
ANALISIS HUBUNGAN PELAYANAN OPTIMAL DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PEGADAIAN CP SUKOHARJO

Febrianto Prabowo¹, Zandra Dwanita Widodo², Abdullah Zailani³

Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

febriantoprabowo30@gmail.com¹, zandra.widodo@lecture.utp.ac.id²,

zailani.utp@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk menguji dan mengukur hubungan dan pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme, dan kepuasan menyeluruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. Kemudian untuk mengetahui variabel yang paling dominan hubungan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder melalui penyebaran kuesioner dan data-data keputusan. Populasi dalam penelitian pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo dengan mengambil sampel sebanyak 50 responden dengan Convenience Sampling. Memberi pelayanan yang baik merupakan sesuatu yang diharapkan oleh setiap pemberi pelayanan dan yang mendapat pelayanan. Apabila suatu perusahaan jasa dalam memikat konsumen tidak hati-hati, maka bisa berakibat konsumen akan meninggalkan perusahaan tersebut dan berpindah pada perusahaan lain yang dianggap lebih memuaskan pelanggannya. Dalam upaya memikat konsumen, perusahaan jasa harus lebih meningkatkan pelayanannya baik dalam mutu pelayanan, hasil pelayanan maupun hal-hal yang berhubungan dengan pelayanan itu secara langsung. Hasil penelitian ditemukan baik secara parsial maupun secara simultan terdapat hubungan dan pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan optimal yang terdiri dari daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme, dan kepuasan menyeluruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. Kemudian ditemukan pula bahwa daya tanggap pelayanan paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. Kepuasan nasabah/konsumen dapat dijelaskan oleh daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme, dan kepuasan menyeluruh pelayanan sebesar 85,70. Sedangkan sisanya 14,30% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar penelitian ini.

Kata Kunci: **Pelayanan Optimal, Kepuasan Pelanggan, PT Pegadaian CP Sukoharjo**

ABSTRACT

The purpose of this research was to test and measure the relationship and influence both partially and simultaneously on service responsiveness, transaction speed, service presence, professionalism, and overall service satisfaction on customer satisfaction at PT Pegadaian CP Sukoharjo. Then to find out the most dominant variable relationship and its influence on customer satisfaction at PT Pegadaian CP Sukoharjo. This research uses quantitative methods by collecting primary and secondary data through distributing questionnaires and literature data. The population in the customer research at PT Pegadaian CP Sukoharjo took a sample of 50 respondents with Convenience Sampling. Providing good service is something that is expected by every service provider and those who receive service. If a service company is not careful in attracting consumers, it can result in consumers leaving the company and moving to other companies that are considered more satisfying to their customers. In an effort to attract consumers, service companies must further improve their services both in service quality, service results and matters related to the service directly. The results of the study found that both partially and simultaneously there is a significant positive relationship and influence of optimal service quality consisting of service responsiveness, transaction speed, service presence, professionalism, and overall service satisfaction on

customer satisfaction at PT Pegadaian CP Sukoharjo. Then it was also found that service responsiveness had the most dominant influence on customer satisfaction at PT Pegadaian CP Sukoharjo. Customer/consumer satisfaction can be explained by service responsiveness, transaction speed, service presence, professionalism, and overall service satisfaction of 85.70. While the remaining 14.30% is explained by other variables outside of this study.

Keywords: Optimal Service, Customer Satisfaction, PT Pegadaian CP Sukoharjo

PENDAHULUAN

Memberi pelayanan yang baik merupakan sesuatu yang diharapkan oleh setiap pemberi pelayanan dan yang mendapat pelayanan. Hal ini merupakan hubungan timbal balik dimana pemberi pelayanan memberikan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan menjadi pelanggan yang baik pula. Hubungan ini akan selalu terjadi pada setiap perusahaan, terutama pada perusahaan yang mempunyai orientasi pada sektor jasa. Menurut pendapat Kotler (2014) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa pelayanan. Berdasarkan pendapat dari Yamit (2015) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Supranto (2014) ada lima aspek kepuasan konsumen yaitu : Ketanggapan pelayanan (responsiveness of service), Kecepatan transaksi (speed of transaction), Keberadaan pelayanan (availability of service), Profesionalisme (Professionalism), Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (over all statisfaction with service).

Pengusaha harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pada konsumen agar merasa tertarik dan senang dalam melakukan pembelian atau transaksi. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan. Semakin bagus dalam memuaskan pelanggan pada perusahaan maka semakin besar pula loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang dikarenakan oleh kepuasan pelanggan yang dirasakan, (Setjiawan & Edwin, 2014). Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Bagi Wyckoff, et al., (2019) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Parasuraman, et al., dalam Lupiyoadi (2017) mengemukakan bahwa “Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.

Pelayanan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya bervariasi. Pelayanan yang baik akan besar pengaruhnya terhadap peningkatan pelanggan, akan tetapi pelayanan yang kurang baik mengakibatkan sebagian masyarakat yang menjadi pelanggannya menjadi malas, sehingga loyalitas dari pelanggan akan dapat terganggu, di mana pelanggan akan dapat meninggalkan perusahaan tersebut dan berpindah pada perusahaan yang lain. Hal ini diakibatkan adanya persaingan yang ketat di dalam dunia bisnis sekarang ini. Kepercayaan pelanggan bisa diwujudkan dengan cara kepuasan pelanggan, maka pelanggan terus melakukan bisnis dengan perusahaan. Kepuasan pelanggan terpenuhi ketika mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan, semakin tinggi loyalitas pelanggan, (Gultom et al., 2020). Apabila suatu perusahaan jasa dalam memikat konsumen tidak hati-hati, maka bisa berakibat konsumen akan meninggalkan perusahaan tersebut dan berpindah pada perusahaan lain yang dianggap lebih memuaskan pelanggannya. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Menurut Tjiptono (2014) Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk.

Berdasarkan pendapat dari George D. Halsey (2016) salah satu alternatif untuk mengurangi pelayanan yang kurang baik adalah dengan jalan memberikan pengarahan kepada para pegawainya agar memberikan pelayanan yang cepat dan baik kepada para pelanggannya. Dalam merencanakan pemberian pengarahan kepada karyawan ini tidak dapat dilakukan dengan mudah, karena perlu juga dipertimbangkan berbagai tambahan biaya yang akan timbul karena adanya rencana pemberian pengarahan tersebut, karena orientasi suatu perusahaan jasa adalah mendapatkan keuntungan yang maksimal dan memberikan pelayanan yang optimal. Oleh sebab itu diperlukan alat analisa untuk menentukan apakah dengan memperhitungkan kedatangan dan pelayanan terhadap pelanggan atau dengan penambahan channel baru perusahaan dalam kondisi yang optimal. Dengan terdapatnya pengukuran produktivitas kerja secara maksimal diharapkan dapat adanya perkembangan di bidang pelayanan maupun produksi dalam perusahaan, (Rauuf et al., 2022)

Kualitas pelayanan juga berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan, yang mendorong pelanggan untuk mencari hubungan yang kuat dengan perusahaan, (Subawa & Sulistyawati, 2020). PT. Pegadaian CP Sukoharjo yang memberikan pelayanan langsung kepada para nasabah. Berupa melaksanakan tugas secara efektif dan efisien, serta memperhatikan kebutuhan nasabah. Serta perusahaan mengontrol kedisiplinan pekerjanya dalam hal kedatangan dan bekerja, (Zandra et al., 2022). Kesiapan pegawai selain berbekal pendidikan dan latihan juga diperlukan penguasaan tentang teknik-teknik pelayanan, sehingga masyarakat atau nasabah merasa puas dan perusahaan tidak dirugikan. Sebaliknya pegawai yang dalam melaksanakan tugasnya tidak berbekal

pendidikan dan latihan, serta tidak menguasai tekni-teknik pelayanan akan mengakibatkan ketidakpuasan dari nasabah dan pendapatan perusahaan tidak optimal. Perusahaan harus menjaga kualitas pelayanan yang ditawarkannya lebih tinggi dari pesaing dan lebih efisien dari yang dibayangkan konsumen, sebuah bisnis harus bisa paham akan kebutuhan serta keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan, (Heni & Nisa, 2018). Kondisi ini perlu diupayakan yaitu dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia terhadap pekerjaan pada bidangnya. Kinerja karyawan dalam suatu perusahaan menuntut karyawan agar melaksanakan apa yang menjadi tugas serta tanggung jawabnya. Tugas yang diberikan melihat dari indikator keberhasilan yang ditentukan dari tempat kerja, (Lotu et al., 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada PT. Pegadaian CP Sukoharjo, ditemukan adanya masalah yang berkaitan dengan kurang tercapainya kepuasan nasabah. Hal tersebut ditandai oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Masih adanya harapan nasabah yang tidak sesuai dengan barang yang diinginkan, seperti:- nilai taksiran barang sebagai agunan atau jaminan tidak sesuai dengan nilai pasar, dan - Realisasi dana yang diterima tidak sesuai dengan yang diajukan oleh nasabah.
2. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan seharusnya 10 menit, namun pada kenyataannya 30 menit atau lebih.

Masalah tersebut di atas diduga diakibatkan oleh kurang optimalnya kualitas pelayanan di PT. Pegadaian CP Sukoharjo, yang terlihat dari kurangnya daya tanggap, dan kecepatan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Kurangnya keberadaan pe-layanan yang tidak memadai dan tidak profesionalisme karyawan dalam mem-bantu para nasabah.

Berdasarkan pemaparan di atas, nampak begitu pentingnya pelayanan sebuah pegadaian agar dapat menciptakan kepuasan pelanggannya.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji dan mengukur hubungan dan pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme, dan kepuasan menyeluruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 2) Untuk mengetahui faktor yang paling dominan hubungan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan tinjauan pustaka yang diuraikan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan daya tanggap pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kecepatan transaksi terhadap kepuasan pelanggan.

-
- Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan keberadaan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan profesionalisme
- Hipotesis 5 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan menyeluruh dengan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- Hipotesis 6 : Faktor daya tanggap pelayanan paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
- Hipotesis 7 : Daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan..

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Data yang diambil merupakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan pada saat melalui penyebaran kuesioner yang secara langsung diberikan kepada responden. Serta data sekunder didapatkan melalui data-data dokumen yang diperoleh dari penelitian. Kemudian metode dalam pengumpulan data ini yaitu melalui penyebaran kuesioner, pengukuran digunakan metode Likerts Summated Ratings (LSR), dengan alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban. serta melalui data-data dokumen yang didapatkan pada penelitian. Menurut Sugiyono (2013) kuesioner adalah pengumpulan data-data yang didapatkan dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pernyataan yang terstruktur sistematis dalam satu bagian kepada responden. Penelitian ini dalam metode analisis datanya menggunakan pengujian yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji regresi linier berganda, uji hipotesis.

Penelitian dilakukan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo dengan subjek penelitian adalah nasabah perusahaan. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 50 nasabah, dengan Convenience Sampling. Variabel independent yaitu tanggap pelayanan (X_1), kecepatan transaksi (X_2), keberadaan pelayanan (X_3), profesionalisme (X_4), kepuasan menyeluruh (X_5). Sedangkan variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan (Y)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan pada uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas diketahui bahwa tiap item pertanyaan valid dan reliabel memenuhi syarat untuk pengujian selanjutnya.

Uji Prasyarat Analisis/ Uji asumsi klasik

Telah lolos uji prasyarat analisis oleh karena itu layak untuk memprediksi analisis berikutnya.

Hasil Uji Korelasi Bivariat

Koefisien korelasi berganda (R) = 0,934

Koefisien korelasi Parsial (individual) ;

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Daya Tanggap Pelayanan $r_1 = 0,858$

Hhubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kecepatan Transaksi $r_2 = 0,778$

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Keberadaan Pelayanan $r_3 = 0,833$

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Profesionalisme $r_4 = 0,823$

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kepuasan Menyeluruh) $r_5 = 0,761$.

Berdasarkan nilai koefisien korelasi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa secara bersama-sama variabel daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh mempunyai hubungan yang sangat kuat (R = 0,934) dengan kepuasan pelanggan, Sedangkan pada koefisien korelasi secara parsial (yaitu dianalisis secara sendiri-sendiri) diketahui bahwa daya tanggap pelayanan mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan sangat kuat ($r_1 = 0,803$), kecepatan transaksi mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan kuat ($r_3 = 0,790$), keberadaan pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan kuat ($r_3 = 0,800$) dan profesionalisme pegawai mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori kuat ($r_2 = 0,798$).

Uji Regresi Linier Berganda

a. Hasil uji regresi diperoleh disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2,520	1,389		-1,813	,077
	Daya Tanggap Pelayanan	,225	,105	,241	2,141	,038
	Kecepatan Transaksi	,230	,085	,218	2,697	,010*
	Keberadaan Pelayanan	,230	,100	,227	2,297	,026*
	Profesionalisme	,204	,096	,209	2,127	,039*
	Kepuasan Menyeluruh	,223	,102	,177	2,190	,034*

^a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Olahan SPSS 2022 (lampiran 19)
Keterangan : *p < 0,05, **p < 0,01

Berdasarkan pada Tabel 1 di atas dapat ditentukan persamaan regresi sebagai berikut

:

$$Y = -2,520 + 0,225 X_1 + 0,230 X_2 + 0,230 X_3 + 0,204 X_4 + 0,223 X_5 + e$$

Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 2.
Hasil Analisis Uji t (t Test)

		Coefficients ^a		
Model		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		-1,813	,077
	Daya Tanggap Pelayanan	,241	2,141	,038
	Kecepatan Transaksi	,218	2,697	,010
	Keberadaan Pelayanan	,227	2,297	,026
	Profesionalisme	,209	2,127	,039
	Kepuasan Menyeluruh	,177	2,190	,034

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber : Hasil Olahan SPSS 2022.]

Berdasarkan pada hasil uji t kelima variabel yaitu data tanggap pelayanan, kecepatan tran-saksi, keberadaan pelayanan, profesi-onalisme dan kepuasan mnyeluruh secara individual (parsial) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan dari pada variabel-variabel lainnya.

2) Uji F

Sekelompok variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, karena besarna F hitung = 54,941, dengan nilai sig sebesar 0,000, pada 1%.

3) Koefisien Determinasi

Besarnya adjusted koefisien determinasi adalah 0,857 yang me-nunjukkan bahwa kepuasan pelanggan/ nasabah dapat dijelaskan oleh data tanggappelayanan, kecepatan tran-saksi, keberadaan pelayanan, profesi-onalisme dan kepuasan mnyeluruh secara individual (parsial) berpengaruh sebesar 85,70%. Sedangkan sisanya 14,30% (100 – 85,70) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil analisis data yang penulis lakukan dan telah lolos dari uji prasyarat analisis atau asumsi klasik, maka dapat dilakukan pembahasan untuk masing-masing hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya sebagai berikut:

Pembahasan Hipotesis Pertama

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan daya tanggap pelayanan (responsiveness of service) terhadap kepuasan pelanggan. dengan uji t (lihat Tabel 2).

Berdasarkan pada analisis regresi, ditemukan bahwa variabel daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dari besarnya koefisien regresi yang bertanda positif yaitu 0,225, dengan nilai signifikansi 0,038. Artinya apabila daya tanggap pelayanan ditingkatkan

semakin baik, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan konsumen dengan anggapan faktor-faktor lainnya konstan.

Pembahasan Hipotesis Kedua

Untuk menguji hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kecepatan transaksi (speed of transaction) terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan uji t (lihat Tabel 2).

Pada persamaan regresi, ditemukan bahwa variabel kecepatan transaksi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari besarnya koefisien regresi yang bertanda positif yaitu 0,230. dengan nilai signifikansi 0,010. Artinya apabila kecepatan transaksi ditingkatkan akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan dengan anggapan faktor-faktor lainnya konstan.

Pembahasan Hipotesis Ketiga

Untuk menguji hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keberadaan pelayanan (availability of transaction) terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan uji t dengan hasil pengolahan data sebagaimana ada dalam Tabel 2.

Berdasarkan hasil analisis regresi, ditemukan bahwa variabel keberadaan pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari besarnya koefisien regresi yang bertanda positif yaitu 0,230, dengan nilai signifikansi 0,026. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila keberadaan pelayanan ditingkatkan bertambah baik, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan, dengan anggapan faktor-faktor lainnya konstan.

Pembahasan Hipotesis Keempat

Untuk menguji hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan profesionalisme (professionalism) terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan uji t dengan hasil pengolahan data sebagaimana ada dalam Tabel V.11.

Berdasarkan hasil analisis regresi, ditemukan bahwa variabel profesionalisme mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari besarnya koefisien regresi yang bertanda positif yaitu 0,204, dengan nilai signifikansi 0,039. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila profesionalisme ditingkatkan, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan, dengan anggapan faktor-faktor lainnya konstan.

Pembahasan Hipotesis Kelima

Untuk menguji hipotesis kelima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan menyeluruh terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan uji t dengan hasil pengolahan data sebagaimana ada dalam Tabel V.11.

Berdasarkan hasil analisis regresi, ditemukan bahwa variabel kepuasan menyeluruh mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari besarnya koefisien regresi yang bertanda positif yaitu 0,223, dengan nilai signifikansi 0,034. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila kepuasan menyeluruh ditingkatkan, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan, dengan anggapan faktor-faktor lainnya konstan.

Pembahasan Hipotesis keenam

Daya tanggap pelayanan paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa Pegadaian CP Sukoharjo. Dilihat dari nilai Standardized Coefficients Beta (SCB), ternyata variabel daya tanggap pelayanan memiliki SCB 0,241 tertinggi dibandingkan dengan nilai SCB variabel lain. Artinya bahwa variabel daya tanggap pelayanan paling dominan pengaruhnya terhadap naik turunnya kepuasan pelanggan.

Pembahasan Hipotesis Ketujuh

Hipotesis ketujuh yang berbunyi daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa ada pengaruh interaksi antara variabel daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh terjadi interaksi kearah yang lebih baik maka secara signifikan akan dapat meningkatkan kepuasan /pelanggankonsumen.

Selanjutnya, sejauhmana pengaruh daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh terhadap kepuasan konsumen dapat dijelaskan dengan koefisien determinasi atau Adjusted R square (R²) yaitu sebesar 0,857. Dengan demikian angka 0,857 menunjukkan hanya sekitar 85,70 % kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh. Sedangkan sisanya 14,30% dijelaskan oleh faktor-faktor lain, misalnya; kepercayaan, besar kecilnya penilaian jaminan dan tingkat bunga gadai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme, kepuasan menyeluruh mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. Serta variabel daya tanggap pelayanan pengaruhnya paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo.

Kemudian variabel daya tanggap pelayanan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan me-nyeluruh secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. Berdasarkan dari kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran kepada PT Pegadaian CP Sukoharjo antara lain:

Mengingat daya tanggap pelayanan paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah/ konsumen, maka daya tanggap harus dipertahankan, bila perlu ditingkatkan lebih baik lagi yaitu dengan meningkatkan kualitas kinerja pegawainya mengingat tujuan pelayanan publik yakni memberikan kepuasan kepada publik atau masyarakat. Mengingat kecepatan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Hendaknya keadaan ini tetap dipertahankan bila perlu ditingkatkan. Misalnya layanan pegadaian PT. Pegadaian CP Suko-harjo pun harus memiliki perkembangan layaknya perbankan yang saat ini sedang eksis sehingga dapat memudahkan nasabah dalam proses transaksinya. Keberadaan Pelayanan sangat membantu masyarakat sekitar pegadaian, oleh karena itu hendaknya PT. Pegadaian CP Sukoharjo selalu tepat waktu dalam hal jam operasionalnya (buka dan tutupnya kantor). Tidak mebeda-bedakan besar kecilnya nilai barang yang digadaikan oleh pelanggan. Perlunya profesionalisme kinerja pegawai, sehingga semua kebutuhan masyarakat yang menggadaikan dapat terlayani dengan baik. Untuk pelayanan menyeluruh hendaknya PT. Pegadaian CP Sukoharjo lebih meningkatkan kualitas pelayanan agar memberikan hasil yang cukup efektif terhadap kepuasan nasabah, seperti saat melakukan pelayanan pegawai tidak lupa menyebut nama nasabah, serta menyediakan lahan parkir yang cukup sehingga nasabah tidak merasa kesusahan saat memarkirkan kendaraannya dan memperbaiki jam pelayanan. Karena, kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- George D. Halsey. (2016). *Bagaimana Memimpin & Mengawasi Pegawai Anda*. Aksara Baru, Jakarta.
- Gultom, D. K., Muhammad, A., & Muhammad, F. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Heni, R., & Nisa, M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodmica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Kotler, P. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta.
- Lotu, N. A., Widodo, Z. D., & Sumarto, L. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Motivasi Kerja

Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Kelurahan Sudiroprajan.
Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 9(4), 703–712.

- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Rauuf, M. A., Adiyani, R., & Widodo, Z. D. (2022). Pengaruh Upah dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT . Delta Merlin Sandang Textile I Sragen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(4), 639–654.
- Setjiawan, Y. C., & Edwin, J. (2014). Pengaruh Kepuasan, Hambatan Berpindah dan Penyediaan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Novotel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–7.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. (2014). *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan, Untuk menaikkan Pangsa Pasar*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, quality & satisfaction*. (3rd ed.). Andi Offset.
- Wyckoff, Jerry, C., U., & Barbara. (2019). *Discipline without shouting and spanking*. s Meadowbrook, United State.
- Yamit, Z. (2015). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, penerbit: Ekonisia (1 Cetakan). Ekonesia, Yogyakarta.
- Zandra, D. W., Sri, W., Rini, A., Syahri, A. H., Darsono, & Abdullah, Z. (2022). PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 1, 2022. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX(4), 825–836.