction is a feeling of satisfaction or disappointment that can be felt by consumers/customers in receiving a product or service. The purpose of this research is to influence the quality of service on customer satisfaction at PT. Pegadaian Medan Sunggal Branch. The hypothesis in this study is that there is an influence between service quality and customer satisfaction. The research subjects were 100 consumers/customers of PT. Pegadaian (Persero) Medan Sunggal Branch and sampling using purposive sampling technique. The data collection method uses a scale of service quality and customer satisfaction. The analytical method in this study uses a simple linear regression analysis method. The contribution of service quality to customer satisfaction is 37.0%.

Keyword : Service Quality and Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa adalah perusahaan yang berkegiatan untuk melayani konsumen sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumennya. Perusahaan jasa memiliki tujuan untuk memperoleh pendapatan ataupun mencapai tujuan melalui pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Peran konsumen sangatlah penting, dengan adanya konsumen maka dapat menentukan kualitas pelayanan.

Perusahaan umum pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, gadai adalah hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Pegadaian tidak hanya bergerak dibidang menggadaikan saja, tetapi juga bergerak dibidang aneka jasa. Pegadaian bergerak untuk melayani pembiayaan kredit, investasi emas, aneka jasa (pembayaran tagihan listrik, telepon, air, tv langganan, internet, finance, pulsa handphone, pengiriman uang kedalam dan keluar negeri, tiket kereta), property, dan balai jasa lelang.

Pada saat ini, dalam segala bidang persaingan semakin terlihat. Tidak hanya PT. Pegadaian saja yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, tentunya harus memperhatikan terhadap pelayanan sehingga akan dapat mempengaruhi

kepuasan konsumen. Perusahaan yang memandang bahwa konsumen atau nasabah adalah aset bagi perusahaan, maka bisa melalui berbagai cara untuk melakukan promosi berbagai macam layanan yang disediakan oleh perusahaan. Promosi tersebut dilakukan melalui media cetak maupun media elektronik dengan membuat promosi suatu penawaran yang dapat menarik para konsumen. Perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan konsumen, tidak hanya sebatas memperhatikan penciptaan produk, harga, dan target ataupun keuntungan yang harus didapat, tetapi perusahaan juga harus memperhatikan pentingnya kualitas pelayanan dibidang jasa yang agar dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan data yang ada, PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal mengalami penurunan dan pengurangan nasabah, hal ini memungkinkan yang disebabkan oleh kepuasan konsumen belum terpenuhi. Sehingga ada beberapa nasabah yang tidak menggunakan kembali jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal. Data dapat dilihat pada gambar berikut :

NO	KODE	OUTLET	TARGET 07/2021	31/12/2020	23/07/2020	30/06/2021	23/07/2021	MTD	YTD	YOY	PENCAPAIAN
1.	10124	CP MEDAN SUNGGAL	0	4,932	4,489	5,177	5,174	-0.06%	4.91%	15.26%	0%
2.	10127	UPC AMAL	0	2,041	1,898	2,374	2,347	-1.14%	14.99%	23.66%	0%
3.	10128	UPC ASOKA	0	1,584	1,446	1,546	1,546	0%	-2.4%	6.92%	0%
4.	10129	UPC BATANG HARI	0	1,374	1,288	1,424	1,414	-0.7%	2.91%	9.78%	0%
5.	10126	UPC CINTA DAMAI	0	1,280	1,054	1,355	1,347	-0.59%	5.23%	27.8%	0%
6.	10125	UPC PASAR SUNGGAL	0	2,515	2,498	2,604	2,573	-1.19%	2.31%	3%	0%
TOTAL			0	13,726	12,673	14,480	14,401	-0.55%	4.92%	13.64%	100%

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Nasabah PT. Pegadaian (Persero)

Persaingan yang semakin terlihat pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa, khususnya di kota Medan, disebabkan karna semakin banyaknya berkembang bisnis yang bergerak dibidang jasa seperti PT. Pegadaian. Adanya perusahaan yang bergerak pada bidang jasa lain, maka dari itu PT. Pegadaian harus dikelola secara professional agar mampu bersaing dalam melayani konsumen. Dalam mempertahankan konsumen pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa semakin ketat dikarenakan semakin banyak perusahaan ataupun outlet yang buka dalam melayani bidang jasa. Maka diperlukan strategi yang baik untuk mempertahankan konsumen. Strategi yang dapat digunakan untuk

mempertahankan konsumen adalah membangun kualitas dan membentuk kepuasan konsumen yang berkelanjutan.

Kepuasan konsumen adalah salah satu faktor yang penting dan sangat dapat menunjang untuk kesuksesan suatu perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan aspek yang utama dalam menentukan kualitas pelayanan terhadap suatu perusahaan. Pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pemberian pelayanan yang memiliki kualitas baik adalah suatu hal yang utama. Maka dari itu perusahaan harus memiliki kualitas yang baik, tinggi, dan professional agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Pada perusahaan kepuasan konsumen menjadi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan sehingga perusahaan dapat selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen (dalam Tjiptono & Gregorius 2011).

Pada perusahaan, terutama yang bergerak pada bidang jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan harus mampu untuk memberikan sesuai dengan kebutuhan konsumennya, maka setelah itu akan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen apabila telah memberikan kebutuhan konsumen secara mendalam. Kepuasan konsumen yang rendah akan berdampak terhadap jumlah konsumen yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan, sedangkan sikap karyawan terhadap konsumen juga akan berdampak terhadap kepuasan konsumen dimana kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu terus meningkat, begitu pula tuntutan akan kualitas pelayanan yang diberikan (Tjiptono & Chandra, 2005).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khursid et al.,(2012), kepuasan konsumen dianggap menjadi faktor yang paling penting baik untuk produk atau

layanan. Maka kepuasan konsumen menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang terutama bergerak pada bidang jasa karena kepuasan konsumen memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen adalah sebuah harapan yang dapat terpenuhi kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu Tjiptono (2005) mengatakan, bahwa perusahaan juga harus menerapkan bahwa pentingnya pelayanan konsumen secara lebih baik melalui kualitas pelayanan, karena semakin disadari bahwa pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen merupakan aspek yang penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan.

Pelayanan merupakan suatu hal untuk melayani kegiatan sesuai keinginan individu ataupun kelompok. Pelayanan adalah kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pelayanan merupakan sebuah perjanjian yang tersirat antara penyedia pelayanan pelanggan dan penerima jasa untuk saling menukar suatu nilai dengan nilai yang lain, (Chip R. Bell dan Bilijack, 2013). Setiap lembaga ataupun perusahaan pasti memiliki pelayanan yang sesuai dengan aturannya masing-masing. Pada setiap perusahaan pasti ingin memberikan mutu dan kualitas pelayanan yang baik agar memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan pada suatu perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan, baik pelayanan jasa maupun pelayanan lainnya. Setiap perusahaan yang berada dibidang pelayanan sangat mengutamakan untuk dapat mempertahankan konsumennya. Reicheld dan

Sasser dalam Rusdarti (2004), mengatakan bahwa pelayanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, dan dianggap suatu strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan. Apabila perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang baik maka hal ini akan bisa membuat konsumen merasa puas dan nyaman, sehingga konsumen bisa merekomendasikan perusahaan pelayanan tersebut kepada orang lain.

Melihat perkembangan pelayanan jasa yang cukup banyak pada masa sekarang, maka hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas pelayanan dari suatu perusahaan pelayanan jasa. Salah satu contoh adalah banyaknya toko untuk menggadaikan barang, outlet untuk membayar berbagai tagihan, outlet untuk kredit, dan pelayanan jasa naik haji yang ada di kota Medan. Maka dari itu salah satu peran yang terpenting adalah selalu mengutamakan kualitas pelayanan bagi konsumen. Yang dapat merasakan langsung kualitas pelayanan tersebut yaitu konsumen, jika dapat memberikan pelayanan baik maka konsumen akan merasakan kepuasan, begitupun sebaliknya jika memberikan pelayanan yang tidak baik maka konsumen tidak akan merasa puas terhadap suatu perusahaan layanan. Setiap perusahaan pasti memberikan pelayanan yang berbeda-beda, sehingga konsumen yang merasakan hasil dari perbedaan layanan tersebut. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen tetap setia dan berlangganan untuk menggunakan jasa perusahaan yang memiliki pelayanan baik, sehingga konsumen dapat merasa puas. Hal inilah yang dikatakan kepuasan konsumen yang dihasilkan dari kualitas pelayanan yang baik.

Dengan baiknya kualitas pelayanan maka akan memenuhi kebutuhan dan

keinginan konsumen, hal inilah yang disebut sebagai kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2000) menyatakan, kualitas pelayanan adalah merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Sedangkan menurut Taylor dan Baker (1994) mengatakan, kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dengan kualitas yang baik yang telah mereka berikan akan mempengaruhi terjadinya intensi untuk membeli atau menggunakan kembali produk ataupun jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian Zuliana (2016) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dirumah sakit, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan data yang didapatkan melalui 150 responden. Sedangkan, Sitti Nur (2018) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Gorontalo, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Gorontalo, hasil dari 160 responden menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Gorontalo terbilang kurang baik.

Dari hasil observasi dan wawancara terhadap beberapa konsumen yang telah dilakukan pada kantor PT. Pegadaian Cabang Medan Sunggal, kepuasan yang dirasakan konsumen sudah cukup baik dan terpenuhi terhadap pelayanan

yang diberikan, seperti harga gadai yang tidak terlalu besar, telah tersedianya banyak layanan, dan hal lainnya. Tetapi ada beberapa konsumen yang kurang merasa puas dan merasa belum cukup terpenuhi keinginannya terhadap pelayanan yang diberikan, seperti pelayanan angsuran kredit yang salah satu syaratnya adalah melakukan survey terhadap konsumen, dimana terkadang survey yang tidak tepat dengan perjanjian, pelayanan dalam pembayaran yang terkadang dikatakan tidak bisa karna sedang offline, pembayaran gadai yang sekarang harus memakai rekening tanpa bisa membayar dengan cara cash. Masalah ini terkadang terjadi apabila ketika konsumen ingin menggunakan jasa kredit atau angsuran. Pada sistem kredit atau angsuran pihak Pegadaian memiliki tahap survey kepada konsumen, dimana tahap ini biasanya dilakukan dalam waktu 1-3 hari setelah mendaftarkan, tetapi terkadang konsumen mendapatkan survey tersebut dalam waktu lebih dari 1-3 hari dan terkadang terjadi hingga 7 hari. Selain hal ini Pegadaian juga memiliki pelayanan pada bidang pembayaran tagihan listrik, tv, dan isi pulsa. Dalam hal ini terkadang ketika konsumen ingin melakukan pembayaran listrik ataupun isi pulsa konsumen sering tidak menerima pelayanan ini, dikarenakan pihak Pegadaian mengatakan jaringan sedang bermasalah. Tetapi hal ini sangat sering terjadi sehingga konsumen terkadang merasa kecewa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Maka hal-hal tersebutlah yang dapat memicu pengurangan ataupun penurunan nasabah yang disebabkan oleh pelayanan yang kurang baik dan memuaskan.

Dengan terlihatnya fenomena seperti ini sama seperti dengan yang dikatakan oleh Kotler (2004), bahwa harapan adalah sesuatu yang belum

terbentuk ketika konsumen akan menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Medan Sunggal dan ketidak sesuaian adalah hal yang diberikan kosnumen meliputi kinerja karyawan dalam memenuhi kepuasan konsumen. Maka dapat dilihat dengan jelas bahwa ada keterkaitan kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun judul yang peneliti pilih, yaitu “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal”.

B. Identifikasi Masalah

Kepuasan konsumen merupakan suatu aspek penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan menentukan kesuksesan suatu perusahaan. Konsumen dapat merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan apabila konsumen merasa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Untuk menentukan dan memenuhi kebututuhan dan keinginan konsumen maka yang cukup berperan penting adalah pelayanan yang baik. Apabila konsumen merasa puas artinya kualitas pelayanan yang diberikan baik, tetapi sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas maka kualitas pelayanan yang diberikan belum cukup baik. Maka kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebuah perusahaan. Dalam menjalankan perusahaannya PT. Pegadaian sangat menerapkan untuk memberikan pelayanan yang baik untuk membuat konsumen merasa terpenuhi keinginnya

sehingga konsumen merasa puas. Hal ini memiliki tujuan agar konsumen tetap setia terhadap menggunakan jasa PT. Pegadaian dan tujuan lainnya untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengetahui “ Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal”. Penelitian ini layak untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang telah dipaparkan, adapun penelitian ini yang perlu dibatasi agar sebuah penelitian lebih berfokus dan dapat menjawab permasalahan penelitian dengan lebih efektif dan efisien. Pada penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan sunggal. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen/nasabah yang aktif di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal yang terdiri dari 5.174 konsumen. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikam diatas, maka peneliti ingin melihat “Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PT. Pegadaian cabang Medan Sunggal?”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan diatas maka, peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

menggunakan jasa PT. Pegadaian (persero) cabang Medan Sunggal.

F. Manfaat Teoritis

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai salah satu informasi dan diharapkan bisa berguna sebagai ilmu pengetahuan khusus dibidang psikologi industri dan organisasi serta ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapka dapat dijadikan sebagai gambaran bagi perusahaan yang bergerak pada bidang layanan jasa bahwa pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen sering diartikan sebagai dua jenis konsumen yaitu, konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Konsumen individu membeli barang dan jasa yang akan digunakan oleh anggota keluarga yang lain, atau digunakan oleh seluruh anggota keluarga. Konsumen organisasi, yang meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah, dan lembaga lainnya seperti sekolah, perguruan tinggi, rumah sakit, dan perusahaan. (Ujang Sumarwan, 2002).

Menurut Philip Kotler (2000) dalam bukunya *Prinsples Of Marketing* konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jadi konsumen merupakan suatu tingkah laku yang menyangkut pilihan terhadap suatu produk atau jasa untuk digunakan sendiri dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. (Usman Effendi, 2016).

Secara jelas yang dimaksud dengan konsumen sebagaimana termuat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah:

- a. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.

- b. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk diproduksi (produsen) menjadi barang/ jasa lain atau untuk memperdagangkannya (distributor), dengan tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha; dan
- c. Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah sebagai individu, kelompok sebagai pengguna produk ataupun jasa secara langsung baik melalui pembelian ataupun pemberian untuk pemenuhan kebutuhan individu tersebut.

2. Perilaku Konsumen

Menurut Loundon dan Bitta (1993) perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, mencari, menggunakan barang dan jasa. Engel et al (2001) menyatakan bahwa “perilaku konsumen adalah tindakan langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini”. Kotler dan Amstrong (2000) mengemukakan bahwa: perilaku konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal”. Mowen et al (2001) mengemukakan bahwa “perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran (*exchange process*) yang melibatkan perolehan, konsumsi dan

pembuangan barang dan jasa, pengalaman, serta ide-ide”.

Dalam buku Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen (Ratih Hurriyati, 2005) terdapat dua konsep perilaku konsumen:

- a. Proses pertukaran (*exchange process*) dimana segala sumber daya ditransfer diantara kedua belah pihak antar konsumen dengan perusahaan yang melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dari tahap perolehan atau akuisisi (*acquisition phase*), lalu ketahap konsumsi (*consumption phase*), dan berakhir dengan tahap disposisi (*disposition phase*) produl atau jasa.
- b. Unit pembelian (*buying units*), hal ini dikarenakan pembelian dilakukan oleh kelompok ataupun individu, dimana keputusan pembeli dilakukan oleh individu atau sekelompok orang.

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh konsumen dalam proses membeli dan menggunakan jasa ataupun barang. Terdapat dua konsep dalam perilaku konsumen, yaitu: proses pertukaran (*exchange process*) dan unit pembelian (*buying units*).

3. Peranan Konsumen

Peranan konsumen terdiri atas hal-hal sebagai berikut. (Minto Waluyo, 2009):

- a. User adalah orang yang benar-benar (secara aktual) mengonsumsi atau menggunakan produk atau mendapatkan manfaat dari produk atau mendapatkan manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.

- b. *Payer* adalah orang yang mendanai atau membiayai pembelian.
- c. *Buyer* adalah orang yang berpartisipasi dalam pengadaan produk dari pasar.

Berdasarkan paparan diatas, terdapat tiga hal yang memperankan konsumen, yaitu sebagai *user*, *payer* dan *buyer*. Masing-masing peranan diatas bisa dilakukan oleh satu orang, bisa pula oleh individu yang berbeda. Jadi seseorang bisa menjadi *user* sekaligus *payer* dan *buyer*. Selain itu, bisa juga individu A menjadi *payer*, B menjadi *buser*, dan C menjadi *buyer*, itu semua tergantung kepada konteks atau situasi pembelian.

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, dan kesenangan. Kotler dan Keller (2009) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Kotler (2005) mendefenisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja

melembi harapan, konsumen amat puas atau senang. Konsumen yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Swan, et at. (1980) dalam bukunya Fandy Tjiptono, 2004 mendefenisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya. Menurut Philip Kotler (2000) *Principle of Marketing 7e* bahwa kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan puas yang dirasakan oleh konsumen ketika mendapatkan suatu produk ataupun jasa apabila kebutuhannya merasa terpenuhi.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Zeithaml dan Bitner (1996) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa factor, yaitu:

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat bergantung pada kualitas jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu, keandalan (*realibility*), responsive (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), berwujud (*tangibles*), dan empati (*empathy*).

b. Kualitas produk

Konsumen puas jika setelah membeli barang dan menggunakan produk, ternyata kualitas produk baik. Kualitas barang yang diberikan bersama-sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi konsumen. Ada delapan elemen dari kualitas produk, yakni kinerja, fitur, realibilitas, daya tahan, pelayanan, estetika, sesuai dengan spesifikasi, dan kualitas penerimaan.

c. Harga

Pembeli biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu produk. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas produk. Maka konsumen cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

d. Faktor situasi dan personal

Faktor situasi dan pribadi, dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi. Faktor situasi seperti kondisi dan pengalaman akan menuntut konsumen untuk datang kepada suatu penyedia barang atau jasa, hal ini akan mempengaruhi harapan terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Faktor-faktor diatas merupakan sesuatu faktor yang dapat memberikan pengaruh sangat penting terhadap kepuasan konsumen.

3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Kotler (2000), menyatakan bahwa terdapat tiga aspek kepuasan konsumen, yaitu:

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Konsumen merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain

Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

Sabarguna (2004), menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu:

a. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.

b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.

c. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.

- d. Aspek biaya, meliputi mahalny produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

Berdasarkan aspek-aspek konsumen yang dikemukakan oleh para ahli, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sabarguna (2004) dalam kepuasan konsumen terdapat empat aspek yang dapat menentukan konsumen merasa puas, yaitu aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknis petugas, dan aspek biaya.

4. Tipe-Tipe Kepuasan Konsumen

Neuhaus (dalam Tjiptono, 2005), membedakan tiga-tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan, yaitu:

- a. *Demanding customer satisfaction*

Tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Adanya emosi positif dari konsumen, yakni optimis dan kepercayaan.

- b. *Stable customer satisfaction*

Konsumen dengan tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan steadiness dan trust dalam relasi yang terbina saat ini. Konsumen menginginkan segala sesuatunya tetap sama.

- c. *Resigned customer satisfaction*

Konsumen dalam tipe ini juga merasa puas, namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih.

d. *Stable customer dissatisfaction*

Konsumen dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerjanya, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa.

e. *Demanding dissatisfaction*

Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku menuntut. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi.

Berdasarkan paparan diatas, terdapat lima tipe-tipe dalam kepuasan konsumen, yaitu: *Demanding customer satisfaction, Stable customer satisfaction, Resigned customer satisfaction, Stable customer dissatisfaction, Demanding dissatisfaction.*

5. Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2003), ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal.
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan.
- d. Kurang memperhatikan produk, iklan.
- e. Pesaing, kurang sensitive pada harga.
- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan.
- g. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.

C. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

1. Pengertian Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas berasal dari bahasa latin *quails* yang berarti “sebagaimana kenyataannya”. Kualitas adalah tingkat yang menunjukkan serangkaian karakteristik yang melekat dan memenuhi ukuran tertentu (Dale, 2003). Sedangkan menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tampak jelas maupun tersembunyi (Render dan Herizer, 1997).

Menurut pandangan Albrecht dan Zemke (dalam Dwiyanto, 2006) kualitas pelayanan publik merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek, yaitu system pelayanan, sumber daya manusia pemberi layanan, strategi dan pelanggan.

Wyckof (dalam Tjiptono, 1996) mengemukakan suatu pemahaman tentang konsepsi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Ini berarti bila jasa/layanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan/jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa/layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya jika jasa/layanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa/layanan akan dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas jasa/layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa/layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten dan berakhir pada persepsi

pelanggan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah peran yang sangat berpengaruh penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan pada konsumen, sebab kualitas pelayanan yang baik maka akan membuat konsumen merasa puas.

2. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Kotler dan Keller (2009) terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Keterandalan (*realibility*); kemauan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b. Keresponsifan (*responsiveness*); kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan ketanggapan.
- c. Keyakinan (*confidence*); pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau assurance.
- d. Empati (*empathy*); syarat untuk peduli, memberikan perhatian, pribadi bagi pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*); penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

Lebih lanjut menurut Pararusman dan kawan-kawan (dalam Tjiptono 1996), ada lima dimensi dalam menilai kualitas jasa atau pelayanan, yaitu:

- a. *Tangibles*; tercermin pada fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan komunikasi.

- b. *Reliability*; kemampuan memenuhi pelayanan yang dijanjikan secara terpercaya, tepat.
- c. *Responsiviness*; kemampuan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang tepat.
- d. *Assurance*; pengetahuan dari para pegawai dan kemampuan mereka untuk menerima kepercayaan dan kerahasiaan.
- e. *Emphaty*; perhatian individual diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggan.

Dari pendapat yang dikemukakan oleh Pararusman dan Kotler terdapat 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, dalam penelitian ini dirumuskan dengan menggabungkan kedua pendapat tersebut, yaitu:

- a. Sarana pelayanan dalam menunjang pemberian pelayanan.
- b. Keandalan terhadap metode sistem pelayanan yang efektif dan efisien.
- c. Jaminan akan keamanan dan privacy terhadap produk pelayanan.
- d. Harga produk layanan yang terjangkau dan proporsi serta adil.
- e. Empati atau tigtat hubungan yang intens dan saling menghargai serta menghormati antara pemberi pelayanan dengan public yang dilayani.

3. Membangun Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Aviliani dan Wilfridus (2002), “membangun kepuasan pengguna jasa melalui kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan beberapa alternatif, antara lain sebagai berikut:

- a. Memperkecil gap-gap (model gap kualitas jasa) yang terjadi antara pihak manajemen dengan pengguna jasa.

- b. Organisasi harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberikan kesempatan kepada pengguna jasa untuk menyampaikan keluhan. Organisasi dapat membentuk keluhan (*complaint*) and suggestion system, misalnya dengan mengadakan hot line bebas pulsa.
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap Kepuasan Konsumen

PT. Pegadaian (persero) merupakan perusahaan yang berkecimpung pada bidang pelayanan jasa dan barang yang memiliki banyak cabang di Indonesia termasuk di kota Medan. PT. Pegadaian merupakan layanan jasa untuk melayani penggadaian barang, pembayaran berbagai tagihan, tabungan emas, kredit, pengiriman dan penerimaan uang. PT. Pegadaian tidak hanya melayani pada layanan jasa saja, tetapi juga pada layanan barang/produk yaitu, layanan penjualan emas batangan dan lelang emas. Pada zaman sekarang bukan hanya PT. Pegadaian (persero) saja yang melayani pada bidang tersebut. Di kota Medan tidak hanya PT. Pegadaian yang melayani bidang pelayanan jasa dan produk, banyak toko ataupun PT yang melayani pelayanan jasa dan barang seperti PT. Pegadaian (Persero).

Menurut Kotler (2005) mengatakan bahwa adanya pengaruh yang kuat antara kepuasan konsumen, keuntungan, dan kualitas jasa, produk pelayanan.

Sedangkan menurut Schnaars (dalam, Tjiptono, 2005) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang tepat adalah salah satu cara strategi untuk mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi.

Kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Tata et.al, 2000). Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas (Scheuning, 2004).

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) ada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, faktor kualitas produk, faktor harga, faktor situasi, dan personal, tetapi faktor yang tidak kalah penting adalah kualitas pelayanan. Suatu produk dapat membuat konsumen merasa puas apabila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapan konsumen (Spreng et, al.1996). Apabila konsumen terlihat memiliki reaksi yang positif maka dapat dikatakan konsumen merasa puas terhadap suatu pelayanan. Mowen dan Minor (2001) mendefinisikan, kepuasan konsumen sebagai perasaan yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Berdasarkan penelitian Zuliana (2016) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dirumah sakit, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

berdasarkan data yang didapatkan melalui 150 responden. Sedangkan menurut Sitti Nur (2018) dalam penelitiannya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Gorontalo, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Gorontalo, hasil dari 160 responden menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Kota Gorontalo terbilang kurang baik.

Menurut penelitian Oliver (1997) dalam Anderson dan Lindestad (1998); Andersson (1983), Pasuraman (1985), Boulding dkk (1994) dalam Zheng (2003) mengembangkan model kualitas pelayanan dalam literature pemasaran. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa tingkat pelayanan yang pasti dan memuaskan akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari yang terlihat dikota Medan saat ini sangat banyak toko layanan jasa pada bidang yang sama seperti PT. Pegadaian (Persero). Setiap perusahaan memiliki keunggulan dan kualitas pelayanan yang berbeda, maka dari itu jika perusahaan yang memiliki kualitas yang baik dan tinggi maka konsumen konsumen akan merasa puas dan setia (pelanggan) kepada perusahaan tersebut.

Hasil dari penelitian Khairunnisa (2018) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Go-Jek di Kota Medan” bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka perusahaan yang memiliki keunggulan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka terlihat pengaruh

terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. maka semakin baik kualitas yang diberikan maka tingkat kepuasan konsumen akan tinggi, tetapi jika kualitas pelayanannya tidak baik maka tingkat kepuasan konsumen juga akan rendah.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, adapun hipotesis yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah “Ada pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PT. Pegadaian (persero) cabang Medan Sunggal”. Dengan asumsi “jika pelayanan kualitas (*service quality*) yang diberikan baik, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Sebaliknya jika kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan tidak baik, maka akan rendah pula kepuasan konsumen”.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian ini akan diuraikan mengenai (A) Tipe penelitian (B) Identifikasi variabel penelitian, (C) Definisi operasional variabel penelitian, (D) Subjek penelitian, (E) Teknik pengumpulan data, (F) Validitas dan reliabilitas alat ukur, (G) Analisa data.

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini data yang dihasilkan berbentuk angka-angka yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu hasil informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut (Martono, 2012).

Menurut Creswell (2014) penelitian kuantitatif ialah pendekatan peneliti untuk menguji teori yang sudah tersedia secara rasional yaitu dengan melihat kembali dua variabel tersebut, lalu variabel ini diukur dan dijadikan instrumen dan nantinya akan dianalisis menggunakan statistik. Penelitian ini tidak termasuk pada kategori penelitian eksperimen karena subjek penelitian tidak diberikan perlakuan dari penelitian.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Adapun identifikasikan variabel-variabel yang menjadi pusat penelitian ini, yaitu :

1. Variabel Bebas (X) : Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)
2. Variabel Terikat (Y) : Kepuasan Konsumen

C. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan agar pengukuran variabel penelitian lebih terarah dan dapat diukur sesuai dengan metode masing-masing pengukuran yang sudah dipersiapkan. Adapun definisi operasional dari variabel penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah suatu standar pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya dalam membeli suatu produk ataupun jasa. Kualitas pelayanan (*service quality*) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2005), yaitu: keterandalan (*realibility*), koresponsifan (*responsiveness*), keyakinan (*confidence*), empati (*empathy*), dan berwujud (*tangible*).

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan puas atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen dalam menerima suatu produk ataupun jasa. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Sabarguna (2004), yaitu: aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknik petugas, aspek biaya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2010) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang aktif di PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Medan Sunggal sebanyak 5.174 orang. Data ini didapatkan berdasarkan data nasabah dari PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Medan Sunggal.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi sehingga sampel harus memiliki ciri-ciri dimiliki oleh populasinya (Azwar, 2012). Hasil dari penelitian terhadap sampel diharapkan dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan berdasarkan dari perhitungan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Besaran sampel

N : Besaran Populasi

e : Nilai kritis (batas ketelitian), yaitu: 10% = 0,1

1 : Konstanta

Berdasarkan data yang didapatkan, dalam penelitian ini sampel yang diperlukan sebanyak:

$$n = \frac{5.174}{1 + 5.174 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.174}{52.74}$$

$$n = 98,10$$

n = 98 responden

pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 98 responden dan digenapkan menjadi 100 responden.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *random sampling*. Teknik *random sampling* adalah pengambilan sampel secara acak, dimana semua anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota (Kasiram, 2008). Pada penelitian ini orang yang dikatakan sebagai sumber data adalah orang yang merupakan konsumen dan nasabah aktif pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan dikarenakan apabila tidak ada data yang didapatkan maka tidak akan mungkin terbentuk suatu penelitian. Oleh karena itu data-data yang didapatkan haruslah akurat dan sesuai dengan permasalahan yang terjadi di tempat penelitian.

1. Metode Skala

Menurut Hadi (2014) skala merupakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari daftar-daftar pernyataan yang diajukan secara tertulis yang harus dijawab atau dikerjakan oleh yang menjadi objek penelitian dan diberikan dengan tujuan untuk mengungkapkan kondisi-kondisi dalam diri subjek yang ingin diketahui. Skala yang digunakan dalam penelitian ini disusun oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

a. Skala Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Skala kualitas pelayanan (*service quality*) disusun berdasarkan dari dimensi yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2009) yaitu : keterandalan (*reability*), keresponsifan (*responsiveness*), keyakinan (*confidence*), empati (*empathy*), berwujud (*tangible*).

Skala kualitas pelayanan (*service quality*) dibuat berdasarkan pada format skala *Guttman*. Pada penelitian ini subjek akan memberikan jawaban “Ya” atau “Tidak”. Konsumen memberikan jawaban sesuai dengan apa yang mereka rasakan terhadap butir-butir pernyataan yang telah diberikan.

Skala *Guttman* ini terdiri dari beberapa pernyataan yang menunjukkan sikap seseorang terhadap sebuah objek dan menunjukkan perasaan seseorang terhadap atribut psikologis tertentu dan harus dijawab secara dikotomis yaitu “Ya” atau “Tidak” oleh subjek (Abdi,2010). Pada skala kualitas pelayanan ini subjek diminta untuk memberikan jawaban “Ya” atau “Tidak” maka dipakaila metode skala *Guttman*.

Skala *Guttman* memiliki ciri sebagai berikut:

1. Pernyataan-pernyataan mencerminkan perasaan positif yang semakin meningkat terhadap objek sikap atau terkait pemilihan atribut psikologis tertentu.
2. Pemilihan suatu pernyataan menyiratkan pemilihan terhadap setiap pernyataan lain yang memiliki kadar positif yang lebih rendah (Anderson, 1990).

Berdasarkan dua ciri diatas skala kualitas pelayanan (*service quality*) sudah memenuhi ciri tersebut. Adapun penilaian yang diberikan kepada masing-

masing jawaban subjek pada setiap aitem adalah, jawaban “Ya” mendapat nilai 1, sedangkan jawaban “Tidak” mendapatkan nilai 0.

b. Skala Kepuasan Konsumen

Skala kepuasan konsumen ini disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Sabarguna (2004): aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknis petugas, aspek biaya.

Skala kepuasan konsumen dibuat berdasarkan pada format skala *Guttman*. Pada penelitian ini subjek akan memberikan jawaban “Ya” atau “Tidak”. Konsumen memberikan jawaban sesuai dengan apa yang mereka rasakan terhadap butir-butir pernyataan yang telah diberikan.

Skala *Guttman* ini terdiri dari beberapa pernyataan yang menunjukkan sikap seseorang terhadap sebuah objek dan menunjukkan perasaan seseorang terhadap atribut psikologis tertentu dan harus dijawab secara dikotomis yaitu “Ya” atau “Tidak” oleh subjek (Abdi,2010). Pada skala kepuasan konsumen ini subjek diminta untuk memberikan jawaban “Ya” atau “Tidak” maka dipakaila metode skala *Guttman*.

Skala *Guttman* memiliki ciri sebagai berikut:

1. Pernyataan-pernyataan mencerminkan perasaan positif yang semakin meningkat terhadap objek sikap atau terkait pemilihan atribut psikologis tertentu.
2. Pemilihan suatu pernyataan menyiratkan pemilihan terhadap setiap pernyataan lain yang memiliki kadar positif yang lebih rendah (Anderson, 1990).

Berdasarkan dua ciri diatas skala kualitas pelayanan (*service quality*) sudah memenuhi ciri tersebut. Adapun penilaian yang diberikan kepada masing-masing

jawaban subjek pada setiap aitem adalah, jawaban “Ya” mendapat nilai 1, sedangkan jawaban “Tidak” mendapatkan nilai 0.

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Suatu penelitian dapat diukur baik atau tidaknya dari alat ukur yang digunakan. Oleh karena itu suatu alat ukur haruslah memiliki syarat validasi dan reliabilitas agar penarikan kesimpulan penelitian tepat.

1. Validitas

Arikunto (2013) mengartikan validitas sebagai sebuah ukuran yang menunjukkan keandalan dan kesahihan suatu alat ukur. Validitas juga dapat diartikan sebagai keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen bersangkutan yang mampu mengukur apa yang akan diukur.

Pengujian validitas ini menggunakan aplikasi SPSS Versi 24.0 *For Windows* yang merupakan salah satu aplikasi untuk menganalisis data statistik dan dalam penelitian ini angket diuji validitasnya dengan menggunakan teknik analisis Pearson Product Momen. Angka korelasi yang diperoleh dengan melihat angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid. Kriteria uji validitas yaitu apabila r hitung $>$ r tabel, maka aitem kuesioner dapat dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dinyatakan aitem kuesioner tidak valid.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan analisis yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Variabel yang memiliki koefisien reliabilitas yang negatif atau lebih kecil dari nilai t tabel, maka perlu direvisi

kembali karena memiliki tingkat reliabilitas yang rendah (Santoso, 2000).

Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS Versi 24.0 *For Windows* yang merupakan suatu aplikasi untuk menganalisis data statistik dan pada penelitian ini angket yang diuji reliabilitasnya dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach's*, yang artinya suatu bentuk tes yang hanya memerlukan sekali pengenaan tes tunggal pada sekelompok individu sebagai subjek dengan tujuan untuk melihat konsistensi antar aitem.

G. Metode Analisis Data

1. Uji Cochran Q Test

Uji *cochran q* test ini digunakan untuk mengetahui berbagai atribut yang dianggap sah dengan mengeluarkan atribut yang dinilai tidak sah berdasarkan kriteria-kriteria statistik yang digunakan (Rosihan, 2008). Pada penelitian ini, uji *cochran q* test memberikan jawaban terhadap pernyataan butir aitem yang tertutup, yaitu “Ya” dan “Tidak” kepada responden. Adapun rumus mencari nilai Q hitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1)[k \sum_i C_i^2 - (\sum_i C_i)^2]}{k \sum_i R_i - \sum_i R_i^2}$$

Keterangan :

Q = Q hitung

k = Jumlah atribut yang diuji

R_i = Jumlah YA pada semua atribut untuk 1 responden

C_i = Jumlah YA pada 1 atribut untuk semua responden

n = Jumlah sampel yang diuji

Dengan penentu menggunakan nilai Q tabel yaitu, $\alpha = 0,05$, dan derajat kebebasan ($dk = k-1$), maka akan diperoleh Q tabel ($0,05 ; df$) yang didapat dari tabel *Chi Square distribution*.

Simamora (2008) menyatakan, jika tolak H_0 berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua atribut, Artinya belum ada kesepakatan di antara para responden tentang atribut. Bila hal ini terjadi, maka akan dilakukan pengujian lagi dengan menghilangkan atau membuang atribut yang dimiliki jumlah jawaban YA paling kecil. Jika terima H_0 berarti proporsi jawaban YA pada semua atribut dianggap sama. Dengan demikian, semua responden dianggap sepakat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan.

Pengujian Q hitung dilakukan terus-menerus sampai diperoleh nilai Q hitung $< Q$ tabel, dengan derajat kebebasan yang digunakan untuk mencari Q tabel adalah $dk = n - 1$ dengan taraf signifikansi $0,05$.

2. Uji Normalitas

Menurut Suliyanto (2011), uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan program SPSS Versi 24.0 *For Windows* yaitu dengan menggunakan uji *Chi Square*. Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas adalah jika nilai signifikansi $X > 0,05$ maka distribusi data tersebut normal, dan jika nilai signifikansi $X < 0,05$ maka distribusi data

tersebut tidak normal.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (*service quality*) dengan variabel kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang linear atau secara signifikan. Uji linearitas ini dilakukan sebagai syarat dalam analisis regresi linear dan analisis korelasi. Pada penelitian ini uji linearitas menggunakan aplikasi SPSS Versi 24.0 *For Window* dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dikatakan hubungan tidak linier, sedangkan jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka dikatakan bersifat linier (Mushon, 2012). Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel baris *Deviation From Linearity*.

H. Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana adalah pengujian terhadap data yang mana terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh), (Sugiyono, 2013). Adapun persamaan uji regresi linear sederhana, yaitu:

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksi

X = Nilai variabel prediktor

α = bilangan konsta

b = bilangan koefisien prediktor

Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap variabel kepuasan konsumen digunakan analisis regresi sederhana. Pada penelitian ini uji hipotesis regresi linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS Versi 24.0 For Windows.

2. Uji T (Parsial)

Uji t (parsial) adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2015). Apabila nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ (5%) maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, dengan kriteria:

- Jika t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2015). Uji koefisien determinasi adalah suatu besaran (ukuran) yang menyatakan tingkat kekuatan pengaruh dalam bentuk persen (%). Nilai koefisien determinasi dapat ditentukan dengan rumus:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP = Koefisien detreminasi

r = Koefisien korelasi

Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan seberapa

besar persentase keragaman variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel independet, atau dapat dikatakan seberapa besar variabel X dapat memberikan kontribusi terhadap variabel Y.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Hipotesis pada penelitian ini diterima dan ada pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal.
2. Hasil yang diperoleh pada nilai analisis regresi adalah positif. Maka dikatakan kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Tetapi sebaliknya, jika kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal menurun maka dapat menurunkan kepuasan konsumen.
3. Nilai tingkat pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal sebesar 37,0%.

B. Saran

Sejalan dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat adapun hal- hal yang dapat disarankan, yaitu :

1. Kepada pihak perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal diharapkan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*) agar dapat mempertahankan dan meningkatkan rasa kepuasan konsumen.
2. Kepada pihak perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Medan Sunggal agar melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen selama ini sehingga pelayanan yang sudah baik diberikan dapat terjaga dan dapat lebih meningkatkan rasa kepuasan konsumen.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat meneliti menggunakan faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti: kualitas produk, harga, faktor situasi dan persona. Karna dilihat berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) memberikan sumbangan efektif sebesar 37,0% terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat dikatakan terdapat sumbangan efektif dari faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Zuliana. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhari, Khairunnisa. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Go-Jek di Kota Medan. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Azwar, S. 2007. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell Jhon, W. 2014. Penelitian Kualitatif & *Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Enggarayu W, Miftahun. N. 2012. Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Uii Psikologika*, Vol 17 No 1.
- Evenly, Antony. 2006. Hubungan Antara Persepsi Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Hanifah Amalina, Camelia. 2010. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen Pada Ritel Modern. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Klaten: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Manullang, M. Esterlina Hutabarat. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Minto Waluyo. 2009. Psikologi Teknik Industri. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nurdin Ismail. 2019. Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur dan Komunikasi Birokrasi dalam pelayanan Publik). Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Falakh, Muhammad Linda Nuril. 2016. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Villa Oase Van Java Salatiga. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L.L Berry. 1988. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing* Vol. 64 No. 1 pp 12-40.
- Rahman Mulyawan. 2016. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: Unpad Press.
- Rambat Lupioadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori Praktik)*. Jakarta: salemba Empat.
- Ratih Hurriyati. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Cetakan Kedua CV. Alfabeta.
- Sabarguna, B.S. 2004. *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*. Yogyakarta: Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY. Edisi Kedua.
- Sanyoto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*. Yogyakarta: Amara Book.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. Edisi 4.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Usman Effendi, Alwin R. Batubara. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wulandari, N. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kopikita Semarang)*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Yamit, Z. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.





SKALA PENELITIAN

Bacalah dengan tepat dan cermat pernyataan dibawah ini. Semua jawaban adalah benar, asalkan sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu rasakan dan alami. Jawablah pernyataan berikut dengan mengisi jawaban tanda checklist (√) pada salah satu jawaban Ya atau Tidak.

Ya	Jika Bapak/Ibu merasakan hal tersebut terhadap pernyataan.
Tidak	Jika Bapak/Ibu tidak merasakan hal tersebut terhadap pernyataan.

Contoh :

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merasa puas karna lahan parkir yang memadai		√

IDENTITAS RESPONDEN	
Nama/Inisial	
Usia	
Jenis Kelamin	
Nomor Telpon	

1. SKALA KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*)

NO	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merasa puas karna proses pembayaran mudah dan transparan.		
2.	Saya merasa puas karna pelayanan yang diberikan kepada nasabah/konsumen sudah sesuai dengan yang diharapkan.		
3.	Saya merasa puas karna waktu yang dijanjikan dalam proses transaksi dan pengurusan sesuai.		
4.	Saya merasa puas karna adanya respon apabila nasabah/konsumen memberikan kritik dan saran.		
5.	Saya merasa puas karna pegawai memberikan dan menjelaskan informasi dengan jelas.		
6.	Saya merasa puas karna pegawai sigap dalam menanggapi nasabah/konsumen.		
7.	Saya merasa puas karna pegadaian memberikan rasa aman dalam bertransaksi.		
8.	Saya merasa puas karna pegawai bersikap sopan dan ramah terhadap nasabah/konsumen.		
9.	Saya merasa puas karna pegawai sangat baik dalam menangani keluhan yang diberikan oleh nasabah/konsumen.		
10.	Saya merasa puas karna pegawai perhatian dan peduli terhadap nasabah/konsumen yang memiliki kendala.		
11.	Saya merasa puas karna pegawai memberikan respon yang cepat dalam menangani kebutuhan nasabah/konsumen.		
12.	Saya merasa puas karna pegawai menyampaikan informasi yang mudah dipahami oleh nasabah/konsumen.		
13.	Saya merasa puas karna aplikasi yang disediakan oleh pegadaian mudah digunakan dan selalu lancar.		
14.	Saya merasa puas karna ruang antrian dan tempat duduk		

	yang nyaman.		
15.	Saya merasa puas karna pegadaian memiliki customer service yang dapat dihubungi dengan mudah melalui Whatsapp ataupun SMS.		



2. SKALA KEPUASAN KONSUMEN

No.	PERNYATAAN	Ya	Tidak
1.	Saya merasa letak lokasi kantor cabang strategis.		
2.	Saya merasa kebersihan lingkungan kantor terjaga dengan baik.		
3.	Saya merasa ruang tunggu bagi nasabah terasa tidak nyaman.		
4.	Saya merasa pegawai tidak responsif dalam menangani permasalahan konsumen/nasabah.		
5.	Saya merasa komunikasi pegawai terhadap nasabah sangat baik.		
6.	Saya merasa para pegawai melayani nasabah sesuai dengan bidang kerja mereka.		
7.	Saya merasa para pegawai dapat menjelaskan produk dan layanan pengadaian dengan baik.		
8.	Saya merasa produk yang ditawarkan lebih menarik setelah mendapatkan penjelasan dari pegawai.		
9.	Saya merasa transaksi mudah dan cepat.		
10.	Saya merasa bunga yang disertakan cukup besar.		



LAMPIRAN B
DATA PENELITIAN

SKALA KUALITAS PELAYANAN (*SERVICE QUALITY*)

Aitem	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
Subjek							
R1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R2	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R3	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
R4	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R5	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R6	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00
R7	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R8	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R9	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R10	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R11	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R12	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R13	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R14	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R15	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R16	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R17	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R18	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R19	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R20	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R21	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R22	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R23	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R24	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
R26	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R27	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R28	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R29	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R30	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R31	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R32	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R33	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R34	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R35	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R36	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00

R37	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R38	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R39	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R40	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R41	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R42	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R43	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R44	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R45	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00
R46	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R47	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R48	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R49	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R50	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R51	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R52	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R53	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R54	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R55	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R56	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R57	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R58	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R59	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R60	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R61	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R62	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R63	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R64	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R65	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R66	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R67	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R68	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R69	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R70	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R71	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R72	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R73	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R74	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R75	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R76	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00
R77	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00

R78	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R79	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R80	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R81	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R82	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R83	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R84	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R85	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R86	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R87	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R88	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R89	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R90	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R91	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R92	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
R93	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
R94	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R95	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R96	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R97	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R98	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R99	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R100	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Aitem	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
R1	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R2	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R3	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00
R4	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R5	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R6	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00
R7	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R8	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R9	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R10	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00
R11	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00
R12	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R13	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R14	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00

R15	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R16	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R17	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R18	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R19	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R20	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R21	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00
R22	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R23	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R24	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R25	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00
R26	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R27	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R28	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R29	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R30	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R31	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R32	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
R33	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R34	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00
R35	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R36	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R37	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R38	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R39	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R40	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R41	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R42	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00
R43	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R44	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00
R45	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00
R46	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R47	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00
R48	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R49	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R50	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R51	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R52	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R53	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R54	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R55	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

R56	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R57	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R58	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R59	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R60	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R61	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R62	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R63	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R64	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R65	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R66	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R67	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R68	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R69	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R70	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R71	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00
R72	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R73	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
R74	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R75	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R76	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00
R77	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R78	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R79	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R80	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R81	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00
R82	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00
R83	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R84	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R85	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
R86	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R87	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R88	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R89	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R90	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R91	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R92	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00
R93	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R94	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R95	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R96	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00

R97	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R98	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R99	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00
R100	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00

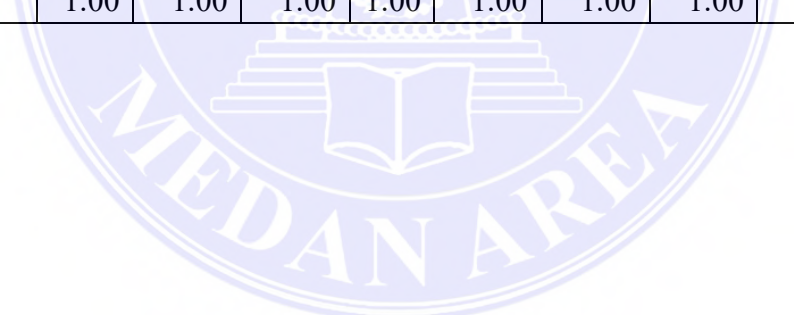


SKALA KEPUASAN KONSUMEN

Aitem	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
Subjek										
R1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R2	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R5	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R6	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R7	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R8	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R9	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R10	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R11	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00
R12	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R13	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R14	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R15	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R16	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R17	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R18	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R19	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R20	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R21	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R22	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R23	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R24	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R26	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R27	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R28	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00
R29	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R31	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R32	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R33	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R34	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R35	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R36	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R37	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

R38	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R39	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R40	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R41	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R42	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R43	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R44	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R45	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R46	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R47	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00
R48	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R49	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R50	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R51	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R52	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R53	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R54	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R55	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R56	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R57	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R58	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R59	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R60	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R61	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R62	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R63	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R64	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R65	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R66	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R67	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R68	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R69	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R70	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R71	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R72	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R73	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R74	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R75	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R77	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R78	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

R79	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R80	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R81	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R82	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
R83	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R84	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R85	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R86	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R87	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R88	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R89	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R90	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R91	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R92	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00
R93	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
R94	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R95	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R96	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R97	0.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00
R98	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
R99	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
R100	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00





LAMPIRAN C
UJI COCHRAN Q TEST

Cochran Q Test (tahap pertama)

Frequencies		
Value		
	0	1
P01	15	35
P02	15	35
P03	14	36
P04	11	39
P05	11	39
P06	11	39
P07	15	35
P08	39	11
P09	29	21
P10	14	36
P11	11	39
P12	4	46
P13	24	26
P14	11	39
P15	28	22

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	119,924 ^a
Df	14
Asymp. Sig.	,000

Cochran Q Test (tahap kedua)

Frequencies		
Value		
	0	1
P01	15	35
P02	15	35

P03	14	36
P04	11	39
P05	11	39
P06	11	39
P07	15	35
P09	29	21
P10	14	36
P11	11	39
P12	4	46
P13	24	26
P14	11	39
P15	28	22

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	71,128 ^a
Df	13
Asymp. Sig.	,000

Cochran Q Test (tahap ketiga)

Frequencies		
	Value	
	0	1
P01	15	35
P02	15	35
P03	14	36
P04	11	39
P05	11	39
P06	11	39
P07	15	35
P10	14	36
P11	11	39
P12	4	46
P13	24	26

P14	11	39
P15	28	22

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	50,302 ^a
Df	12
Asymp. Sig.	,000

Cochran Q Test (tahap keempat)

Frequencies		
	Value	
	0	1
P01	15	35
P02	15	35
P03	14	36
P04	11	39
P05	11	39
P06	11	39
P07	15	35
P10	14	36
P11	11	39
P12	4	46
P13	24	26
P14	11	39

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	28,898 ^a
Df	11
Asymp. Sig.	,002

Cochran Q Test (tahap kelima)

Frequencies		
Value		
	0	1
P01	15	35
P02	15	35
P03	14	36
P04	11	39
P05	11	39
P06	11	39
P07	15	35
P10	14	36
P11	11	39
P12	4	46
P14	11	39

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	13,652 ^a
Df	10
Asymp. Sig.	,189



Reliability**Skala Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)**

Case Processing Summary			
Cases		N	%
	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

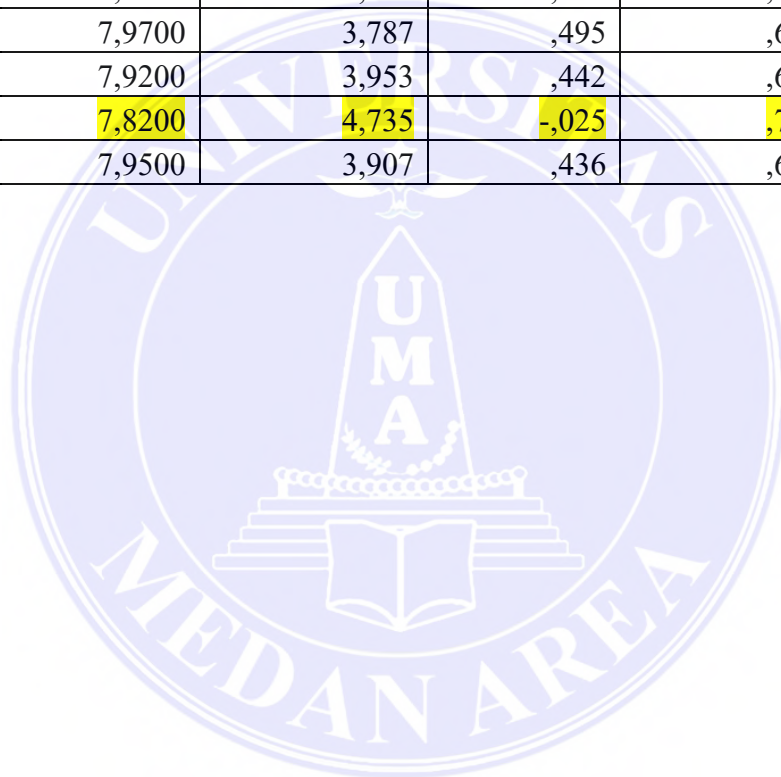
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,688	11

Validitas**Skala Kualitas Pelayanan (*service quality*)**

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
P01	,7500	,43519	100
P02	,8000	,40202	100
P03	,7400	,44084	100
P04	,7900	,40936	100
P05	,8200	,38612	100
P06	,7900	,40936	100
P07	,7500	,43519	100
P08	,3200	,46883	100
P09	,5500	,50000	100
P10	,7700	,42295	100
P11	,8200	,38612	100
P12	,9200	,27266	100
P13	,6300	,48524	100
P14	,7900	,40936	100
P15	,5300	,50161	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	7,9900	3,909	,396	,656
P02	7,9400	4,360	,154	,696
P03	8,0000	4,424	,087	,711
P04	7,9500	3,907	,436	,650
P05	7,9200	3,953	,442	,650
P06	7,9500	3,907	,436	,650
P07	7,9900	3,970	,358	,663
P10	7,9700	3,787	,495	,639
P11	7,9200	3,953	,442	,650
P12	7,8200	4,735	-,025	,709
P14	7,9500	3,907	,436	,650



Reliability

Scale : Skala Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary			
Cases		N	%
	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,856	10

Validitas

Skala Kepuasan Konsumen

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
P01	,8200	,38612	100
P02	,7900	,40936	100
P03	,7900	,40936	100
P04	,8200	,38612	100
P05	,8200	,38612	100
P06	,8200	,38612	100
P07	,9800	,14071	100
P08	,9400	,23868	100
P09	,8200	,38612	100
P10	,9200	,27266	100

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	7,7000	3,889	,870	,812
P02	7,7300	4,563	,362	,863

P03	7,7300	4,563	,362	,863
P04	7,7000	3,889	,870	,812
P05	7,7000	3,889	,870	,812
P06	7,7000	3,889	,870	,812
P07	7,5400	5,200	,223	,863
P08	7,5800	5,034	,254	,862
P09	7,7000	3,889	,870	,812
P10	7,6000	5,333	-,035	,881



DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081



LAMPIRAN E

UJI NORMALITAS

UJI NORMALITAS

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	13,652 ^a
Df	10
Asymp. Sig.	,189

Tabel Chi Square

V	α (alpha)									
	0,995	0,99	0,975	0,95	0,9	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	0,0000	0,0002	0,0010	0,0039	0,0158	2,7055	3,8415	5,0239	6,6349	7,8794
2	0,0100	0,0201	0,0506	0,1026	0,2107	4,6052	5,9915	7,3778	9,2103	10,5966
3	0,0717	0,1148	0,2158	0,3518	0,5844	6,2514	7,8147	9,3484	11,3449	12,8382
4	0,2070	0,2971	0,4844	0,7107	1,0636	7,7794	9,4877	11,1433	13,2767	14,8603
5	0,4117	0,5543	0,8312	1,1455	1,6103	9,2364	11,0705	12,8325	15,0863	16,7496
6	0,6757	0,8721	1,2373	1,6354	2,2041	10,6446	12,5916	14,4494	16,8119	18,5476
7	0,9893	1,2390	1,6899	2,1673	2,8331	12,0170	14,0671	16,0128	18,4753	20,2777
8	1,3444	1,6465	2,1797	2,7326	3,4895	13,3616	15,5073	17,5345	20,0902	21,9550
9	1,7349	2,0879	2,7004	3,3251	4,1682	14,6837	16,9190	19,0228	21,6660	23,5894
10	2,1559	2,5582	3,2470	3,9403	4,8652	15,9872	18,3070	20,4832	23,2093	25,1882
11	2,6032	3,0535	3,8157	4,5748	5,5778	17,2750	19,6751	21,9200	24,7250	26,7568
12	3,0738	3,5706	4,4038	5,2260	6,3038	18,5493	21,0261	23,3367	26,2170	28,2995
13	3,5650	4,1069	5,0088	5,8919	7,0415	19,8119	22,3620	24,7356	27,6882	29,8195
14	4,0747	4,6604	5,6287	6,5706	7,7895	21,0641	23,6848	26,1189	29,1412	31,3193
15	4,6009	5,2293	6,2621	7,2609	8,5468	22,3071	24,9958	27,4884	30,5779	32,8013
16	5,1422	5,8122	6,9077	7,9616	9,3122	23,5418	26,2962	28,8454	31,9999	34,2672
17	5,6972	6,4078	7,5642	8,6718	10,0852	24,7690	27,5871	30,1910	33,4087	35,7185



UJI LINEARITAS

Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Konsumen	11	100,0%	0	0,0%	11	100,0%

Report			
Kualitas Pelayanan			
Kepuasan Konsumen	Mean	N	Std. Deviation
79,00	77,0000	2	4,24264
82,00	80,3333	6	6,31401
92,00	79,0000	1	.
94,00	82,0000	1	.
98,00	77,0000	1	.
Total	79,4545	11	4,96716

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Konsumen	Between Groups	(Combined)	29,394	4	7,348	,203	,928
		Linearity	,005	1	,005	,000	,991
		Deviation from Linearity	29,389	3	9,796	,270	,845
	Within Groups		217,333	6	36,222		
Total			246,727	10			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kualitas Pelayanan * Kepuasan Konsumen	,004	,000	,345	,119

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kualitaspelayanan	100	0	8	6,28	2,030
kepuasankonsumen	100	0	9	7,60	2,309
Valid N (listwise)	100				



HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITAS PELAYANAN ^b	.	Enter

Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 ^a	,370	,364	1,84750

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

ANOVA^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196,463	1	196,463	57,559	,000 ^b
	Residual	334,497	98	3,413		
	Total	530,960	99			

- a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,482	,689		5,051	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,468	,062	,608	7,587	,000

- a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
T Distribution Table

α (1 tail)	0.05	0.025	0.01	0.005
α (2 tail)	0.1	0.05	0.02	0.01

Previous ColumnNext Column

95	1.6610	1.9852	2.3662	2.6286
96	1.6609	1.9850	2.3658	2.6280
97	1.6607	1.9847	2.3654	2.6275
98	1.6606	1.9845	2.3650	2.6269
99	1.6604	1.9842	2.3646	2.6264
100	1.6602	1.9840	2.3642	2.6259

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

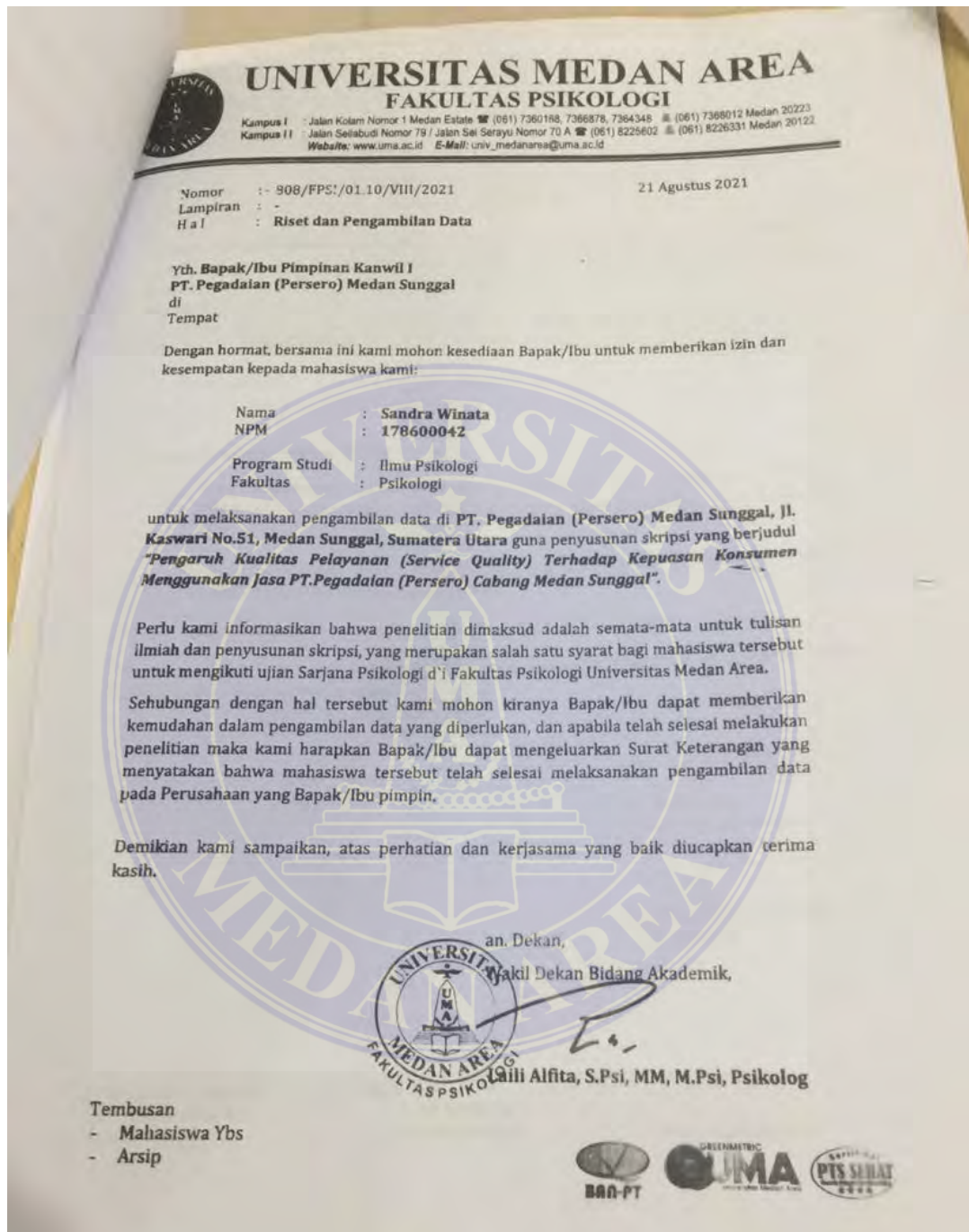
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kualitaspelayanan	100	0	8	6,28	2,030
kepuasankonsumen	100	0	9	7,60	2,309
Valid N (listwise)	100				

LAMPIRAN H
SURAT KETERANGAN BUKTI PENELITIAN





LAMPIRAN I

SURAT SELESAI PENELITIAN





SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Nomor 217/010104.03/2021

Bersama ini diberikan surat keterangan selesai **Riset / Pengambilan Data** tanggal 04 Oktober 2021 sesuai surat kami terdahulu No: 194/010104.03/2021 tanggal 26 Agustus 2021, perihal Persetujuan Pengambilan Data Mahasiswi Program Studi Ilmu Psikologi – Universitas Medan Area, untuk dan atas nama:

No.	Nama Mahasisi	NPM	Unit Kerja
1	Sandra Winata	178600042	Kanwil I Medan

dengan keterangan sebagai berikut :

1. Yang bersangkutan adalah benar telah melaksanakan Riset / Pengambilan Data di Pegadaian Cabang Sunggal terhitung mulai dari *tanggal 30 Agustus s/d 30 September 2021*.
2. Selama pelaksanaan Riset / Pengambilan Data, Sdri. Sandra Winata telah mematuhi peraturan yang berlaku di perusahaan kami.
3. Hasil pelaksanaan Riset / Pengambilan Data kami nyatakan **BAIK**.

Demikian Surat Keterangan Selesai Riset ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 04 Oktober 2021

PT. Pegadaian
Kantor Wilayah Medan


GOPHER MANURUNG
NIK. P.83503

PT Pegadaian – Kantor Wilayah I Medan
Jl. Pegadaian No. 112 T +62 614567247
Medan 20151 F +62 614566249

www.pegadaian.co.id