

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEGADAIAN (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa)

¹Oniansyah^{1*}, ²Nova Adhitya Ananda², ³Reza Muhammad Rizqi³

^{1*}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

³Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa

^{1*}email: Selikhabirdha@gmail.com

²email: Nova.adhitya.ananda@uts.ac.id

³email: reza.muhammad.rizqi@uts.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa dengan sampel sebanyak 100 orang. Instrument yang digunakan adalah kuisisioner dan alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 16. Jenis data yakni data primer yang diperoleh secara langsung melalui hasil penyebaran kuisisioner dengan penilaian skala *Likert* 1-4. Uji prasyarat meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas serta teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dan uji asumsi klasik yang digunakan yakni, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan secara bersama-sama kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Nasabah

Abstract

This study aim to analyze the effect of service and facility quality partially or simultaneously on customer's satisfaction. The populations in this study were all the customers of PT. Pegadaian Unit Seketeng, Sumbawa with 100 people as sample. The instrument was using questioner and the analysis tool was SPSS 16. This study using primary

data obtained through questioners result with Likert scale 1-4 estimation. Prerequisite tests consist of normality, multicollinearity and heteroscedasticity test. This study used multiple linear regression analysis techniques. The classic assumption tests was using partial test (t test), simultaneous test (f test), and coefficient of determination test. The result of this study shows that service quality variable effects on customer's satisfaction, facility variable have no effect on customer's satisfaction, and together both service quality and facility effects on customer's satisfaction.

Key words: service quality, facility, and customer's satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini, industri jasa mempunyai peranan yang penting dalam perekonomian baik nasional maupun internasional. Dengan kegiatan ekonomi yang semakin berkembang menyebabkan persaingan di industri jasa semakin ketat dan kompetitif. Para produsen diwajibkan menciptakan karya yang kreatif dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan nasabah agar tidak tertinggal. Salah satu keberhasilan perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dan *up-to-date* sehingga akan menambah nilai perusahaan di mata para konsumen. Salah satu lembaga jasa yang secara nyata menawarkan pelayanan kepada konsumen adalah lembaga keuangan yang selalu dituntut untuk memberikan pelayanan terhadap nasabah, dikarenakan kebutuhan nasabah yang semakin lama semakin bervariasi (Julius, 2016).

Dalam menanggapi kebutuhan penggunaan jasa, kualitas pelayanan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk memilih berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini. Dalam era perkembangan dan pertumbuhan yang begitu pesat menyebabkan masyarakat cenderung memilih perusahaan jasa yang aman dan terjangkau. Masyarakat akan

menuntut pelayanan dan fasilitas yang lebih baik sesuai dengan kebutuhannya (Julius, 2016).

Menurut (Tjiptono, 2014) pelayanan merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Berbagai macam bentuk pelayanan yang diberikan turut mempengaruhi kepuasan nasabah, dan timbal baliknya terhadap perusahaan. Nasabah akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan, ada beberapa hal yang perlu di perhatikan oleh perusahaan jasa, di antaranya kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada nasabah.

Menurut (Tjiptono, 2014) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh Karena itu fasilitas yang ada yaitu meliputi kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Fasilitas yang diberikan, misalnya tempat duduk untuk antrian, ac, wifi, tempat parkir dan toilet.

Perusahaan harus jeli dan mampu memberikan perhatian yang lebih kepada nasabahnya.

Pelayanan yang diberikan bermacam – macam mulai dari yang ringan sampai pelayanan yang tergolong berkelas. Tentu saja pelayanan diberikan harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan para nasabah, karena semakin berjalannya waktu banyak nasabah yang membutuhkan layanan jasa dan sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan jasa berlomba–lomba memberikan pelayanan yang terbaik dalam mendukung kemajuan perusahaan dan menjaga loyalitas konsumen (Julius, 2016). Salah satu perusahaan jasa yang ada di Indonesia adalah PT. Pegadaian.

PT. Pegadaian adalah salah satu lembaga keuangan Non-Bank milik Negara di Indonesia yang melakukan kredit kepada masyarakat dengan sistem gadai. PT. Pegadaian mempunyai aktifitas pembiayaan kebutuhan masyarakat, baik bersifat produktif maupun konsumtif, dengan menggunakan hukum gadai. Pegadaian memiliki beberapa pesaing seperti koperasi, BPR, serta bank – bank syariah. Berkembangnya industri syariah pada perbankan, asuransi, dan pasar modal ikut mendorong PT. Pegadaian membuka layanan gadai berbasis syariah dan bekerja sama dengan bank Muamalat (Tjiptono, 2012).

Sebagai sebuah lembaga yang menawarkan jasa, maka PT. Pegadaian harus mampu memberikan pelayanan yang optimal agar dapat menciptakan kepuasan nasabah. Menurut (Kotler, 2012) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi yang diharapkan terhadap kinerja yang dirasakan.

Dalam rangka peningkatan pelayanan dan fasilitas PT. Pegadaian Unit Seketeng secara menyeluruh sangat tidak mudah, dikarenakan tingkat kepuasan nasabah yang berbeda-beda, pegadaian terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan nasabah mendapatkan pelayanan yang terbaik.

Tabel 1.2 Data Nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng Tahun 2013–2018

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2013	14.000
2.	2014	14.990
3.	2015	12.650
4.	2016	17.090
5.	2017	10.460
6.	2018	9.850

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa jumlah nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng selama 6 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Dimulai dari tahun 2013 menuju tahun 2014 jumlah nasabah meningkat sebanyak 990, kemudian tahun 2015 mengalami penurunan sebanyak 2.340 nasabah. Dan pada tahun 2016 meningkat sebanyak 4.440 nasabah. Pada tahun 2017 dan 2018 nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng menurun sebanyak 6.630-7.240 nasabah. Penurunan jumlah nasabah di PT. Pegadaian ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, baik itu dari perusahaan pesaing yang mulai meningkatkan standar kualitas pelayanan, maupun fasilitasnya yang sudah mulai berbenah sehingga menyebabkan nasabah PT. Pegadaian unit seketeng berpindah.

Lokasi penelitian ini PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan

Sumbawa, sedangkan objek pada penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng ?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng ?

2. LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2012) kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat penting bagi perusahaan, karena dengan terpenuhinya kepuasan nasabah berarti perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah dengan maksimal. Pelayanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

Adapun indikator yang dipilih dalam penelitian ini, menurut (Parasuraman, et al, 2012) adalah sebagai berikut :

1. *Tangible* (bukti Fisik) : meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (kehandalan) : kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) : keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan) : mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko maupun keraguan.
5. *Empathy* : meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

2.2 Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2014) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh Karena itu fasilitas yang ada yaitu meliputi kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan nasabah secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi nasabah dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata nasabah.

Menurut (Tjiptono, 2014) ada enam indikator fasilitas, yaitu sebagai berikut :

1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3. Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hotspot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

4. Tata Cahaya dan Warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks,

serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5. Pesan-Pesan yang Disampaikan Secara Grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi (yang ditempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6. Unsur Pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti : tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, area yang luas yang selalu diperhatikan keamanannya.

2.3 Kepuasan Nasabah

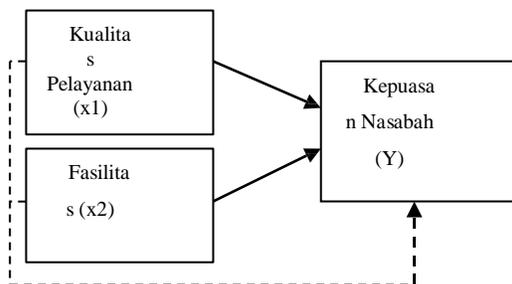
Menurut (Kotler & Keller, 2016) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian.

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep utama dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan utama bagi aktivitas bisnis. Kepuasan

nasabah berkontribusi pada pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono, 2012). Kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang berarti melakukan atau membuat,. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu yang memadai (Tjiptono, 2014).

2.4 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Keterangan :

- : Pengaruh Secara parsial
- - - → : Pengaruh secara simultan

Hipotesis Penelitian

- H₁ :Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng.
H₂ :Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng.
H₃ :Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng.

2.5 Definisi Operasional

Menurut (Sugiyono, 2017) Definisi operasional adalah penentuan sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti , sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara sama atau mengembangkan cara pengukuran yang lebih baik.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas.
2. Variabel Dependen yaitu kepuasan nasabah.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Asosiatif. Menurut Sugiyono, (2014) Pendekatan Asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh maupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode kuantitatif . Menurut (Sugiyono, 2017) Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang datanya berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa kuisisioner ke nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuisisioner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*Independent variable*) berpengaruh terhadap variabel terikat (*Dependent variable*).

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan jumlah nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, kemudian diperoleh sampel

sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus Uma Sekaran yang dapat mewakili keseluruhan jumlah populasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer.

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda menggunakan bantuan program SPSS. Teknik analisis data dalam penelitian ini ada 2 yaitu, dengan menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Mean		.0000000
Parameter Std. Deviation		2.11114966
Most Absolute		.087
Extreme Positive		.051
Differences Negative		-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.870
Asymp. Sig. (2-tailed)		.435

Sumber: Data Diolah Peneliti 2019

Berdasarkan tabel 4.1 diatas hasil uji Normalitas diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.435 lebih besar dari 0.05. dengan demikian data pada variabel tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.909	1.100	Tidak terjadi Multikolinearitas
Fasilitas	0.909	1.100	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber :Data diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari semua masing – masing variabel lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.441	1.070		2.282	.025
Kualitas pelayanan	-.034	.048	-.076	-.712	.478
Fasilitas	-.010	.060	-.018	-.168	.867

Sumber :Data diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari semua variabel bebas lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + B1X1 + B2X2 + \epsilon$$

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	8.188	1.840		4.450	.000
Kualitas pelayanan	.221	.082	.275	2.680	.009
Fasilitas	-.046	.103	-.046	-.451	.653

Sumber :Data diolah peneliti 2019

$$Y = 8.188 + 0.221x_1 - 0.046x_2 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda diatas dapat memberikan pengertian sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 8.188 menyatakan bahwa ketika nilai variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dianggap konstan, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 8.188.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu sebesar 0.221 menunjukkan apabila nilai kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan sementara variabel independen lainnya diasumsikan tetap, maka nilai kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.221 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi fasilitas bernilai sebesar -0.046. Hal ini menunjukkan bahwa apabila fasilitas mengalami peningkatan, maka kepuasan nasabah mengalami penurunan sebesar -0.046 dengan

asumsi bahwa variabel bebas lain bernilai tetap.

4.3 Uji Hipotesis

1. Uji T (parsial)

Tabel 4.5 Hasil Uji T (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	8.188	1.840		4.450	.000
Kualitas pelayanan	.221	.082	.275	2.680	.009
Fasilitas	-.046	.103	-.046	-.451	.653

Sumber :Data diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel di atas penjelasan masing-masing variabel independen terhadap kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan
 Hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung (2.680) > t tabel (1.984) dengan nilai signifikansi 0.009 < 0.05 nilai probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.
- b. Variabel Fasilitas
 Hasil uji t diperoleh untuk variabel fasilitas menunjukkan nilai t hitung (-0.451) < t tabel (1.984) dengan nilai signifikansi sebesar

0.653 > 0.05. Maka dapat disimpulkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.6 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33.322	2	16.661	3.663	.029 ^a
	Residual	441.238	97	4.549		
	Total	474.560	99			

Sumber :Data diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai sig adalah sebesar 0.029 lebih kecil dari nilai probabilitas atau $0.029 < 0.05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas Pelayanan (X2) Secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.265 ^a	.070	.051	2.13280

Sumber :Data diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.051 yang menunjukkan bahwa model yang dibuat untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah

yaitu sebesar 5.1%, Sedangkan 94.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa. Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa, Semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa/produk PT. Pegadaian Unit Seketeng.
2. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng, yang ditunjukkan dengan koefisien negatif, artinya meskipun semakin tinggi/berkualitas Fasilitas yang dimiliki PT. Pegadaian Unit Seketeng belum tentu memiliki dampak terhadap Kepuasan nasabah.
3. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dapat dilihat dari hasil uji F dimana nilai sig lebih kecil daripada nilai probabilitas. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan dan fasilitas

secara bersama-sama
berpengaruh terhadap
kepuasan nasabah.

2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan,
maka peneliti memberikan beberapa
saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan penelitian ini
dapat menjadi bahan
referensi dan masukan untuk
penelitian selanjutnya.
Penelitian ini masih memiliki
banyak kekurangan, untuk
penelitian selanjutnya peneliti
menyarankan untuk
menambah jumlah variabel
bebas lainnya seperti Harga,
Promosi, dan lain – lain,
tentunya yang dapat
memberikan pengaruh yang
lebih besar terhadap
kepuasan nasabah dan
jumlah sampel diperbanyak
lagi untuk mendapatkan data
yang lebih akurat, sehingga
dapat mewakili keseluruhan
jumlah populasi. Serta
indikator yang digunakan
pada variabel kepuasan
nasabah (Y) dapat diganti
dengan indikator yang lain.
2. Bagi Perusahaan
Diharapkan agar tetap
menjaga dan meningkatkan
kualitas pelayanannya serta
menambah fasilitas seperti,
wifi, papan informasi,
menggunakan nomor antrian,
serta selalu menyediakan
sarana keluhan nasabah,
dan mengupayakan menjalin
komunikasi secara terus –
menerus kepada nasabah,
baik pada saat menjadi
nasabah maupun setelah
tidak lagi menjadi nasabah.

Dengan ini diharapkan akan
semakin meningkatkan
kepuasan nasabah dalam
usaha memberikan pelayanan
yang terbaik kepada nasabah,
sehingga nasabah mendapatkan
kepuasan tersendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, Yunus. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Narita Hotel Surabaya)*.
- Firdanila, Fiara. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Al-Qobah Pusri*. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Patah Palembang.
- Ghazali dan Zikmund. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2.1*, Edisi. Ketujuh, Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Julius, Yudi. (2016). *Manajemen Pemasaran (Mode Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kevin Simon. (2016). *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol.1 No.3
- Kotler, Philip. (2012). *Principles of Marketing*, Edisi Horison Edition, England.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. INDEKS Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurmandika Rahman, Diandris. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan*

- Konsumen (Studi Kasus pada Pemancingan Ngerembel Asri Gunung Pati Semarang).*
- Parasuraman, A. V. A Zeithaml, dan L. L Berry. (2012). *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions or Service Quality, Journal of Retailing*. Vol 64 No. 1.
- Pemerintah Indonesia. (2000). *Undang-undang Hukum Perdata (KUHP) Pasal 1150 Bab 20 tentang Gadai*. Kitab Undang-undang Tahun 2000. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Portal Resmi PT. Pegadaian, <http://www.pegadaian.co.id> akses 19 Februari 2019 pukul 16:35 WIB
- Sekaran, Uma. (2016) *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat. Jakarta.
- Selvia Umayya, Ika. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga da Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Dokter Gigi Eka Adhayani Aksara*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Suharsimi, Arikunto. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukma Hidayat, Ahmad. (2017). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conferece Center*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*, Andi Offest, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa(Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, Andi Offest, Yogyakarta.
- Usman dan Triandaru. (2012). *Hukum Jaminan*. Semarang: Fakultas Hukum Undip Semarang.