

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA KREDIT TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PERUM PEGADAIAN CABANG  
MASOHI KABUPATEN MALUKU TENGAH**



Diajukan oleh ;

**DIDIYUDHO PRASETYO**

45 03 012 048

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS “ 45 “ MAKASSAR**

2008

## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA KREDIT  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA  
PERUM PEGADAIAN CABANG MASOHI MALUKU  
TENGAH

NAMA MAHASISWA : DIDYUDHO PRASETYO

NOMOR STAMBUK : 45 03 012 048

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN

TELAH DISETUJUI :

PEMBIMBING I



(HASANUDDIN R., SE., M.Si.)

PEMBIMBING II



(IRWAN L. GAFFAR, SE., M.Si.)

MENGETAHUI DAN MENGESAHKAN

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi pada Universitas "45" Makassar

DEKAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS "45"



(HAERUDDIN SALEH, SE., M.Si.)

KETUA JURUSAN MANAJEMEN



(MIAH SAID, SE., M.Si.)

Tanggal Pengesahan : ..... 2008

## HALAMAN PENERIMAAN

Hari / Tanggal : Sabtu, 23 Agustus 2008

Skripsi Atas Nama : Didi Yudho Prasetyo

No. Stambuk : 45 03 012 048

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen

### PANITIA UJIAN SKRIPSI

Pengawas Umum : Prof. DR. H. Abu Hamid  
(Rektor Univ. "45" Makassar)

Ketua : Haeruddin Saleh, SE., M.Si.  
(Dekan Fak. Ekonomi Univ. "45")

Sekretaris : Miah Said, SE., M.Si.

Anggota Penguji : 1. Haeruddin Saleh, SE., M.Si.

2. Herminawaty A., SE., MM.

3. Irwan L. Gaffar, SE., M.Si.

4. Miah Said, SE., M.Si.



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih penulis berikan kepada Bapak Irwan L. Gaffar SE, Msi dan Bapak Hassanuddin SE, Msi sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diuangkan untuk membimbing, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan penulis. Ibu Miah Said SE, Msi sebagai ketua jurusan manajemen yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis.

Ucapan terima kasih penulis berikan kepada Ibu Herminawati SE, Msi sebagai wakil dekan satu yang terus memberikan motivasi sebagai dukungan moril guna penyelesaian skripsi penulis. Terima kasih penulis kepada Bapak/Ibu selaku staff administrasi di fakultas ekonomi yang memberikan bantuan guna lancarnya proses administrasi penulis.

Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada Bapak Andi Alam SE sebagai pimpinan Perum Pegadaian cabang Masohi Kabupaten Maluku Tengah atas pemberian izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan beliau. Hal yang sama juga penulis sampaikan kepada Bapak/Ibu selaku staff di perum pegadaian yang telah memberikan andil yang sangat besar dalam pelaksanaan penelitian ini.

Terakhir, ucapan terima kasih penulis berikan kepada ayah dan ibu beserta saudara-saudari penulis atas bantuan, nasihat dan motivasi yang diberikan selama penulisan skripsi ini. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, 24 Agustus 2008

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENERIMAAN.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	v
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kerangka Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Jasa .....	7
a. Klasifikasi Jasa .....	8
b. Karakteristik Jasa .....	11
2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan Jasa .....	12
a. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa .....	13
2.1.3 Pengertian Nasabah .....	14
a. Kepuasan Nasabah .....	14
2.1.4 Pengertian Kepuasan Melalui Pendekatan	

Nilai Guna (Utility).....	15
2.1.5 Pengertian dan Fungsi Kredit .....	15
2.1.6 Pengertian Perusahaan Umum Pegadaian .....	17
2.1.7 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah .....	19
2.2 Kerangka Pikir Penelitian .....	21
2.3 Hipotesis .....	22
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Daerah Penelitian .....	23
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3.1 Jenis Data .....	24
3.3.2 Sumber Data .....	25
3.4 Analisis Data .....	25
3.4.1 Defenisi Operasional .....	26
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	28
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	28
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	28
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	30
4.1.3 Fungsi dan Wewenang Personil Perusahaan .....	35
4.1.4 Prosedur dan Mekanisme Kerja Perkreditan .....	38
4.2 Kinerja Perum Pegadaian Cabang Masohi .....	44

4.3 Strategi Pelayanan Jasa Kredit Pada Perum Pegadaian Cabang Masohi, Kabupaten Maluku Tengah .....	48
4.4 Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Kredit Perum Pegadaian Cabang Masohi .....	49
4.5 Analisis Kuantitatif Regresi Linear Berganda .....	51
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran .....	56

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1. Perkembangan Jumlah Nasabah Dan Nilai Penyaluran Kredit Perum Pegadaian Cabang Masohi .....	47
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden....	49
Table 4.3. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Menurut Lamanya Menjadi Nasabah .....	50
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Menurut Status Responden .....	51
Tabel 4.6. Hasil Analisis Regresi Berganda .....	52

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun-tahun terakhir, peningkatan kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan semakin mendapatkan banyak perhatian bagi perusahaan. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang baik maka dapat menimbulkan suatu kepuasan konsumen, dan berkemungkinan besar menarik konsumen baru. Konsumen yang telah terlayani dengan baik pada suatu produk jasa juga dapat diartikan konsumen tersebut merasa terpuaskan kebutuhan sehingga melakukan pembelian lebih dari sekali. Hal tersebut sangat menguntungkan perusahaan, karena melauai terpenuhinya kebutuhan konsumen, konsumen tidak akan melirik perusahaan lain dalam proses pemenuhan kepuasan tersebut, kemungkinan besar terjadi promosi gratis dalam bentuk *word of mouth* yang dilakukan oleh konsumen yang telah puas kepada konsumen lainnya.

Mengapa penting sekali untuk memuaskan pelanggan sasaran? Karena penjualan perusahaan tiap-tiap periode berasal dari dua kelompok yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama yang membeli ulang. Diperkirakan bahwa biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dibandingkan biaya untuk menyenangkan pelanggan yang sudah ada (Kotler, 2000 : 25).

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut parasuraman yang dikutip oleh Siamora (2001 : 186) meliputi keandalan (*reliability*), berwujud (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Perum Pegadaian Cabang Masohi sebagai salah satu lembaga keuangan non bank memberikan pelayanan kredit gadai cepat kepada para nasabahnya dengan hanya menyerahkan harta bergerak sebagai jaminan/agunan barang-barang seperti emas, berlian, kendaraan dan barang-barang berharga lainnya.

Perum pegadaian Cabang Masohi sebagai salah satu bentuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga perlu memperhatikan lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan indikator oleh para nasabahnya dalam menilai apakah jasa tersebut berkualitas atau tidak, dengan harapan perum tersebut tetap *exist* dan semakin berkembang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka rumusan masalah yang diangkat yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh pelayanan jasa kredit dari variabel berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian ?
2. Variabel kualitas pelayanan jasa kredit manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan Nasabah Perum Pegadaian ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan jasa kredit yang terdiri dari variabel berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian Masohi ?
2. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah Perum Pegadaian ?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai wahana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di

Perguruan Tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa.

2. Bagi Perusahaan

“Jasa merupakan suatu aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangible yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik.

Dari kesemua uraian defenisi tentang jasa tersebut, Zeithaml dan Bitner dalam Yasid (2003 : 3) mencoba merangkum dan mendefinisikan jasa sebagai berikut :

“Jasa adalah mencakup semua aktivitas yang outputnya berbentuk fisik yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi pembeli pertamanya”.

#### **a. Klasifikasi Jasa**

Banyak pakar yang melakukan klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar perbedaan yang disesuaikan dengan sudut pandangnya masing-masing.

Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2000 : 8) mengklasifikasikan jasa dalam tujuh kriteria, yaitu :

##### **1. Segmen pasar**

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misalnya taksi, asuransi jiwa, pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultan hukum).

##### **2. Tingkat Keberwujudan**

dengan orang banyak (misalnya kesopanan, keramahan, komunikatif). Sebaliknya pada jasa yang tingkat kontak dengan pelanggannya rendah, justru keahlian teknis karyawan paling penting.

#### **b. Karakteristik Jasa**

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Mengutip dari Fandi Tjiptono (2000:15) Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik pada jasa tersebut meliputi :

##### **1. *Intangible* (tidak berwujud)**

Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Konsep penting dari *intangible* adalah nilai yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

##### **2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)**

Jasa bersifat *Inseparability*, artinya bahwa dalam memasarkan jasa interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa, keduanya mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Efektifitas individu dalam menyampaikan jasa (*contact-personal*) merupakan unsur terpenting. Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

##### **3. *Variability* (variabilitas)**

Jasa bersifat variabel karena merupakan nonstandardized-output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

#### 4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Dengan demikian bila jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

#### 2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan Jasa

Pelayanan menurut kamus besar bahasa Indonesia (Tim Prima Pena) berasal dari kata *laya*, melayani yang berarti membantu, mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang. Jasa adalah tindakan yang baik dan berguna bagi orang, kelompok masyarakat bangsa dan negara. Sedangkan kualitas berarti kadar, mutu, tentang baik buruknya sesuatu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa adalah kadar atau mutu serangkaian kegiatan yang dirancang sedemikian rupa guna membantu atau menguruskan segala keperluan yang berguna bagi perorangan maupun perusahaan.

Defenisi kualitas menurut William E. Deming dalam Tjiptono (2002 : 20) adalah suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah sesuai dengan pasar. Jadi kualitas menurut pandangan William E Deming merupakan suatu tingkat dimana baik tidaknya tingkatan tersebut dilihat dari penetapan biaya yang rendah ketergantungan biaya yang dikeluarkan, maka tingkatannya akan semakin baik. Selain itu juga dilihat dari apakah produk tersebut dapat diterima atau tidak dalam suatu pasar.

Pengertian kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam rambat (2001 : 148) adalah sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Defenisi diatas memberi indikasi bahwa orientasi pemaaran telah bergeser dari *Seller's market* menjadi *buyer' market*. Hal ini disebabkan adanya perubahan-perubahan :

1. Perkembangan teknologi yang pesat
2. Persaingan bisnis yang semakin ketat
3. Pelanggan/nasabah yang makin terdidik
4. Adanya pergeseran pandangan mengenai kualitas

#### **a. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa**

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2000 : 82) lima dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliability* (keandalan)  
Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan..
2. *Responsiveness* (ketanggapan)  
Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
3. *Empathy* (empati)  
Yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan)

Yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan-raguan.

##### 5. *Tangible* (Keberwujudan)

Yaitu fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil dan sarana komunikasi.

### 2.1.3 Pengertian Nasabah

Nasabah merupakan subyek yang dinamis dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam dirinya maupun faktor-faktor eksternal diluar dirinya. Respon dan tindakan nasabah timbul oleh persepsi dan harapan terhadap rangsangan baik dari dalam maupun dari luar dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan.

Menurut tjiptono (1996:7) Pelanggan atau nasabah adalah orang atau pihak yang dilayani kebutuhannya, sehingga siapa saja bisa menjadi pelanggan, tergantung pada situasinya.

Secara umum dapatlah dikatakan bahwa nasabah adalah orang yang ingin dilayani kebutuhannya sesuai dengan harapannya.

#### a. Kepuasan Nasabah

Kepuasan seseorang pada dasarnya bersifat individual (Aa'ad, 1991 :102). Kepuasan seseorang dapat bergantung pada perbedaan antara apa yang diharapkan dengan persepsinya (*discrepancy theory*), dapat juga merupakan perbedaan perbedaan antara keadaan dan tidaknya terhadap suatu situasi (*Equity Theory*), atau merupakan dua hal yang berbeda antara kepuasan dan ketidak puasan seseorang, dimana terdapat adanya faktor-faktor pemuasan dan faktor-faktor *Hygiene* (*two factors theory*).

atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Menurut Achmad Anwar (2000 : 14) bahwa :

“Kredit adalah suatu pemberian prestasi oleh suatu pihak kepada pihak yang lain dan prestasi (jasa) itu akan dikembalikan lagi pada waktu tertentu pada masa yang akan datang dengan disertai suatu kontra prestasi (balas jasa) yang berupa bunga. “

Menurut Sartono (2000 : 6 ) bahwa :

“Kredit adalah merupakan transaksi antara pihak dimana pihak pertama (I) disebut kreditor menyediakan sumber uang dengan janji bahwa pihak kedua (II) yang disebut debitur yang akan membayarnya kembali pada waktu yang telah ditentukan.”  
Selanjutnya pengertian kredit yang dikemukakan oleh Simorangkir (2000 : 10) bahwa : “ Kredit adalah pemberian prestasi (misalnya uang, barang) dengan balas prestasi (kontra prestasi) akan terjadi pada waktu mendatang”.

Berdasarkan uraian pengertian diatas maka dapat ditelusuri unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian fasilitas kredit yakni :

1. kepercayaan, merupakan suatu keyakinan bagi si pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan benar-benar diterima kembali di masa yang akan datang sesuai dengan jangka waktu kredit.
2. kesepakatan, yaitu perjanjian antara si pemberi kredit kepada si penerima yang dituangkan ke dalam akta kredit dimana di dalamnya memuat hak dan kewajibannya masing-masing dan ditanda tangani oleh kedua belah pihak sebelum kredit tersebut dikucurkan.

3. Jangka waktu, yaitu balas jasa masa pengembalian angsuran kredit yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, sehingga pada kondisi tertentu jangka waktu ini dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan.
4. Resiko, yaitu akibat yang ditimbulkan karena adanya tenggang waktu pengembalian kredit, yang akan memungkinkan tidak tertagihnya atau macetnya pemberian suatu kredit.
5. Balas jasa, yaitu keuntungan atau pendapatan atas pemberian suatu kredit. Pada bank konvensional balas jasa dikenal dengan nama bunga dan juga membebankan pada krediturnya biaya administrasi kredit yang merupakan keuntungan, sedangkan bank berdasarkan prinsip Syari'ah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

Berkaitan dengan pelaksanaan perkreditan, maka timbul pula pemberian jasa yang lain dalam bidang lalu lintas pembayaran serta peredaran uang. Tugas pokok bank adalah menghimpun segala dana-dana dari masyarakat guna diarahkan ke bidang-bidang yang dapat mempertinggi taraf hidup masyarakat. Pengarahan dana-dana dilaksanakan melalui kegiatan perkreditan sebagai usaha pokok perbankan.

#### **2.1.6 Pengertian Perusahaan Umum Pegadaian**

Lebih jauh pembahasan pengertian Perusahaan Umum Pegadaian dapat dijelaskan bahwa Perusahaan Umum Pegadaian mempunyai dua kosa kata yakni Perusahaan Umum dan Pegadaian.

Adapun arti Perusahaan Umum yang dikemukakan oleh Sutrisno(2001 : 46) sebagai berikut :

“Perusahaan umum adalah perkumpulan yang memungkinkan beberapa orang yang bekerja sama atas dasar penanaman modal serta hak tanggung jawab yang sama menyelenggarakan produksi pembelian atau penjualan barang atau jasa untuk kepentingan para penanam modal”.

Selanjutnya menurut Soekarno (2002 : 20) ilmu ekonomi didefinisikan sebagai berikut :

“Perusahaan adalah perkumpulan yang memungkinkan beberapa orang dengan jalan kerjasama atas dasar penyertaan modal dalam menjalankan suatu pekerjaan untuk memperoleh keuntungan secara bersama, misalnya sama-sama menyelenggarakan produksi pembelian, penjualan, simpan pinjam, (perkreditan), pertanggung jawaban pembelian jasa dan sebagainya.

Selain itu Swatha dan Irwan (2001 : 25) juga mengemukakan mengenai pengertian perusahaan sebagai berikut :

“Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Diantara kebutuhan ekonomis manusia adalah pangan, sandang, papan, dan kesenangan kegiatan produksi dan distribusi dilakukan dengan menggabungkan berbagai faktor produksi, yaitu alam (tanah, air, hutan, laut), manusia (sebagai tenaga kerja) dan modal (uang, mesin-mesin, bangunan dan lain-lain).”

Dari pengertian tersebut di atas pada hakekatnya sama yaitu dengan sadar keuntungan. Demikian pula defenisi yang dikemukakan oleh para ahli lainnya pada dasarnya sama. Sedangkan pengertian gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang berpiutang atau sesuatu yang bergerak yang diserahkan kepadanya oleh seseorang berutang, dan memberikan kekuasaan kepada yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut didahulukan dari orang-orang berpiutang lainnya dengan pengecualian biaya-biaya mana yang harus didahulukan.

Persaingan antar perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang sektor jasa sangatlah tinggi. Untuk dapat *survive* sekaligus menjadi *market leader* ; dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan jasa harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya, dengan maksud jika para pelanggannya merasa puas dengan layanan yang diberikan, maka akan memperbesar kemungkinan bertambahnya loyalitas pelanggan dan tidak memungkinkan untuk bertambahnya konsumen baru.

Sebagai salah satu bentuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa, wajarlah jika penilaian nasabah terhadap produk yang dihasilkan oleh Perum Pegadainan lebih ditekankan pada masalah kualitas pelayanannya.

### **2.3 Hipotesis**

Berdasarkan pengamatan dilapangan dan studi literatur maka dalam penelitian ini rumusan hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut :

1. Diduga bahwa variabel berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara nyata berpengaruh terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah Perum Pegadaian.
2. Diduga terdapat variabel yang paling dominan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Daerah Penelitian

Penelitian dilakukan di Perum Pegadaian Kantor Cabang Masohi. Yang berlokasi di Propinsi Maluku Tengah. Kabupaten Maluku Tengah, kota Masohi. tepatnya di Jl. Abdullah Soulissa no.51 Kel. Namaelo.

Perum Pegadaian ini merupakan Perum Pegadaian satu-satunya yang berada di kota Masohi. Yang berdiri dan beroperasi sejak tahun 2002.

#### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

##### 1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui buku-buku literature, majalah, dokumen-dokumen, dan data yang diperoleh dari penelitian yang dipakai sebagai pedoman didalam mengadakan penelitian lapangan.

##### 2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan dimana penulis terjun secara langsung ke obyek penelitian. Pada hakikatnya penelitian ini merupakan metode untuk menemukan secara realistik apa sebenarnya yang terjadi di perusahaan. Teknik-teknik yang dilakukan di lapangan untuk memperoleh data antara lain :

##### a. Metode Wawancara

Wawancara adalah cara memperoleh data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung (lisan). Wawancara merupakan sarana penunjang kuesioner, karena wawancara adalah salah satu bagian dari survey yang dilakukan. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data serta menggali informasi lain yang tidak dapat diperoleh melalui angket.

b. Metode Kuesioner

Kuesioner (Sugiono, 2003 : 135) adalah “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan untuk dijawabnya”. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang utama dalam penelitian ini, mengingat hasil yang diharapkan dapat menggambarkan data tingkat kepuasan nasabah.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan arsip-arsip atau dokumen yang telah tersedia pada obyek penelitian.

### **3.3 Jenis Dan Sumber Data**

#### **3.3.1. Jenis data**

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data tersebut berasal dari Perum Pegadaian Cabang Masohi. Dalam penelitian ini sumber data primer data berasal dari kuesioner dan wawancara langsung dengan manager dan sejumlah karyawan kepada nasabah.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan berhubungan dengan objek penelitian melalui dokumen-dokumen yang diperoleh dari perusahaan dan mempelajari buku-buku pustaka yang ada hubungannya dengan bidang yang akan diteliti.

### 3.3.2. Sumber data

1. Perum Pegadaian Cabang Masohi Maluku Tengah
2. Biro Pusat Statistik Kabupaten Maluku Tengah
3. Referensi yang ada hubungannya dengan judul dan pembahasan

### 3.4 Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan alat analisis yaitu:

#### 1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Freddy Rangkuti (2001), untuk melihat pengaruh 2 variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat secara bersama-sama ditunjukkan oleh koefisien

regresi. Rumus analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Ditaha :

Y = Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Variabel Berwujud

X<sub>2</sub> = Variabel Keandalan

X<sub>3</sub> = Variabel Daya Tanggap

X<sub>4</sub> = Variabel Jaminan

X<sub>5</sub> = Variabel Empati

$a$  = Konstanta (*intersept*)

$b$  = Koefisien regresi yang akan dicari/ ditaksir

$e$  = error item ( variabel lain yang tidak dijelaskan )

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dipergunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan obyek penelitian yang meliputi opini konsumen

### 3.4.1 Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat lima variabel bebas yang merupakan dimensi dari konsep kualitas jasa, variabel bebas tersebut :

1.  $Y$  adalah Kepuasan Nasabah, penilaian yang dilakukan secara menyeluruh oleh nasabah dalam mananggapi atribut kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan tercipta antara kenyataan dengan harapan pemakai jasa adalah sama atau melebihi harapan pemakai.
2.  $a$  adalah konstanta (*intersept*) yang dalam hal ini walaupun tidak terjadi perubahan dalam kepuasan nasabah, tetap terjadi pelayanan.
3.  $b$  adalah koofisien yang akan dicari/dihitung sampai sejauh mana pengaruh variable keberwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
4.  $X_1$  adalah Variabel keberwujudan  
Yaitu kemampuan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil, dan perlengkapan komunikasi.
5.  $X_2$  adalah Variabel Keandalan  
Yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara tepat.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

#### 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdirinya Perum Pegadaian sebagai salah satu usaha pemerintah untuk membantu masyarakat yang berekonomi lemah dalam pemenuhan kebutuhan mereka yang bersifat mendadak, tidak langsung lahir sebagai perusahaan umum yang kita kenal sekarang, dan juga tidak langsung merupakan badan usaha milik pemerintah, tetapi melewati beberapa macam status dan nama sesuai dengan keinginan dari penguasa dan kebutuhan zaman.

Menurut Warta Pegadaian Media Informasi dan Komunikasi, No. 23/ tahun, IV/1992, Humas Kantor Pusat Perum Pegadaian, cikal bakal institusi gadai tumbuh di daerah Lombardia (Italia Utara) yaitu suatu bentuk usaha peminjaman uang dimana debitur menjual barang bergerak kepada kreditur dengan hak membeli kembali. Institusi ini kemudian berkembang di dataran Eropa yang dibawa oleh orang-orang Yahudi sekitar abad ke-10 dan ke-11.

Setelah diadakan penelitian, maka diadakan pilot proyek di Sukabumi. Dengan stb. No. 131 tanggal 12 maret 1901, pada tanggal 1 april 1901 pegadaian negara di Sukabumi diresmikan sebagai pegadaian pertama di Indonesia. Adapun maksimum uang pinjaman yang dapat diberikan kepada peminjam berjumlah Rp. 1.300,- dan tidak dikenakan ongkos administrasi. Pegadaian negara yang dikuasai

lain yang bertubungan dengan tujuan perusahaan atas dasar persetujuan menteri keuangan.

Sedangkan dalam pasal 4 ditetapkan fungsi dari Perusahaan Umum Pegadaian adalah :

1. Mengelola penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan cara yang mudah, cepat, aman dan hemat.
2. Menciptakan dan mengembangkan usaha-usaha lain yang menguntungkan bagi perusahaan maupun masyarakat.
3. Mengelola keuangan.
4. Mengelola kepegawaian, pendidikan dan kepelatihan.
5. Mengelola organisasi, tata kerja dan tata laksana
6. Melakukan penelitian dan pengembangan.
7. Mengawasi pengelolaan perusahaan.

#### **4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Perusahaan pegadaian semula berbentuk jawatan, kemudian dengan PP No. 176 tahun 1961 dirubah menjadi perusahaan Negara. PP No. 7 tahun 1969 dirubah lagi menjadi jawatan. Dengan dikeluarkannya UU No. 9 tahun 1969 tentang bentuk-bentuk usaha Negara, dimana pegadaian termasuk perusahaan jawatan dan disebut Perjan Pegadaian. Akhirnya berdasarkan PP No. 10 tahun 1990 ditingkatkan statusnya menjadi perusahaan umum (PERUM) Pegadaian. Dengan perubahan status ini diharapkan usaha Perum Pegadaian lebih berkembang. Sampai

sekarang Perusahaan Umum Pegadaian ini satu-satunya perusahaan Negara/BUMN yang menyalurkan uang pinjaman/kredit atas dasar hukum gadai.

Struktur organisasi Perusahaan Umum Pegadaian menurut PP No. 10 tahun 1990 terdiri dari:

1. Organisasi tingkat pusat terdiri dari:
  - a. Direksi
  - b. Direktorat Keuangan
  - c. Direktorat Operasi dan Pengembangan
2. Organisasi tingkat daerah, terdiri dari:
  - a. Kantor Daerah
  - b. Kantor Cabang

Untuk propinsi Maluku khususnya kabupaten Maluku Tengah kota Masohi hanya terdapat satu kantor cabang yang berlokasi di jalan Abdullah Souilissa. Dalam struktur organisasi tingkat daerah, Kantor Daerah dipimpin oleh seorang kepala yang diangkat dan bertanggung jawab kepada Direksi melalui Direktur Utama.

Tugas dari kantor daerah adalah melaksanakan pengelolaan kegiatan perusahaan di daerah serta membantu tugas-tugas kantor pusat sesuai dengan wewenang yang dilimpahkan Direksi. Untuk melaksanakan tugas tersebut, Kantor daerah mempunyai fungsi:

1. Mengurus, mengelola dan mengawasi kegiatan perusahaan yang ada di Cabang.
2. Mengurus dan memelihara kekayaan perusahaan di daerah cabang.

3. Mewakili kepentingan perusahaan di daerah dan cabang baik ke dalam maupun ke luar berdasarkan kewenangan yang dilimpahkan Direksi.
4. Menyelenggarakan pembukuan, penyusunan anggaran, pembinaan kepegawaian serta pelaporan kegiatan perusahaan sesuai dengan kesatuan yang ditetapkan Direksi.

Dalam struktur organisasi, Perusahaan Umum Pegadaian Kantor daerah ini dibantu oleh Inspektorat Daerah yang mempunyai tugas membantu Kantor Daerah dalam mengadakan penilaian dalam sistem pengendalian (manajemen) yang telah ditetapkan Direksi atau kantor daerah. Untuk menyelenggarakan tugas tersebut, Inspektorat Daerah mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan penyusunan program dan penyelenggaraan pemeriksaan atas pelaksanaan kebijakan Direksi/Kepala Kantor.
2. Mengkoordinasikan pelaksanaan pemeriksaan di cabang.
3. Memberikan pertimbangan penyelesaian kasus yang berakibat adanya tindakan disiplin atau ganti rugi.
4. Membantu kegiatan kantor daerah dalam penyampaian laporan dan tindak lanjut hasil pertemuan pemeriksa intern.

Struktur organisasi dalam Perum Pegadaian yang paling rendah adalah cabang yang mempunyai seorang Kepala Cabang yang diangkat dan bertanggung jawab kepada direksi melalui kantor daerah. Cabang ini mempunyai tugas melaksanakan kegiatan usaha perusahaan yang langsung berhubungan dengan masyarakat (nasabah) dalam rangka pemberian kredit atas dasar hukum gadai atau

usaha lain sesuai dengan peraturan yang berlaku dan kebijaksanaan tugas tersebut, cabang mempunyai fungsi sebagai berikut:

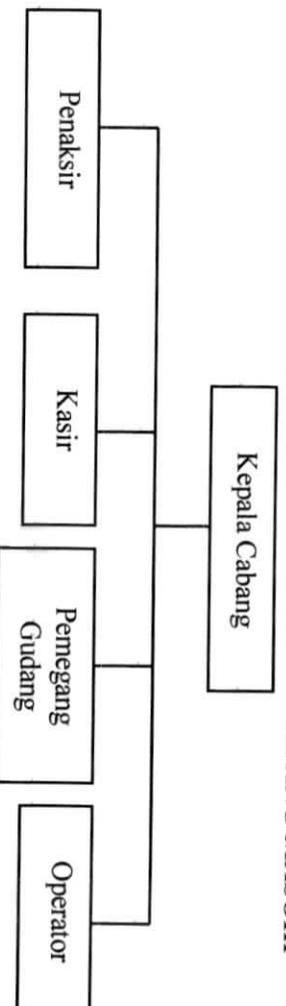
1. Menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan melaksanakan usaha lain.
2. Mengurus penerimaan, penyimpanan, dan pengeluaran modal kerja cabang dalam bentuk uang kas.
3. Mengurus penerimaan, penyimpanan dan pengeluaran barang jaminan.
4. Mengurus dan memelihara kekayaan perusahaan yang ada di cabang.
5. Menyelenggarakan pembukuan, penyusunan anggaran, pembinaan kepegawaian, tata usaha dan pelaporan kegiatan cabang.
6. Memelihara dan membina hubungan baik dengan nasabah dan pihak lain dalam rangka pengembangan perusahaan.

Struktur organisasi yang ada di kantor wilayah dan kantor cabang berbeda.

Hal ini disebabkan adanya perbedaan tugas antara kantor cabang dan wilayah. Kantor cabang khusus bagian pelayanan nasabah sedangkan kantor wilayah mengurus semua administrasi kantor cabang.

Adapun struktur organisasi dan pembagian tugas kantor cabang adalah sebagai berikut:

#### **STRUKTUR ORGANISASI PERUM PEGADAIAN CABANG MASOHI**



Menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan uang jaminan yang wajar serta citra baik perusahaan.

b. Rincian Tugas

- 1) Menyiapkan sarana kerja dan memberikan pelayanan yang cepat, mudah dan aman agar pemberian kredit gadai berjalan lancar.
- 2) Menaksir barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menetapkan uang kredit gadai.
- 3) Menaksir barang jaminan yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai dalam rangka penentuan harga dasar barang yang akan dilelang.

3. Kasir

a. Tugas Pokok

Melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang.

b. Rincian Tugas

- 1) Menyiapkan peralatan dan perlengkapan kerja.
- 2) Menerima dan menghitung modal kerja harian dari atasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menerima dan memeriksa keabsahan SBK dari nasabah

- Menghitung sewa modal untuk diberikan kepada nasabah.
- Memberitahukan kepada nasabah tentang biaya yang harus dibayarnya dan menerima uang dari nasabah serta menghitungnya.

#### 4. Pemegang Gudang

##### a. Tugas Pokok

Melakukan pemeriksaan, penyimpanan dan pengeluaran barang jaminan selain barang kantong sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan.

##### b. Rincian Tugas

- 1) Secara berkala memeriksa gudang penyimpanan barang jaminan selain barang kantong untuk menjamin keutuhan dan keamanan barang jaminan.
- 2) Menerima barang jaminan selain barang kantong untuk disimpan dalam gudang penyimpanan barang jaminan.
- 3) Mengelompokkan barang jaminan sesuai dengan rubrik dan bulan kreditnya, menyusun sesuai dengan nomor SBK, mengatur penyimpanan agar rapid dan memudahkan dalam menghitung dan memindahkannya.
- 4) Merawat, memelihara, membersihkan barang jaminan dari debu, air dan kotoran lainnya agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman.

## 5. Operator

### a. Tugas Pokok

Memasukan data nasabah, taksiran dan uang pinjaman ke dalam SBK dari kartu taksiran/formulir permintaan kredit secara akurat.

### b. Rincian Tugas

- 1) Memasukan data nasabah, barang jaminan, taksiran dan uang pinjaman kedalam computer.
- 2) Memberi nomor pada kartu taksiran sesuai dengan nomor yang diterbitkan computer dan memasukan data bukti kas debet/kredit yang telah dikeluarkan atau diterima oleh kasir.

#### 4.1.4 Prosedur dan Mekanisme Kerja Perkreditan

Prosedur dan mekanisme kerja perkreditan pada Perusahaan Umum Pegadaian

Cabang Masohi Maluku Tengah akan diuraikan sebagai berikut:

##### 1. Bagian Kredit

###### a. Penaksir

Pada dasarnya tugas dari penaksir adalah mengolah data mentah berupa pengujian/pemeriksaan barang jaminan, menetapkan taksiran dan besarnya uang jaminan yang dipinjam oleh nasabah/peminta kredit, kemudian menuangkannya dalam surat bukti kredit sebagai surat perjanjian kredit antara pegadaian dengan nasabah.

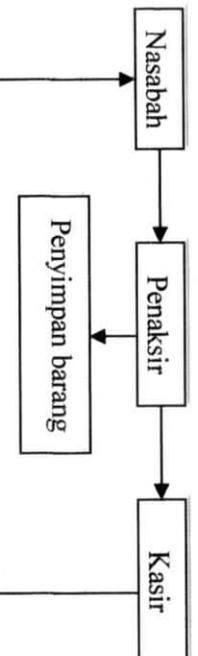
###### b. Kasir Kredit

Tugas dari kasir kredit ini pada dasarnya adalah memberikan uang pinjaman kepada nasabah/peminta kredit sesuai dengan besarnya uang pinjaman yang tertera pada surat bukti kredit dan membayarkan pengeluaran-pengeluaran cabang berdasarkan bukti/kwitansi pembayaran.

c. Penyimpanan/Pemegang Barang Jaminan

Tugas dari penyimpan barang jaminan adalah mengelola penyimpanan dari barang jaminan baik penerimaan maupun pada saat pelunasan/pengambilan barang jaminan.

**GAMBAR 1. PROSEDUR PELAYANAN JASA KREDIT PADA PERUM PEGADAIAN CABANG MASOHI**



2. Bagian Pelunasan Kredit

Dalam pelunasan kredit ada beberapa alternative yang dapat ditempuh oleh nasabah, yaitu:

a. Pelunasan Penuh

1) Tarif sewa modal

Yaitu tarif bunga/sewa modal yang ditetapkan setiap 15 hari dan dilaksanakan sesuai dengan aturan tertentu.

2) Perhitungan sewa modal

Sewa modal atau bunga golongan A, B, C, D dihitung per 15 hari sampai dengan 15 hari penuh. Batas pelunasan kredit adalah 120 hari.

3) Perhitungan pelunasan

Dalam perhitungan pelunasan ada beberapa cara untuk mengetahui besarnya jumlah pelunasan yang harus dibayar oleh nasabah terdiri dari:

a) Pokok Pinjaman

Uang pinjaman adalah yang tercantum dalam SBK yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak (nasabah dan pihak pegadaian).

b) Sewa modal atau bunga

Tarif bunga/sewa modal ditetapkan setiap 15 hari.

c) Jangka waktu

- Jangka waktu maksimum 120 hari
- Cara penghitungan jumlah hari sejak kredit gadai sampai dengan tanggal menebus atau tanggal jatuh tempo.

b. Pelunasan Ulang Gadai

Pengertian pelunasan ulang gadai meliputi: transaksi pelunasan sebagai berikut:

1) Ulang gadai (UG)

Nasabah hendak memperbaharui kredit dengan hanya membayar bunganya saja. Untuk mengenal bahwa nasabah hanya membayar bunga

saja maka pada badan SBK kitir dalam dan luar diberi tanda cap (UG) artinya ulang gadai.

2) Minta tambah

Nasabah hendak minta tambah uang pinjaman. Apabila besarnya uang pinjaman semula lebih kecil dari uang pinjaman seharusnya, diusahakan diberikan tambahan. Untuk mengenal bahwa nasabah minta tambahan uang maka dikitir dalam dan luar diberi tanda (MT) artinya minta tambah.

3) Nyicil (N)

Nasabah hendak mempertahankan kredit dengan membayar bunga dan mengurangi/nyicil sebagian uang pinjaman. Jumlah cicilan ditulis pada SBK diatas pinjaman. Untuk mengetahui nasabah membayar cicilan maka pada kitir luar dan dalam ditulis tanda cap (N) artinya nyicil.

4) Tebusan Sebagian (N)

Nasabah hendak menebus sebagian barang jaminan rangkap dengan cara membayar bunga seluruhnya dan membayar uang pinjaman barang jaminan yang ingin ditebus. Untuk mengetahui nasabah menebus sebagian maka pada kitir luar dan dalam ditulis cap (TS) artinya tebus sebagian.

3. Bagian Lelang

Lelang adalah upaya pengembalian uang pinjaman yang diberikan karena tidak dilunasinya pinjaman sampai batas waktu yang telah ditentukan. Lelang adalah upaya terakhir dalam proses pengembalian uang pinjaman. Waktu yang telah ditentukan adalah waktu yang tertera pada surat bukti kredit. Sebagai gambaran tanggal kredit 01 s/d 15 tanggal sekitar tanggal 20 bulan kelima.

Contoh tanggal kredit 03 januari, maka lelangnya adalah sekitar tanggal 20 bulan mei. Tanggal lelang ditentukan oleh kantor daerah sebelumnya cabang mengirimkan tanggal-tanggal lelang dalam tahun yang akan datang. Pelaksanaan lelang dicabang diumumkan melalui papa pengumuman dan radio. Pada dasarnya cabang-cabang tidak mengeluarkan surat pemberitahuan lelang, karena pemberitahuan secara tertulis telah tercantum dalam surat bukti kredit, akan tetapi untuk pelayanan ekstra, maka cabang mengirimkan surat pemberitahuan lelang.

Pelaksana lelang adalah panitia yang terdiri dari ketua lelang, anggota dan kasir lelang. Tugas dari pelaksana/panitia lelang adalah memeriksa administrative lelang dan melaksanakan lelang. Bagian-bagian tersangkut sebelum pelaksanaan lelang adalah bagian administratif dan bagian gudang (penyimpanan/pemegang bukti pinjaman).

Prosedur kerja lelang adalah sebagai berikut:

- 1) Bagian administrasi

- a) Menerima duplikasi SBK barang yang akan dilelang, mengambil dan memeriksa barang yang akan dilelang dan menyerahkannya kepada panitia lelang.
- b) Menandatangani berita acara penyerahanbarang jaminan yang akan dilelang.

#### 4) Bagian administrasi

Bagian administrasi/lata usaha pada cabang Perum Pegadaian cabang Masohi memegang peranan penting, karena bagian ini yang mengadministrasikan seluruh kerja operasional dan umum serta pelaporan-pelaporannya baik ke kantor daerah, kantor pusat maupun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap Cabang Perum Pegadaian.

Laporan rata-rata taksiran dan pendapatan sewa modal, barang sisa lelang, spesifikasi barang jaminan, harga pasar setempat, koordinasi dengan Pemda, jasa taksiran, surplus/defisit cabang, penyaluran kredit menurut profesi. Laporan bulanan kepegawaian terdiri dari laporan rekapitulasi daftar hadir pegawai, laporan mutasi dan perubahan kedudukan pegawai, laporan bulanan rumah tangga berupa laporan persediaan barang cetakan.

4. Laporan Semester/Tahunan, laporan ini adalah hasil olahan dari laporan operasi dalam semester/setahun. Pada dasarnya laporan ini adalah gabungan dari laporan operasional, keuangan, rumah tangga dan kepegawaian.

#### 4.2 Kinerja Perum Pegadaian

Menurut Pandu Suharto 1988, beberapa prinsip yang dianut perum pegadaian sebagai lembaga perkreditan rakyat (istilah yang dipakai sejak jaman colonial) menurut Decker (1963) adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan yang mudah dan cepat untuk rakyat yang tidak berpendidikan atau berpendidikan rendah. Pada saat sebelum kemerdekaan di tiap pegadaian disiapkan juru gadai. Juru gadai bertugas membantu nasabah untuk mendapatkan pinjaman, mulai dari pengisian formulir, sampai dengan menghitung uang yang dipinjamkan dari loket. Selain itu petugas tetap yang mendampingi kliennya dan jika perlu akan datang dari rumah ke rumah mengingatkan nasabah atas pinjamannya.
- b. Menetapkan tingkat bunga berdasarkan kemampuan nasabah. Untuk itu, pegadaian setiap saat akan mengevaluasi kemampuan nasabah untuk membayar pinjamannya. Sekiranya nasabah mampu membayar pada tingkat bunga tertentu maka tingkat bunga tersebut akan dipertahankan atau bahkan mungkin ditingkatkan.
- c. Menetapkan batas pinjaman maksimal berdasarkan taksiran nilai jual maksimal agunan pada waktu batas akhir pembayaran. Jadi besar pinjaman bervariasi berdasarkan jangka waktu batas akhir pembayaran. Jadi besar pinjaman bervariasi berdasarkan jangka waktu pinjaman. Semakin lama waktu pinjaman maka nilai maksimal pinjaman semakin kecil. Misalnya untuk satu

tahun 60% dari nilai agunan, sedangkan untuk tiga bulan biasanya mencapai 80% dari nilai agunan.

- d. Tidak membatasi tujuan penggunaan pinjaman atau nasabah bebas/boleh menggunakan pinjaman untuk tujuan apa saja.
- e. Pembangunan dan operasionalisasi pegadaian dikoordinasikan dengan pemerintah daerah dan memperhatikan daerah dan memperhatikan saran-saran dari pemerintah daerah.

Karakter Spesifik Perum pegadaian ditandai dengan :

#### **a. Kemudahan prosedur pinjaman**

Hal ini merupakan salah satu faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap perolehan pangsa pasar perum pegadaian. Kecepatan perolehan kredit dari perum pegadaian nampak sulit tertandingi oleh berbagai lembaga perkreditan formal (kecuali oleh para pelepas uang/rentenir).

Menurut Sumarto (2002), dalam memberikan pinjaman, system administrasi yang digunakan oleh perum pegadaian sangat sederhana, yaitu hanya mengisi formulir aplikasi dan menunjukkan identitas diri(KTP atau SIM). Prosedur yang sangat sederhana memungkinkan proses pemberian pinjaman dapat dilakukan dalam waktu yang relatif sangat cepat yaitu antara 8 sampai dengan 23 menit, dengan rata-rata 12,41 menit.

#### **b. Keragaman agunan**

Perum pegadaian menjadi lembaga paling favorit bagi kelompok orang berpenghasilan menengah kebawah. Lembaga ini tetap merupakan perusahaan

yang berorientasi profit, yang didasarkan dari diberlakukannya pendekatan keamanan kredit dalam bentuk agunan. Perbedaan perum perum pegadaian dengan lembaga-lembaga perkreditan formal lainnya dari aspek agunan adalah persyaratan agunan persyaratan agunan yang sedemikian sederhana (bukan hanya barang modal tetapi juga kain sarung, perabot rumah tangga, barang pecah belah, sampai perhiasan emas dan mobil.

#### **c. Fleksibilitas bunga dan pengembalian pinjaman**

Dari aspek bunga, perum pegadaian juga menetapkan suku bunga relatif tinggi yaitu mencapai 1,75% perdua minggu, 3,5% perbulan atau 42% pertahun. Pembayaran bunga dapat dilakukan tidak harus bersamaan dengan pengembalian kredit (dapat membayar bunganya saja). Dengan membayar bunga waktu pengembalian dapat diperpanjang jika nasabah dapat membayar bunga.

#### **d. Tidak menilai karakter peminjam**

Pegadaian tidak memperhatikan karakter peminjam dan kondisi perekonomian. Satu hal lain yang paling spesifik dari lembaga ini adalah penggunaan pinjaman tidak terikat, atau pinjaman dapat digunakan untuk segala keperluan, termasuk untuk berjudi atau untuk biaya pernikahan.

Tabel 4.1 berikut dibawah ini memperlihatkan kinerja Perum Pegadaian

Selama lima tahun terakhir :

**Tabel 4.1. PERKEMBANGAN JUMLAH NASABAH DAN NILAI PENYALURAN KREDIT PERUM PEGADAIAN CABANG MASOHI**

Tahun	Jumlah Nasabah (orang)	Perkembangan (%)	Nilai Penyaluran Kredit (Rp)	Perkembangan (%)
2003	2.620	-	13.158.271.000	-
2004	2.760	5,34	15.113.354.000	14,85
2005	2.880	4,34	17.550.418.000	16,12
2006	3.231	12,18	19.632.221.000	11,86
2007	3.541	9,59	20.332.431.000	3,56
Rata-rata	3.006	7,87	17.157.339.000	11,60

Sumber : Perum Pegadaian Cabang Masohi, 2008(diolah)

Data dari tabel tersebut dapat diketahui adanya peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2003 ke tahun 2004 sebesar 140 orang (5.34 %) dengan nilai penyaluran kredit meningkat sebesar Rp. 1.955.083.000 (14,85 %). Pada tahun 2004 ke tahun 2005 jumlah nasabah menurun sebesar 120 orang (4,34 %) dengan nilai penyaluran kredit meningkat sebesar Rp. 2.437.064.000 (16,12 %).

Tahun 2005 ke tahun 2006 terjadi peningkatan jumlah nasabah sebesar 351 orang (12,19 %) dengan nilai penyaluran kredit menurun menjadi Rp. 2.081.803.000 (11,86 %). Dan yang terakhir yakni pada tahun 2006 ke tahun 2007 terjadi penurunan jumlah nasabah sebesar 310 orang (9.59 %) dengan nilai penyaluran kredit yang menurun menjadi Rp. 700.210.000 (3,57 %).

**Nuansa citra** : berjiwa wirausahawan, bertindak secara efektif dan efisien, keseimbangan nilai tambah antara nasabah dan perusahaan, memelihara kepercayaan pelanggan, mengutamakan kepuasan pelanggan, menguasai informasi dan selalu mencapai kompetensi yang lebih tinggi.

#### 4.4 Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Kredit Pegadaian Cabang Masohi

Dalam analisis ini, terdapat beberapa hal yang perlu dijelaskan yang hubungannya dengan permasalahan penelitian ini. Hal tersebut meliputi beberapa karakteristik dari responden yang penulis ambil sebagai sampel. Karakteristik responden yang dimaksud yaitu :

##### a. Umur

**Tabel 4.2. KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN UMUR RESPONDEN**

No.	Klasifikasi Nasabah Berdasarkan Umur	Distribusi Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1.	< 20 Tahun	1	1.9 %
2.	20 Tahun – 24 Tahun	6	11.3 %
3.	25 Tahun – 29 tahun	23	43.3 %
4.	30 Tahun – 34 Tahun	12	22.6 %
5.	> 34 Tahun	11	20.8 %
Jumlah		53	100 %

**Sumber : Data Primer (diolah)**

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden tertinggi berada pada kelompok umur 25 – 29 tahun sebanyak 23 orang (43.3 %) dan yang terendah pada kelompok umur < 20 tahun sebanyak 1 (1.9 %).

### b. Jenis Kelamin

**TABEL 4.3. KARAKTERISTIK RESPONDEN MENURUT JENIS KELAMIN**

No.	Klasifikasi Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin	Distribusi Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1.	Pria	23	43.4 %
2.	Wanita	30	56.6 %
	Jumlah	53	100 %

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan responden tertinggi berada pada responden berjenis kelamin wanita sebanyak 30 (56.6 %) dan responden yang berjenis pria sebanyak 23 (43.4 %).

### c. Lamanya Menjadi Nasabah

**Tabel 4.4. KARAKTERISTIK RESPONDEN MENURUT LAMANYA MENJADI NASABAH**

No.	Klasifikasi Nasabah Menurut Lama Menjadi Nasabah	Distribusi Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1.	< 4 Bulan	13	37.1 %
2.	4 Bulan – 8 Bulan	15	28.3 %
3.	9 Bulan – 1 Tahun	12	22.6 %
4	> 1 Tahun	13	24.5 %
	Jumlah	53	100 %

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.4 menunjukkan responden tertinggi yakni responden yang telah menjadi nasabah Perum Pegadaian antara 4 – 8 bulan sebanyak 15 (28.3 %) dan yang terendah sebanyak 12 (22.6 %) responden yang telah menjadi nasabah antara 9 bulan – 1 tahun.

#### d. Status Responden

**Tabel 4.5. KARAKTERISTIK RESPONDEN MENURUT STATUS RESPONDEN**

No.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Responden	Distribusi Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1.	Menikah	32	60,4 %
2.	Belum menikah	21	39,6 %
Jumlah		53	100 %

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah responden yang telah menikah sebanyak 32 (60.4 %) dan sebanyak 21 ( 39.6 %) adalah kelompok responden yang belum menikah.

#### 4.5 Analisis kuantitatif Regresi Linear Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linear, penulis menggunakan alat pengolah data melalui system komputerisasi SPSS 16.00 Windows ( lihat lampiran 2). Dari analisis regresi tersebut diperoleh hasil seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6. HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients beta	T hitung	Sig.
(Constant)	0.319		0.588	0.559
Keberwujudan (X <sub>1</sub> )	0.236	0.222	1.942	0.058
Keandalan (X <sub>2</sub> )	0.240	0.196	1.474	0.147
Daya Tanggap (X <sub>3</sub> )	-0.110	-0.109	-0.759	0.452
Jaminan (X <sub>4</sub> )	0.104	0.103	0.528	0.600
Empati (X <sub>5</sub> )	0.443	0.523	3.699	0.001
R		= 0.768		
R Square		= 0.590		
F Hitung		= 13.527		
Sign. F		= 0.000		
α		= 0.05		

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan : - Sample = 53 - \*Signifikan pada α = 0.05 atau 5 %

Berdasarkan data hasil analisis tersebut model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.319 + 0.236X_1 + 0.240X_2 - 0.110X_3 + 0.104X_4 + 0.443X_5$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah :

- Konstanta (b<sub>0</sub>) sebesar 0.319 yang artinya apabila variabel (X<sub>1</sub>) keberwujudan, (X<sub>2</sub>) keandalan, (X<sub>3</sub>) daya tanggap, (X<sub>4</sub>) jaminan, dan (X<sub>5</sub>) empati tidak mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah tetap sebesar 0.319 (31.9%).

Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.

- Koefisien regresi b<sub>1</sub> = 0.236 (X<sub>1</sub>) yang artinya apabila terjadi penambahan kualitas pelayanan jasa variabel keberwujudan sebesar satu persen maka akan

terikat yakni kepuasan nasabah Perum Pegadaian Cabang Masohi, Maluku Tengah sangat signifikan dan kuat yakni 76,8 %. Selebihnya 23,2 % dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel predictor.

Besar pengaruh kelima variabel yakni variabel keberwujudan ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari tabel Model Summary (Lampiran 2), dimana terdapat angka R square ( $r^2$ ) sebesar 0.590. Yang berarti bahwa 59 % kepuasan nasabah di Perum Pegadaian Cabang Masohi secara bersamaan dipengaruhi oleh kelima variabel ini. Dan sisanya sebesar 41 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dari data analisa regresi diketahui bahwa variabel empati ( $X_5$ ) memiliki t hitung sebesar 3.699 dan memiliki tingkat signifikansi 0.001 dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel empati ( $X_5$ ) adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.

Untuk mengetahui variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah juga dapat digunakan koefisien beta yang telah distandarisasi (Sritua Arief ; 1993). Koefisien tersebut disebut *standardized Coefficient*. Dari lampiran 3 diketahui bahwa variabel empati ( $X_5$ ) memiliki koefisien beta sebesar 0.523 . Hal ini membuktikan bahwa variabel empati ( $X_5$ ) yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada perum pegadaian Cabang Masohi, Maluku Tengah.

2. Dari hasil perhitungan secara parsial diperoleh angka korelasi (R) sebesar 0.768 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas keberwujudan ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yakni kepuasan nasabah Perum Pegadaian Cabang Masohi, Maluku Tengah sangat signifikan dan kuat yakni 76.8 %. Selebihnya 23,2 % dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel predictor.
3. Diketahui bahwa variabel empati ( $X_5$ ) memiliki t hitung sebesar 3.699 dan memiliki tingkat signifikansi 0.001 dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel empati ( $X_5$ ) adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Diketahui pula variabel empati ( $X_5$ ) memiliki koefisien beta sebesar 0.523 . Hal ini membuktikan bahwa variabel empati ( $X_5$ ) yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada perum pegadaian Cabang Masohi, Maluku Tengah.
4. Pengaruh variabel keberwujudan ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah Perum Pegadaian ditunjukkan oleh angka R square sebesar 0.590. Yang berarti bahwa 59 % kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kelima variabel ini secara bersamaan dan sisanya 41 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh tersebut diatas maka penulis mengemukakan beberapa saran yang bisa dijadikan bahan informasi untuk

pengambilan keputusan di masa mendatang. Saran yang bisa penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Pihak Perum Pegadaian Cabang Masohi hendaknya memperbaiki dan terus meningkatkan kinerja Perum Pegadaian guna meningkatkan jumlah nasabah dan penyaluran kredit.
2. Pihak Perum Pegadaian Cabang Masohi hendaknya berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kualitas pelayanan yang diberikan, tidak hanya pada variabel-variabel kualitas pelayanan yang diteliti oleh penulis.
3. Pihak perum Pegadaian diharapkan membenahi dan meningkatkan keempat variabel kualitas pelayanan jasa kredit lainnya selain variabel empati yang meliputi variabel keberwujudan, variabel kehandalan, variabel daya tanggap dan variabel jaminan.
4. Adanya peningkatan kelima variabel kualitas pelayanan jasa kredit ini diharapkan nantinya dapat membantu meningkatkan jumlah nasabah dan nilai penyaluran kredit pad Perum Pegadaian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata. 2004 " Dasar-Dasar Pelayanan Prima ". Pt. Gramedia. Jakarta.
- Cahyani, Nur, Dwi 2000. " Pengaruh Kualitas Jasa Asuransi Terhadap Kepuasan Tertanggung. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Christopher H. Lovelock, Lauren K. Wright. 2005. " Manajemen Pemasaran Jasa ". Pt. Macanan Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Eti Rochaeaty, rathin Tresnati, H. Abdul Madjid Latief. 2007. "Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss". Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Hadiaty, Sri. 2003." Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah". Skripsi tidak diterbitkan. Malang : Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Lupiyoadi Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek. : Salehba Empat. Jakarta.
- Munawaroh, Munjiati. 2002. " Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan- Kepuasan Pada Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta Di Yogyakarta". Jurnal. Nasir, Moch. 1999. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Philip Kotler. 2005. " Manajemen Pemasaran, jilid 1 edisi ketujuh". Pt. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Philip Kotler. 2005. " Manajemen Pemasaran, Jilid 2 edisi ketujuh". Pt. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Saudin, Sijabat. 2007. "Pegadaian Versus Bank Umum". Jurnal.

Sadono Sukirno. 2006. " Mikroekonomi Teori Pengantar, edisi ketiga ". Pt. raja  
Grafindo Persada. Jakarta.

Lampiran 1. Deskriptif Jawaban Kuesioner Responden

Frequency Table

Keberwujudan (X1.1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Biasa Saja	11	20.8	20.8	20.8
Baik	33	62.3	62.3	83.0
Sangat Baik	9	17.0	17.0	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keberwujudan (X1.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Biasa Saja	13	24.5	24.5	24.5
Baik	27	50.9	50.9	75.5
Sangat Baik	13	24.5	24.5	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keberwujudan (X1.3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Baik	2	3.8	3.8	3.8
Biasa Saja	21	39.6	39.6	43.4
Baik	22	41.5	41.5	84.9
Sangat Baik	8	15.1	15.1	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Kendalaan (X2.1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	3	5.7	5.7	5.7
Biasa Saja	7	13.2	13.2	18.9
Setuju	32	60.4	60.4	79.2
Sangat Setuju	11	20.8	20.8	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keandalan (X2.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Biasa Saja	12	22.6	22.6	22.6
Setuju	30	56.6	56.6	79.2
Sangat Setuju	11	20.8	20.8	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keandalan (X2.3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	1.9	1.9	1.9
Biasa Saja	12	22.6	22.6	24.5
Setuju	33	62.3	62.3	86.8
Sangat Setuju	7	13.2	13.2	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keandalan (X2.4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	2	3.8	3.8	3.8
Biasa Saja	16	30.2	30.2	34.0
Setuju	33	62.3	62.3	96.2
Sangat Setuju	2	3.8	3.8	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keandalan (X2.5)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	5	9.4	9.4	9.4
Biasa Saja	15	28.3	28.3	37.7
Setuju	29	54.7	54.7	92.5
Sangat Setuju	4	7.5	7.5	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Keandalan (X2.6)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	1.9	1.9	1.9
Biasa Saja	15	28.3	28.3	30.2
Setuju	24	45.3	45.3	75.5
Sangat Setuju	13	24.5	24.5	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Daya Tanggap (X3.1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	3	5.7	5.7	5.7
Biasa Saja	16	30.2	30.2	35.8
Setuju	19	35.8	35.8	71.7
Sangat Setuju	15	28.3	28.3	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Daya Tanggap (X3.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Biasa Saja	27	50.9	50.9	50.9
Setuju	12	22.6	22.6	73.6
Sangat Setuju	14	26.4	26.4	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Daya Tanggap (X3.3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Biasa Saja	7	13.2	13.2	13.2
Setuju	23	43.4	43.4	56.6
Sangat Setuju	23	43.4	43.4	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Jaminan (X4.1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	1.9	1.9	1.9
Biasa Saja	13	24.5	24.5	26.4
Setuju	19	35.8	35.8	62.3
Sangat Setuju	20	37.7	37.7	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Jaminan (X4.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	2	3.8	3.8	3.8
Biasa Saja	14	26.4	26.4	30.2
Setuju	28	52.8	52.8	83.0
Sangat Setuju	9	17.0	17.0	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Jaminan (X4.3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	1.9	1.9	1.9
Biasa Saja	24	45.3	45.3	47.2
Setuju	23	43.4	43.4	90.6
Sangat Setuju	5	9.4	9.4	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Jaminan (X4.4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Biasa Saja	22	41.5	41.5	41.5
Setuju	22	41.5	41.5	83.0
Sangat Setuju	9	17.0	17.0	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah (Y3)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	1.9	1.9	1.9
Biasa Saja	19	35.8	35.8	37.7
Setuju	9	17.0	17.0	54.7
Sangat Setuju	24	45.3	45.3	100.0
Total	53	100.0	100.0	

**Kepuasan Nasabah (Y4)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	3	5.7	5.7	5.7
Biasa Saja	17	32.1	32.1	37.7
Setuju	24	45.3	45.3	83.0
Sangat Setuju	9	17.0	17.0	100.0
Total	53	100.0	100.0	

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	.319	.543		.588	.559
X1	.236	.122	.222	1.942	.058
X2	.240	.163	.196	1.474	.147
X3	-.110	.145	-.109	-.759	.452
X4	.104	.197	.103	.528	.600
X5	.443	.120	.523	3.699	.001

a. Dependent Variable: Y