

**PENGARUH PENERAPAN *SERVICE EXCELLENCE*
DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH :

**NATASIA ANGREINI
NIM : 2040100113**

PROGRAM STUDY PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**PENGARUH PENERAPAN SERVICE
EXCELLENCE DAN KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH**

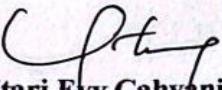


SKRIPSI

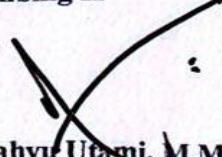
*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:
NATASIA ANGREINI
NIM. 2040100113

Pembimbing I


Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 197603242006042002

Pembimbing II


Try Wahyu Utami, M.M
NIDN. 2021059002

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025

a.n. Natasia Angreini

Padangsidimpuan, 27 November 2025

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. Natasia Angreini yang berjudul "**Penerapan Service Excellence Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan. Seiring dengan hal diatas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P.,M.M
NIP: 198705212015032004

PEMBIMBING II

Try Wahyu Utami, M.M
NIDN: 2021059002

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasia Angreini
NIM : 20 401 00113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Service Excellence Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, Desember 2025

Saya yang Menyetujui



Natasia Angreini
NIM . 20 401 00113

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natasia Angreini
NIM : 20 401 00113
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Penerapan Service Excellence Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah**. Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini UIN SYAHADA Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : Desember 2025
Saya yang menyatakan,

Natasia Angreini
NIM. 20 401 00113





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan
22733 Telepon.(0634) 22080 Faximili (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

DENGAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI

Nama : Natasia Angreini
Nim : 20.401 00113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Service *Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Ketua

Dra. Hj. Replita, M. Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris.

Dr. Utari Evy Cahyani, MM
NIDN.0621058703

Anggota

Dra. Hj. Replita, M. Si
NIDN. 2026056902

Dr. Utari Evy Cahyani, MM
NIDN. 0621058703

Nofinawati, MA
NIDN. 2016118202

Muhammad Arif, MA
NIDN. 2014019502

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/ Tanggal : Kamis, 18 Desember2025
Pukul : 10.00 WIB- 12.00 WIB
Hasil Nilai : Lulus/ 70 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3.54
Predikat : Puji



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Service Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah
Nama : Natasia Angerini
NIM : 20 401 00113
IPK : 3,54
Predikat : Pujiwan

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah



Padangsidimpuan, 05 Januari 2026
Dekan,

Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si.
NIP. 1978018 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Natasia Angreini
NIM : 20 401 00113
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Service *Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan merupakan salah satu bentuk citra dari sebuah perusahaan melalui pelayanan nasabah di tempat tersebut. Pelayanan yang kurang baik menyebabkan keengganhan nasabah untuk terus menerus menjadi nasabah, mereka cendrung beralih ke perusahaan lain yang bisa memenuhi apa yang menjadi harapannya, tak terkecuali pegadaian syariah yang ada di Padangsidempuan khususnya PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan. Pegadaian syariah Padangsidempuan merupakan salah satu unit pegadaian syariah cabang Padangsidempuan yang ikut serta memberikan pelayanan baik kepada nasabahnya supaya terciptakan kepuasana nasabah. Tujuan penelitian ini adalah Untuk Menganalisis Pengaruh Penerapan Service *Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah angket variabel X dan Y. Data pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan secara statistik menggunakan pengujian hipotesis dengan uji t dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 23. Hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin baik Service *Excellence* yang diberikan, maka Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan akan semakin tinggi kemudian kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan. Hasil ini menunjukkan bahwa jika kemudahan yang diberikan kepada nasabah, maka kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidempuan akan lebih baik.

Kata Kunci: Service *Excellence*, Kemudahan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Name	: Natasia Angreini
Reg. Number	: 20 401 00113
Thesis Title	: <i>The Influence of The Implementation of Service Excellence and Convenience on Customer Satisfaction.</i>

Customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan is one form of image of a company through customer service at that place. Poor service causes customers to be reluctant to continue being customers, they tend to switch to other companies that can fulfill their expectations, including Islamic pawnshops in Padangsidimpuan, especially PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Islamic pawnshop Padangsidimpuan is one of the Islamic pawnshop units of Padangsidimpuan branch that participates in providing good service to its customers in order to create customer satisfaction. The purpose of this study is to analyze the effect of the implementation of Service Excellence and Convenience on Customer Satisfaction at PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. This study uses quantitative methods. The data collection technique in this study is a questionnaire for variables X and Y. The data in this study is customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan statistically using hypothesis testing with the t-test and coefficient of determination, where the data has previously been tested using the classical assumption test. Data processing using SPSS 23 program. These results indicate that if the better Service Excellence provided, the higher Customer Satisfaction at PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan will be, then convenience has no influence on customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. These results indicate that if convenience is provided to customers, customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan will be better.

Keywords: *Service Excellence, Convenience, Customer Satisfaction*

ملخص البحث

الاسم: نatasia ألغيري
رقم التسجيل: ٢٠٤٠١٠٠١١٣:
عنوان البحث: تأثير تطبيق التميز في الخدمة والسهولة على رضا العملاء

رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان هو أحد أشكال صورة الشركة من خلال خدمة العملاء في ذلك المكان. الخدمة غير الجيدة تؤدي إلى تردد العملاء في الاستمرار كعملاء، فيهم يميلون إلى التحول إلى شركات أخرى يمكنها تلبية ما يأملون فيه، بما في ذلك شركة الرهان الإسلامي الموجودة في بادنجسيديموان، وخاصة شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان. شركة الرهان الإسلامي بادنجسيديموان هي إحدى وحدات فرع الرهان الإسلامي في بادنجسيديموان التي تشارك في تقديم خدمة جيدة لعملائها لتحقيق رضا العملاء. هدف هذا البحث هو تحليل تأثير تطبيق التميز في الخدمة على رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان، وتحليل تأثير السهولة على رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان، وتحليل تأثير تطبيق التميز في الخدمة والسهولة على رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان. يستخدم هذا البحث المنهج الكمي. تقنية جمع البيانات في هذا البحث هي باستخدام الأداة. البيانات في هذا البحث هي رضا عملاء شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان إحصائياً باستخدام اختبار الفرضيات باختبار t ومعامل التحديد، حيث تم اختبار البيانات مسبقاً باستخدام اختبار الافتراضات الكلاسيكية. معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. تظهر هذه النتائج أنه كلما كان التميز في الخدمة المقدم أفضل، فإن رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان سيكون أعلى، بينما لا تؤثر السهولة على رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان. تظهر هذه النتائج أنه إذا تم توفير السهولة للعملاء، فإن رضا العملاء في شركة الرهان الإسلامي فرع ألامان بولاك بادنجسيديموان سيكون أفضل.

الكلمات المفتاحية: التميز في الخدمة، السهولة، رضا العملاء

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, dengan rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat beriring salam peneliti hadiahkan keharibaan Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun ummat manusia kepada kebenaran dan keselamatan. Dimana syafaat beliaulah yang diharapkan pada akhir kelak.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Penerapan Service *Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah”. Skripsi ini peneliti susun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan guna menyelesaikan perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidimpuan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mengalami hambatan yang disebabkan kurangnya ilmu pengetahuan peneliti tentang masalah yang dibahas, juga terbatasnya literatur yang dimiliki peneliti, tetapi berkat kerja keras dan semangat yang diberikan orang tua serta bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan selesainya skripsi ini, maka peneliti ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya peneliti ucapan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr Erawadi, M.Ag. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. Anhar, M.A. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Ibu Dra. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
5. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M., selaku Pembimbing I dan Ibu Try Wahyu Utami, M.M. selaku Pembimbing II, yang telah memberikan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen beserta staff di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun.
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta bapak Khoiruddin Lubis yang tak bosan-

bosannya memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian dan kasih sayang, serta doa sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. Serta terimakasih telah memberikan bantuan materi demi keberhasilan peneliti.

9. Teristimewa juga kepada Ibunda tersayang Novi Yanti yang tak bosan-bosannya memberi dukungan, motivasi, nasehat, cinta, perhatian, dan kasih sayang serta doa yang tentu takkan bisa peneliti balas, serta memberikan bantuan materil demi keberhasilan peneliti. Terimakasih dengan mendengarkan keluh dan kesah selama ini.
10. Tidak lupa kepada adek saya tercinta Pahrizal dan Evan yang selalu memberikan motivasi dan support kepada peneliti dalam perjuangan menuntut ilmu di UIN SYAHADA Padangsidimpuan ini.
11. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti yaitu, Fuji Lestari, Enda Sri Ningsih dan rekan-rekan mahasiswa perbankan syariah 4 angkatan 2020 seluruhnya yang telah memberikan dukungan, motivasi dan saran-saran kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah SWT mempermudah segala urusan kita. Aamiin.
12. Terimakasih juga kepada teman-teman Randi Maulana yang sudah memberikan bantuan, semangat dan motivasi selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang takterhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Padangsidimpuan, Desember 2025
Peneliti

NATASIA ANGREINI
NIM. 2040100113

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥa	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama dibawah)
ظ	za	z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	.'.	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
/	Fathah	A	A
\	Kasrah	I	I
ـ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا.....ي..	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...ى..	Kasrah dan ya	I	i dan garis di bawah
....و	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *marbutahdi* ikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *tamar butah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

D. Syaddah (*tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: *Jl*. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- 1.** Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- 2.** Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang di gariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka

dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, namadiri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisanArabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengankata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidakdipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu kerensmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber : Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah	7
E. Definisi Operasional Variabel	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	13
1. Kepuasan Nasabah	13
2. <i>Service Excellence</i>	20
3. Perilaku Konsumen	27
4. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>) / Kemudahan	30
5. Produk-produk Pegadaian Syariah	31
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu Dan Lokasi Penelitian	42
B. Jenis Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
B. Uji Asumsi Klasik.....	52
C. Analisis Regresi Linier Berganda	56
D. Uji Hipotesis	56
E. Pembahasan	59
BAB V HASIL PENELITIAN	
A. Kesimpulan	65

B. Implikasi Hasil Penelitian	66
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Uji Normalitas	53
Tabel 4.2 Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.5 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	57
Tabel 4.6 Uji T	57
Tabel 4.7 Uji F (Simultan)	58

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan agar nasabah merasa puas. Peningkatan pelayanan pada nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

Menurut Kotler & Keller kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Dengan demikian, apakah seorang nasabah puas atau tidak sangat bergantung pada kinerja perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan nasabah bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan tidak terpuaskan, jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan, jika kinerja melebihi yang diharapkan, nasabah lebih senang.¹

Salah satu perusahaan yang mengutarakan kepuasan nasabah adalah pegadaian syariah. Pegadaian syariah merupakan sebuah lembanga keuangan

¹ Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Kel 13.* (Jakarta: Erlangga, 2017), Hal. 17.

non bank yang mengutamakan kepuasan nasabah dalam bertransaksi yang menyediakan transaksi pembiayaan berdasarkan prinsip syariah Islam. Untuk itu pegadaian syariah sebagai salah satu usaha milik negara juga harus memiliki kinerja lebih baik. Jika ada beberapa pegadaian syariah kurang baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya tidak menutup kemungkinan citra pegadaian syariah menjadi tidak bagus dimata masyarakat. Situasi yang demikian tentunya akan sangat mengikat.

Peneliti melakukan wawancara awal dengan Ibu Nur Haminah selaku nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan menyimpulkan bahwa:

Ibu Nur Haminah menyatakan bahwa pelayanan yang kurang baik menyebabkan keengganhan nasabah untuk terus menerus menjadi nasabah, mereka cendrung beralih ke perusahaan lain yang bisa memenuhi apa yang menjadi harapannya, tak terkecuali pegadaian syariah yang ada di Padangsidimpuan khususnya PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Pegadaian syariah Padangsidimpuan merupakan salah satu unit pegadaian syariah cabang Padangsidimpuan yang ikut serta memberikan pelayanan baik kepada nasabahnya supaya terciptakan kepuasana nasabah.²

Peneliti melakukan wawancara awal dengan Ibu Lestari selaku nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan menyimpulkan bahwa:

Ibu Lestari menyatakan bahwa PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan nasabah setiap berkunjung masih merasa kurang puas atas pelayanan, disebabkan beberapa faktor yaitu apabila nasabah yang meminjam di pegadaian tersebut jika tidak mampu membayar/ gagal membayar pinjaman maka nasabah tersebut harus bersedia kehilangan barangnya seperti barang tersebut akan di lelang jika waktu yang tetapkan tidak dibayarkan dan nasabah tidak berhak untuk keberatan/ kehilangan

² Nur Haminah, Nasabah PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan (Padangsidimpuan, 20 Juli 2025. Pukul 11.00 WIB)

barang yang digadaikan, selanjutnya taksiran pinjaman nasabah yang diberikan oleh pihak perusahaan tidak sesuai dengan taksiran harga barang yang digadaikan dan masalah yang lain ketika nasabah ingin mengajukan pegadaian barang, pelayanan dari karyawan PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan masih kurang memuaskan seperti pelayanan yang lama dalam proses pencairan barang yang digadaikan, dan pegadaian pada saat ini sangat lah sulit dimana nasabah yang ingin mengadai wajib terlebih dahulu mendaftar aplikasi pegadaian syariah, dimana sebagian nasabah tidak memakai Hp android, mau tidak mau nasabah tersebut harus mengadakan Hp yang mendukung aplikasi tersebut.³

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada masyarakat, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan nasabah adalah sikap menolong, bersahabat, dan profesional yang memuaskan nasabah dan menyebabkan nasabah seterusnya datang kembali untuk berbisnis dengan pegadaian pelayanan nasabah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan pegadaian kepada nasabah.

Menurut M.Quraish Shihab *Service Excellent* merupakan salah satu bentuk ibadah, Jalalain dan Maraghi menjelaskan bahwa pada ayat ini melarang nabi Muhammad SAW untuk mengambil ataupun menerima upah dari risalah dakwah yang beliau sampaikan.⁴ Perusahaan yang bergerak di sektor jasa pemberian pelayanan (*service*) merupakan salah satu hal yang pasti dilakukan, karena perusahaan sektor jasa merupakan perusahaan yang salah satu perannya yaitu melayani. Dan *service excellence*, pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin

³ Wawancara dengan Ibu Lestari, Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan (Padangsidimpuan, 20 Juni 2025. Pukul 11.00 WIB)

⁴ M.Quraish Shihab, *TafsirAl-Misbah, Kesan-Kesan Keserasian Al-Qur'an*. (Jakarta: Lentera Hati, 2019), Hal. 554-556.

mencapai keberhasilan. Keberhasilan dari pemberian *service excellence* itu ditunjukan para nasabah dengan adanya rasa puas dari nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, itu berarti semakin baik pengelolaan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabahdi PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Cara mengikat nasabah bisa dengan menggunakan metode *Customer Relationship Marketing* (CRM) maupun *service excellent* atau pelayanan prima, *Customer Relationship Marketing* (CRM) adalah upayapendekatan untuk memahami dan mempengaruhi pelanggan dengan caramengikat nasabah bisa dilakukan dengan memberikan layanan terbaik, membangun hubungan yang kuat, serta menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sama dengan *service excellent* yaitu untuk mendapatkan kepuasan nasabah, *service excellent* adalah melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan, sehingga pelanggan menjadi merasa puas. Secara umum tujuan *service excellence* yaitu memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan memuaskan para nasabah sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal.⁵ Manfaat dari pelayanan prima salah satunya untuk upaya meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan ataupun pemerintah kepada para pelanggan atau masyarakat, serta dapat menjadi acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan. Standar pelayanan dapat diartikan sebagai tolak ukur atau patokan yang digunakan untuk melakukan

⁵M.Quraish Shihab, Op. Cit, Hal 554-556

pelayanan dan juga sebagai acuan untuk menilai kualitas suatu pelayanan. Pelayanan disebut primajika pelanggan sudah merasa puas dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Dampak yang dilihat dengan adanya kualitas pelayanan yang kurang baik adalah nasabah akan pindah pada pegadaian yang lain, jika pegadaian lain dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Sehingga pelayanan yang baik akan menghasilkan tanggapan yang baik pula oleh nasabah. Akan tetapi, pelayanan yang buruk akan dapat memengaruhi keinginan nasabah untuk berkunjung ke tempat tersebut.⁶

Setiap perusahaan tentu mewajibkan seluruh karyawan memberikan pelayanan yang maksimal. Dari sekian banyak perusahaan jasa, penulis mencoba melakukan penelitian terhadap perusahaan jasa yang berjalan dibidang pegadaian khususnya PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Layanan pelanggan sebagai sebuah fungsi tentang sebaiknya apa sebuah organisasi bisa konstan dan konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis.

Selanjutnya dalam jurnal yang ditulis oleh Ahmad Kasmir Nasution dengan judul “Pengaruh Penerapan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Pada Bank Syariah Indonesia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan)” mengatakan bahwa:

⁶ Elrlina Ali Marpaung, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian, (Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 2024, Vol. 2, No. 1)

Internet Banking berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah Indonesia, *Automatic Teller Machine* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah Indonesia. Selain itu, terdapat pengaruh variabel Internet Banking *Automatic Teller Machine*, *Mobile Banking* bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.⁷

Selanjutnya dalam jurnal yang ditulis oleh Ahmad Wardana, dkk dengan judul ”*Shopping Life Style* Penentu Kepuasan Konsumen Swalayan di Kota Padangsidempuan” mengatakan bahwa:

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, pelayanan, emosional, kemudahan dan *shopping life style* memiliki pengaruh signifikan, dan iklan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan produk, pelayanan, emosional dan kemudahan dimoderasi *shopping life style* memiliki pengaruh yang singifikan dan iklan dimoderasi *shopping life style* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁸

Melly Eva Sukmawati dengan judul “Analisis penerapan *Service Excellence* dan *Service Recovery* dalam meningkatkan Kepuasan nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil” menyatakan bahwa :

Hasil dari penelitian BMT Bina Insan Sejahtera sudah menerapkan *service excellence* dan *service recovery*. Penerapan *service excellence* yakni mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah, bersikap tenang menghadapi nasabah, berpenampilan sudah sesuai prosedur yang berlaku, memberikan perhatian kepada nasabah tindakan kinerja yang cepat tanggap dan bertanggung jawab mengemban amanah dan jujur.⁹

⁷ Ahmad Kasmir Nasution, Pengaruh Penerapan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Pada Bank Syariah Indonesia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan), *Jurnal UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan 2024*

⁸ Ahmad Wardana, dkk, *Shopping Life Style* Penentu Kepuasan Konsumen Swalayan di Kota Padangsidempuan, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 5 No. 2, 2023*

⁹ Melly ELva Sulkmawati “Analisis pelaksanaan *Service Excellence* dan *Service Recovery* dalam meningkatkan Kepuasan nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil” Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) PROF.KH.Saifuddin Zuhri Purwokerto 2023

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti yang berkaitan dengan “**Pengaruh Penerapan Service Excellence dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Nasabah setiap berkunjung masih merasa kurang puas atas pelayanan.
2. Taksiran pinjaman nasabah yang diberikan tidak sesuai dengan harga barang yang digadaikan.
3. Pelayanan dari karyawan PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan masih kurang memuaskan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini perlu di batasi karena keterbatasan waktu, tenaga dan teori-teori yang menjadi salah satu aspek dalam penelitian tersebut. Maka peneliti membatasi penelitian ini pada dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun variabel Y pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan dan variabel X (independennya) adalah service *excellence* dan kemudahan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh service *excellence* secara parsial terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan?
2. Apakah Ada pengaruh kemudahan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan?
3. Apakah ada pengaruh penerapan service *excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan?

E. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel yang di gunakan dalam penelitian ini untuk menghindari kebingungan dengan istilah yang di gunakan dalam penelitian ini, definisi operasional variabel di sediakan untuk menjelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, nasabah lebih senang.	a. Kesesuaian Harapan b. Minat Berkunjung c. Kesediaan Merekomendasikan ¹⁰	Ordinal
2	Service <i>Excellence</i> (X1)	<i>Service excellence</i> adalah melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan, sehingga pelanggan menjadi	a. Kecepatan b. Ketepatan c. Keramahan d. Kenyamanan ¹¹	Rasio

¹⁰Fandy Tjiptono, *Pelspelktif Manajemehn dan Petmasaran Kontemporelr*, (Yogyakarta: Andi, 2019), Hal.140

¹¹ Nina Rahmayanty, *Manajemehn Pellayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu,2013), Hal.21.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		merasa puas.		
3	Kemudahan (X2)	Kemudahan dalam penggunaan (<i>Ease Of Use</i>) didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.	a. Fleksibel b. Mudah dipelajari c. Mudah digunakan d. Dapat mengontrol pekerjaan ¹²	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan utama yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh penerapan *service excellence* terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.
3. Untuk menganalisis pengaruh penerapan *service excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

G. Manfaat Penelitian

1) Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan pengembangan teori-teori tentang *service excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah.

¹²Ahmad Wardana, dkk, (2023) Shopping Lifel Stylel Pehel tul Kelpulasan Konsulmeh Swalayan di Kota Padangsidempulan. *Jurnal Elkonomi Pelmbangunan Vol. 5 No. 2, 2023*, Hal. 343

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Memperluas pengetahuan maupun memperdalam pengetahuannya terkhusus dalam penerapan *service excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, apakah terdapat pengaruh penerapan *service excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya. Serta dapat di gunakan sebagai bahan acuan dalam penulisan skripsi berikutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika yang di maksud adalah keseluruhan isi dan pembahasan ini secara singkat. Dari bab-bab itu terhadap sub-sub yang merupakan rangkaian dari urutan pembahasan dalam kajian. Adapun penelitian ini di lakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut.

Bab I pendahuluan, didalamnya memuat tentang latar belakang masalah yaitu berisi uraian yang mengarahkan pada masalah dan juga menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek penelitian. Batasan masalah yaitu berisi tentang batasan masalah atau masalah yang mau diteliti di batasi. Rumusan

masalah yaitu berisi tentang masalah yang mau di fokuskan. Tujuan penelitian merupakan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dibuat dan berupa pernyataan yang mengungkapkan hal-hal yang akan diperoleh pada akhir penelitian, kegunaan penelitian yaitu menjelaskan manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian.

Bab II landasan teori, yang terdiri atas kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis penelitian. Secara umum seluruh sub pembahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan yang mengenai variable penelitian secara teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan di bandingkan dengan pengaplikasiannya. Variabel penelitian akan di gunakan bagaimana perbandingan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari penelitian.

Bab III metode penelitian, yang membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisi data. Secara umum seluruh bab bahasan yang ada dalam metodologi penelitian. Setelah itu, akan di tentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk di teliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi atau sampel dalam penelitian. Data-data yang di butuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan peneliti. Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang di perlukan dalam penelitian tersebut.

Bab IV Hasil penelitian, diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil uji yang telah yang dilakukan oleh peneliti, dan pembahasan penelitian.

Bab V Penutup, bab ini merupakan kesimpulan dari jawaban atas pertanyaan pada umusan masalah serta saran-saran yang terdapat dalam peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Nasabah

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.¹³ Menurut Gunawan Adisaputro Pengertian lain dari kepuasan adalah: “Perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapannya.”¹⁴

Sedangkan definisi dari konsumen/nasabah adalah: Pada masa sekarang ini bukan suatu rahasia lagi bahwa sebenarnya konsumen adalah raja. Oleh karena itu, sebagai produsen yang memiliki prinsip *holistic marketing* sudah seharusnya memperhatikan semua yang menjadi hak-hak konsumen, konsumen dapat didefinisikan sebagai.

Menurut Richard L. Oliver, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk/jasa yang dirasakan dengan ekspektasi (harapan) awal nasabah. Jika kinerja melampaui harapan, nasabah sangat puas; jika sesuai, nasabah puas; dan jika kinerja di

¹³ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), Hal. 192.

¹⁴ Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Pelancangan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ULPP STIM YKPN, 2010), Hal.67.

bawah harapan, nasabah tidak puas atau kecewa. Teori ini dikenal sebagai *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT).¹⁵

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan, kepuasan nasabah merupakan perasaan yang tumbuh atas membandingkan hasil atau kinerja setelah nasabah menggunakan produk ataupun jasa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Jadi, apabila hasil dari kinerja tersebut di bawah harapan nasabah maka nasabah akan merasakan tidak puas, sedangkan jika dari kinerja tersebut sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas begitupun juga jika kinerja dapat melampaui harapannya nasabah akan sangat puas. Apabila suatu lembaga tersebut tidak dapat menciptakan rasa puas kepada nasabahnya maka tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan mencari lembaga lain yang dirasa dapat memberikan rasa puas.

Menurut Fandy Tjiptono beberapa manfaat apabila suatu perusahaan dapat meningkatkan tingkat dari kepuasan pelanggan, diantaranya:¹⁶

- a) Dapat menjalin relasi hubungan jangka panjang diantara pihak pelanggan dengan perusahaan.
- b) Dapat membentuk kesempatan dalam meningkatkan bisnis akibat dari adanya pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*.
- c) Dapat menciptakan loyalitas dari pelanggan.

¹⁵ Richard L. Oliver, Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2019, Vol. 10 No.1.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Pelajaran Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2019), Hal.140.

- d) Berpotensi menarik pelanggan baru serta dapat menguntungkan bagi perusahaan dari adanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif.
- e) Dapat memberikan citra yang semakin positif dari suatu perusahaan di mata pelanggannya.
- f) Dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan

Menurut Lovelock dan Lauren bahwa manfaat lain kepuasan nasabah terdapat 6 diantaranya:

- a) Mengisolasi pelanggan dari persaingan
- b) Dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan
- c) Meminimalisir biaya keanggotaan
- d) Mendorong pelanggan kembali serta terciptanya loyalitas
- e) Meningkatkan atau mempromosikan cerita positif dari mulut ke mulut
- f) Menurunkan biaya dalam menarik pelanggan baru.¹⁷

Beberapa faktor suatu pelanggan akan muncul rasa puas jika terpenuhinya harapannya serta akan merasa sangat puas apabila melampaui harapannya. Ada 5 faktor yang dapat mempengaruhi dari kepuasan:¹⁸

a. Kualitas

Produk Suatu produk yang digunakan oleh pelanggan memiliki nilai yang berkualitas, maka dalam melakukan evaluasi pelanggan tersebut akan menunjukkan rasa puas. Penilaian terhadap suatu produk yang berkualitas,

¹⁷ Lovelock dan Laulreln, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2021), Hal. 119

¹⁸ Lovelock dan Laulreln, (2021), Hal.121-122.

yakni apabila suatu produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Sistem Pelayanan yang Baik

Pelanggan merasakan tingkat kepuasan apabila memperoleh pelayanan dengan baik serta sesuai atau melebihi harapannya. Kualitas pelayanan tergantung pada tiga hal, yakni teknologi, manusia, dan sistem. Namun, faktor manusia memberikan kontribusi lebih besar yaitu 70%. Jadi, tidak mengeherankan apabila kepuasan terhadap kualitas pelayanan sering kali sulit untuk ditirukan.

c. Emosional

Nasabah yang merasakan senang serta memperoleh keyakinan lebih terhadap seseorang mengaguminya jika menggunakan produk ataupun merk yang cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih besar. Kepuasan didapat bukan dari kualitas produk namun sosial atau *self esteem* yang menjadikan mereka merasa puas pada suatu merk. Pelanggan atau nasabah akan memiliki rasa puas pada suatu produk meskipun produk tersebut memiliki harga cenderung mahal, tetapi hal tersebut dapat menciptakan rasa puas lebih dikarenakan adanya nilai emosional yang lebih diberikan pada suatu merek dari produk tersebut.

d. Harga

Produk dengan memiliki kualitas yang sama namun dalam menetapkan harga jauh relatif lebih murah dapat menciptakan nilai kepada pelanggan yang lebih.

e. Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk

Pelanggan dalam memperoleh produk atau jasa tidak mengeluarkan biaya tambahan lagi ataupun membuang waktunya cenderung akan merasakan puas terhadap produk ataupun jasa yang diberikan tersebut.

Menurut Ujang Sumarwan kepuasan nasabah dapat dibagi ke dalam lima elemen diantaranya yaitu:

- a) Harapan (*Expectations*), Penafsiran terhadap kepuasan nasabah diciptakan pada fase prapembelian dengan melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah. Sebelum nasabah melakukan pembelian, nasabah meningkatkan harapan serta keyakinannya terhadap harapannya mengenai suatu produk apabila mereka menggunakan suatu produk tersebut.
- b) Perbuatan (*Performance*), Selama menggunakan dari suatu produk tersebut, nasabah menyadari atas kegunaan dari produk aktual dan menerima kinerja dari produk tersebut merupakan dimensi yang terpenting untuk nasabah. Ketika kinerja actual barang atau jasa tersebut berhasil maka nasabah akan merasa puas.
- c) Pembandingan (*Comparation*), Setelah menggunakan, terdapat fase dimana adanya harapan prapembelian dengan persepsi dari kinerja *actual* sehingga nasabah akan memadankan antara keduanya. Nasabah akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

- d) Penegasan (*Confirmation or Disconfirmation*), Harapan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Setelah membandingkannya tersebut dapat memperoleh *confirmation of expectation*, merupakan dimana harapan dengan kinerja berada pada level yang sama atau bahkan dapat menghasilkan *disconfirmation of expectation*, merupakan dimana harapan lebih tinggi dibandingkan kinerja aktual produk.
- e) Ketidak sesuaian (*Discrepancy*), Apabila level dari kinerja tersebut tidak sama atau perbedaan yang dapat mengidentifikasi bagaimana perbandingan level pada kinerja dengan harapan. Apabila *negative disconfirmations*, dimana kinerja aktual berada pada level bawah harapan, kesenjangan ini apabila meluas dapat terjadinya adanya level ketidak puasan lebih tinggi. Sebaliknya, *positive disconfirmations* ialah ketika kinerja aktual berada diatas level harapan. Ketika nasabah puas, dengan demikian nasabah akan menggunakan barang ataupun jasa yang sama, namun apabila nasabah merasa tidak puas maka nasabah akan menuntut perbaikan ataupun komplain kepada lembaga dan tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan berpindah kepada lembaga lain.¹⁹

¹⁹ ULjang Sulmarwan, *Pelirakul Pemasaran Modeln*, (Yogyakarta: Libelty, 2018), Hal.119.

Menurut Fandy Tjiptono Indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:²⁰

a. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian atas kinerja yang diharapkan nasabah dengan yang dirasakan nasabah, meliputi:

- 1) Produk yang didapat sesuai atau melampaui dengan apa yang diharapkan.
- 2) Pelayanan yang diberikan sesuai ataupun melebihi dengan harapan.
- 3) Fasilitas penunjang yang dirasakan sesuai ataupun melebihi harapan.

b. Minat Berkunjung

Kembali Merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau menggunakan jasanya kembali, terkait:

- 1) Berminat dalam berkunjung kembali atas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.
- 2) Berminat dalam berkunjung kembali karena memberikan value serta manfaat setelah
- 3) menggunakan produk ataupun jasa tersebut.
- 4) Berminat dalam berkunjung kembali atas fasilitas penunjang yang diberikan sangat memadai.

²⁰ Fandy Tjiptono, Hal. 101

c. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa untuk mereka mendasarkan kepada teman maupun kerabat, meliputi:

- 1) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
- 2) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena memberikan nilai ataupun manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Service Excellence

Menurut M. Nur Rianto Al-Arif bahwa *Service* dan pelayanan adalah dua padanan kata yang memiliki makna sama, *service* merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yang memiliki arti jasa, dinas, tugas, pelayanan. Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan.²¹ Menurut Agung Saputro bahwa melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan diartikan sebagai kemudahan yang diberikan sehubungan dengan soal jual beli barang atau jasa.²²

Dalam hadist dijelaskan bahwa, sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja dengan baik, dalam hadist yang berbunyi:

²¹ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2020), Hal.211.

²² Agung Saputro, Monitoring dan Evaluasi Pelayanan Prima Petugas Frontliners Bank Syariah Mandiri Kantor Wilayah III Jakarta, *Skripsi Jakarta: April*, (2016), Hal.30

وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلْتُمْ أَحَدُكُمْ عَمَلاً أَنْ يُتَقْرَأَهُ (رواه الطبرني والبيهقي)

Artinya: Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah s.a.w. bersabda:

“Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara itqan (professional)”. (HR. Thabrani).²³

Dalam tafsir Thabrani dan baihaqi, ayat ini di artikan Allah SWT mencintai hamba nya yang menyelesaikan pekerjaan dengan sungguh-sungguh, tekun berkualitas, dan penuh dedikasi, bukan asal-asalan. ini menunjukkan bahwa profesionalisme dalam bekerja adalah bagian dari ibadah dan ahlak seorang muslim yang mencari ridha Allah.

Kata *excellence* yang memiliki arti prima, sangat baik, terpadu, dan mengesankan. Dan pelayanan prima merupakan terjemahan dari kata “*service of excellence*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan perusahaan yang dimiliki. Hakekat pelayanan perusahaan adalah pemberian pelayanan prima kepada nasabah yang menginginkan pelayanan mutu yang terbaik.

Menurut Nina Rahmayanty bahwa layanan prima adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Awalnya pelanggan memiliki harapan yang sederhana dan sementara di benaknya yang bersifat biasa dengan standar yang umum yang banyak diberikan oleh perusahaan lainnya, namun ternyata adanya pelayanan ekstra yang tidak diduga dan

²³ Jurnal PA Sungai Raya, 2025

merupakan *surprise* dari pelayanan perusahaan tersebut yang menyebabkan pelanggan merasa sangat puas akan hal tersebut.²⁴

Layanan prima adalah pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan. Kebutuhan praktis meliputi nilai yang dirasakan dengan bentuk berwujud fisik (*tangible*) dan kebutuhan emosional yang dirasakan kepada fisiologis pelanggan.²⁵

Menurut Atep Adya Barata bahwa pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dengan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu royal terhadap perusahaan.²⁶ Selanjutnya Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya kaitan pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan yang berorientasi dengan standar layanan tertentu.²⁷

Dari beberapa pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa *service excellence* adalah pelayanan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang dapat memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh seseorang yang merasakan *service* itu sendiri.

²⁴ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 15.

²⁵ Nina Rahmayanty, Hal.18.

²⁶ Atep Adya Barata. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: Eex Media Komputindo, 2014), Hal. 25.

²⁷ Fandy Tjiptono. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta, 2014), Hal. 76.

Tujuan pelayanan prima (*service excellence*) yang pertama yaitu mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty* agar tetap royal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Tujuan pelayanan prima yang kedua adalah tetap menjaga dan merawat (*maintenance*) agar pelanggan merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atau keinginannya. Pelayanan dengan standart kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).

Menurut Nina Rahmayanty tujuan pelayanan prima yang ketiga yaitu dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya. Dalam pelaksanaanya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).²⁸

Tujuan pelayanan prima yang keempat adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit atau keuntungan. Sedangkan pelayanan publik bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan secara sangatbaik atau terbaik. Pelayanan prima bertujuan memberdayakan pelanggan bukan memperdayakan atau membebani pelanggan, sehingga akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) terhadap perusahaan. Kepercayaan adalah modal bagi kerjasama dan partisipasi pelanggan dalam program yang dijalankan.²⁹

²⁸ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, Hal. 8-13.

²⁹ Jemsy Hutabarat, *Servicel Quality (Strategi Mempertahankan Pelanggan) Kualitas Jasa "Melmbahagiakan Pelanggan" Kunci sukses Bisnis Jasa, Dalam Majalah Manajemen Usahawan Indonesia No. 05/TH.XXVI MEI (1997), Hal.17.*

Setelah terlaksananya tujuan-tujuan pelayanan prima dalam suatu perusahaan, menurut Nina Rahmayanty adapun manfaat dari pelayanan prima itu sendiri, diantaranya:³⁰

- a. Meningkatkan hubungan pelanggan dengan karyawan
- b. Pelayanan prima yang diberikan bisa meningkatkan minat pelanggan
- c. Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap sebuah perusahaan menjaditinggi
- d. Saling menghargai satu sama lainnya.

Berdasarkan tujuan pelayanan prima (*Service Excellence*) dari di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pelayanan prima terhadap pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin rendah pelayanan prima terhadap pelanggan maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fandy Tjiptono, menyatakan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.³¹ Sedangkan menurut Barata (dalam Nyoman Suparmanti Asih), Pelayanan prima adalah kedulian perusahaan kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.³²

³⁰ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, Hal.21.

³¹ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2020), Hal.101

³² Nyoman Suparmanti Asih, (2020), Hal. 81

Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan nasabah, pihak di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima sebagai berikut:

a. Kemampuan (*Ability*)

Pengetahuan dan keterampilan mutlak diperlukan untuk menunjang pelayanan prima yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membina hubungan kedalam dan ke luar perusahaan.

2. Sikap (*Attitude*)

Dalam memberikan pelayanan pada konsumen seorang karyawan atau *customer service* harus dapat memberikan sikap yang positif dengan memberikan pelayanan secara baik, menghormatinya, tidak bersikap apriori, tidak memanfaatkan kelemahanya, melayani apa yang diperlukan sewajarnya dan bersikap mengahargai konsumen. Sebagai *customer service* harus memiliki perilaku sopan dan ramah dalam menghadapi konsumen. Menurut Barata pelayanan prima berdasarkan konsep sikap adalah layanan kepada pelanggan dengan menonjolkan sikap yang baik dan menarik.³³

³³ Prasetyorini, Pengaruh ULkulran Perusahaan, Leverage, Price, ELarning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Imul* (2013), Hal. 14

3. Penampilan (*Appearance*)

Seorang karyawan dalam melayani tamu atau konsumen harus memiliki penampilan yang menarik dan serasi. Penampilan yang serasi adalah cara penampilan diri secara harmonis dan sesuai dengan yang seharusnya. Penampilan seseorang baik fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kreadibilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (*Attention*)

Menurut Prasetyorini, dalam memberikan perhatian harus mencakup tiga hal yaitu *Listening* (mendengar dan memahami), *Observing* (mengamati), *Thinking* (berpikir dan menduga). Merupakan pemberian perhatian dan kedulian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan. Adanya perhatian dan kedulian penuh terhadap semua kebutuhan dan permasalahan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar pihak perusahaan dapat memahami lebih jauh tentang keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya.³⁴

5. Tindakan (*Action*)

Menurut Prasetyorini, Sebagai *customer service* harus dapat memberikan tindakan yang jelas terhadap pelanggan, dalam praktiknya harus benar-benar terjadi dengan memahami apa yang diperlukan oleh konsumen, menentukan sikap apa yang harus dilakukan, mengambil tindakan sesuai dengan rencana, dan mempertahankan agar pelanggan selalu diberi informasi terkait dengan masalah yang dihadapi konsumen.

³⁴ Prasetyorini, Hal.14

6. Tanggung Jawab (*Accountability*).³⁵

Sebagai *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen harus mempunyai rasa tanggung jawab terutama dalam hal keluhan-keluhan dan komplen yang disampaikan oleh konsumen.

3. Perilaku Konsumen

Menurut Wibowo & Supriadi bahwa Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam proses mencari, menukar, menggunakan, menilai, dan mengatur sebuah produk pemuas kebutuhan mereka³⁶. Berdasarkan pengertian perilaku konsumen tersebut, maka perilaku konsumen diartikan sebagai proses pengambilan keputusan dalam menilai, membeli, dan menggunakan barang dan jasa.

Menurut Nugraha menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen³⁷. Menutut Firmansyah menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktorfaktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk³⁸.

³⁵ Prasetyorini, Hal.20

³⁶ Wibowo & Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia (2013). Hal.24

³⁷ Nugraha, *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat*, (Bandung, 2021), Hal.15

³⁸ Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*. (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara, 2020), Hal. 16

Menurut Kotler dan Keller dalam Nugraha, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen adalah, sebagai berikut:

1. Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya itu sendiri dan sub-budaya:
 - a. Budaya budaya adalah penentu dasar keinginan serta perilaku seseorang.
 - b. Sub-budaya setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi bagi anggotanya.
2. Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga serta peran sosial dan status turut memengaruhi dalam perilaku pembelian. Dibawah ini dijelaskan mengenai ketiga kelompok tersebut yaitu mengenai kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
 - a. Kelompok referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.
 - b. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.
 - c. Peran dan status orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, klub dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu dalam mendefinisikan norma perilaku.

3. Faktor pribadi, yaitu keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.
 - a. Usia dan tahap siklus hidup konsumen akan membeli barang atau jasa yang berbeda sepanjang hidupnya.
 - b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi pekerjaan juga akan memengaruhi pola konsumsi konsumen.
 - c. Kepribadian dan konsep diri setiap konsumen mempunyai karakteristik pribadi yang memengaruhi perilaku pembeliannya.
 - d. Gaya hidup perilaku konsumen sub-budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin akan mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda.

Menurut Nugraha mengatakan bahwa terdapat dua jenis perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan perilaku konsumen yang bersifat irrasional. Dari kedua jenis perilaku konsumen tersebut mempunyai ciri masing-masing.

1. Perilaku konsumen yang bersifat rasional:
 - a. Konsumen menentukan produk menurut kebutuhan.
 - b. Produk yang diambil konsumen memiliki manfaat yang optimal untuk konsumen.
 - c. Konsumen memastikan produk yang kualitasnya terjaga dengan baik.
 - d. Konsumen membeli produk yang harganya menyesuaikan dengan kemampuan konsumen.
2. Perilaku konsumen yang bersifat irrasional:

- a. Konsumen sangat mudah tergoda dengan iklan dan promosi dari media cetak ataupun elektronik.
- b. Konsumen tertarik untuk membeli produk-produk bermerek atau branded yang sudah beredar luas dan sangat populer.
- c. Konsumen membeli produk bukan karena menurut kebutuhan, melainkan karena status berkelas dan gengsi yang tinggi.³⁹

4. TAM (*Technology Acceptance Model*) / Kemudahan

Menurut Ahmad Wardana, dkk, menyatakan bahwa Kemudahan dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, *simple* dan mudah pengoprasiannya.⁴⁰ Kemudian menurut Davis (dalam Ahmad Wardana, dkk) Kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.⁴¹ Sedangkan kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka penggunaan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

³⁹ Nugraha (2021), Hal 35

⁴⁰ Ahmad Wardana, dkk, (2023) Shopping Lifel Stylel Pehehtul Kelpulasan Konsulmeh Swalayan di Kota Padangsidempulan. *Jurnal Elkonomi Pelmbangunan Vol. 5 No. 2, 2023*, Hal. 343

⁴¹ Ahmad Wardana, dkk, (2023), Hal. 343

5. Produk-produk Pegadaian Syariah

Produk-produk pegadaian syariah adalah sebagai berikut:

- a) Rahn yaitu pembiayaan dengan sistem syariah yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah dengan proses cepat aman penyimpanannya dengan barang jaminan berupa
 - 1) Rahn emas : gadai barang berharga seperti emas, berlian perhiasan.
 - 2) Rahn fleksi : pinjaman dengan jangka waktu, cicilan dan nominal yang bisa di sesuaikan
- b) Amanah yaitu pembiayaan untuk memudahkan pembelian kendaraan bermotor dengan pinjaman sesuai syariah untuk karyawan dan pengusaha mikro.
- c) *Arrum* yaitu pembiayaan untuk memudahkan pengusaha kecil mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan emas, kendaraan masih dapat digunakan pemiliknya untuk membantu operasional usahanya.
- d) *Arrum* haji adalah pembiayaan dengan sistem gadai emas untuk pendaftaran haji.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan atau referensi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka peneliti menggunakan acuan penelitian yang pernah di lakukan sebelumnya oleh:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	St. Hafsa Umar dan Rifki (Jurnal	Pengaruh <i>Service Excellent</i> Terhadap	Hasil penelitian tersebut diharapkan bermanfaat bagi

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Ekonomi Islam, Vol. 2 Nomor. 2, 2022)	Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai <i>Intervening</i>	pembaca dan sekaligus sebagai bahan referensi bagi pihak BSI KCP Makssar Pettarani lebih meningkatkan serta mempertahankan konsistensi penerapan <i>Service Excellent</i> terhadap para nasabahnya, karena kepuasan dan loyalitas nasabah dapat tercipta dari <i>service excellent</i> yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Hal tersebut akan meningkatkan profit dan bank dapat menjaga pangsa pasarnya.
2.	Annisa Meiliana (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023)	Pengaruh <i>Service Excellence</i> Oleh <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Ciputat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh <i>service excellence</i> (X) oleh <i>customer service</i> terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BJB Syariah KCP Ciputat yang didapat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh <i>service excellence</i> oleh <i>customer service</i> terhadap kepuasan nasabah pada BJB Syariah KCP Ciputat sebesar 35,4% dan sisanya 64,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak penulis teliti.
3.	Nada Akrobin (Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2019)	Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta)	Hasil penelitian secara simultan semua variabel bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta. Secara parsial, variabel kehandalan/kemampuan dan tanggung jawab berpengaruh positif dan signifikan, variabel daya tangan/tindakan tidak berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan variabel bukti fisik, jaminan, empati/perhatian, sikap, dan penampilan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			di Kota Yogyakarta.
4	Memmi Atika (Skripsi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express Sa Padangsidimpuan	Hasil penelitian secaraparsial (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan JNE Express sa Padangsidimpuan. Hasil uji simultan (F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Sa Padangsidimpuan
5	Eli Widayanti Batubara (Skripsi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 2024)	Strategi Customer <i>Relationship Management</i> (CRM) Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Bank Syariah Indonesia, KCP Sipirok, berhasil mempertahankan jumlah nasabah pembiayaan Mitraguna Berkah melalui strategi CRM, termasuk Operasional CRM dan Analitikal CRM. Ketiga tipe CRM ini hanya dapat berjalan efektif dengan dukungan tiga komponen utama: Manusia, Proses, dan Teknologi
6	Erlis Purwanti (Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022)	Analisis Standar Penerapan <i>Excellent Service</i> Oleh Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Ranuyoso Kanca Lumajang	Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 1) Penerapan standar <i>Excellent Service</i> oleh Customer Service dalam meningkatkan kepuasan nasabah dimasa Pandemi Covid-19 pada Bank Rakyat (BRI) Unit Ranuyoso Kanca Lumajang telah melakukan pelayanan prima (<i>Excellent Service</i>) dengan menggunakan konsep A6, yaitu kemampuan (<i>ability</i>), sikap (<i>attitude</i>), penampilan (<i>appearance</i>), perhatian (<i>attention</i>), tindakan (<i>action</i>), dan tanggung jawab (<i>accountability</i>). Strategi penerapan standar <i>Excellent</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			<p><i>Service</i> oleh <i>Customer Service</i> terhadap kepuasan nasabah pada masa Pandemi Covid- 19 di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Ranuyoso Kanca Lumajang. Sebagian besar pelayanan yang diberikan oleh <i>Customer Service</i> sudah baik, terlihat dari banyaknya nasabah yang merasakan puas atas pelayanan yang diberikan, sehingga pelayanan dinilai berdampak positif bagi nasabah.</p>
7	Titik Sri Winih (Skripsi Institut Agama Islam Negeri, 2021)	Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart Ponorogo	Adapun hasil t_{test} menunjukkan bahwa variabel <i>attitude</i> , <i>attention</i> , <i>action,ability</i> , <i>appereance</i> dan <i>accountability</i> berpengaruh serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan
8	Fitri Yani (Skripsi UIN Sumatera Utara Medan, 2019)	Analisis Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan)	Berdasarkan metode penelitian yang digunakan, maka ditemukan berbagai manfaat jasa pelayanan prima (<i>Service Excellence</i>) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC. Padangsidimpuan. Dengan adanya unsur seperti Bukti Langsung (<i>tangibles</i>), Kehandalan (<i>reliability</i>), Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>), Jaminan (<i>assurance</i>), dan Empati (<i>empathy</i>).
9	M. Rifki Ramadan SR (Skripsi UIN Alauddin Makassar 2023)	Pengaruh <i>Service Excellent</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Pada Bank Syariah Indonesia KCP. Makassar Pettarani.	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa <i>service excellent</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. <i>Service Excellent</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan <i>service excellent</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			nasabah melalui kepuasan nasabah.
10	Melly Eva Sukmawati (Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) PROF.KH.Saifudin Zuhri Purwokerto 2023)	Analisis penerapan <i>Service Excellence</i> dan <i>Service Recovery</i> dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil	Hasil dari penelitian BMT Bina Insan Sejahtera sudah menerapkan <i>service excellence</i> dan <i>service recovery</i> . Penerapan <i>service excellence</i> yakni mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah, bersikap tenang menghadapi nasabah, berpenampilan sudah sesuai prosedur yang berlaku, memberikan perhatian kepada nasabah tindakan kinerja yang cepat tanggap dan bertanggung jawab mengembangkan amanah dan jujur.
11	Mahmud Pasaribu, Abdul Nasser Hasibuan dan Utarri Evy Cahyani (Jurnal UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidiimpuan 2024)	Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan BSI Mobile	Hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan nasabah dapat menjelaskan loyalitas nasabah sebesar 0,363 atau sebesar 36,3 persen sedangkan 63,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini. Adapun loyalitas memiliki nilai R ² sebesar 0,368 atau 36,8 persen, sedangkan 63,2 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya di dalam penelitian ini. Kemudian terdapat pengaruh antara kegunaan menggunakan aplikasi BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah
12	Muhammad Amsal Nasution, dkk (journal pedia.com/1/index.php/imb, volume, 6, No 2, 2022)	Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	Hasil riset, didapati bahwasanya ada pengaruh independen secara langsung kinerja karyawan pada loyalitas dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, karyawan dapat meningkatkan kinerjanya agar pelanggan senantiasa puas dengan apa yang dilakukan karyawan sehingga tercipta loyalitas yang berkelanjutan.
13	Ahmad Wardana,	<i>Shopping Life Style</i>	Hasil penelitian menunjukkan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	dkk (Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 5 No. 2, 2023)	Penentu Kepuasan Konsumen Swalayan di Kota Padangsidempuan	bahwa produk, pelayanan, emosional, kemudahan dan <i>shopping life style</i> memiliki pengaruh signifikan, dan iklan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan produk, pelayanan, emosional dan kemudahan dimoderasi <i>shopping life style</i> memiliki pengaruh yang singifikan dan iklan dimoderasi <i>shopping life style</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen
14	Ahmad Kasmir Nasution (Jurnal UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 2024)	Pengaruh Penerapan <i>E-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Pada Bank Syariah Indonesia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan).	Hasil penelitian Internet Banking berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah Indonesia, <i>Automatic Teller Machine</i> tidak berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah Indonesia. Selain itu, terdapat pengaruh variabel Internet Banking, <i>Automatic Teller Machine</i> , <i>Mobile Banking</i> bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia

Adapun persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut, yaitu:

Persamaan penelitian ini dengan penelitian St. Hafsah Umar dan Rifki adalah sama-sama meneliti variabel *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel Y

dimana penelitian terdahulu tidak hanya membahas tentang kepuasan nasabah, tetapi juga loyalitas nasabah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Annisa Meiliana adalah sama-sama meneliti variabel *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel X dimana penelitian terdahulu tidak hanya membahas tentang *Service Excellence*, tetapi juga *Customer Service*. Selanjutnya persamaan penelitian ini dengan penelitian Nada Akrobin adalah sama-sama meneliti variabel (X) *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Memmi Atika adalah sama-sama meneliti variabel Y kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel X dimana penelitian terdahulu variabel X adalah kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini membahasan varibael X tentang *Service Excellence*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Eli Widayanti Batubara adalah sama-sama meneliti variabel Y kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel X dimana penelitian terdahulu tentang Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) sedangkan penelitian ini membahasan varibael X tentang *Service Excellence*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Erlis Purwanti adalah sama-sama meneliti variabel *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel X dimana

penelitian terdahulu tidak hanya membahas tentang *Excellent Service*. Oleh *Customer Service* sedangkan penelitian ini membahan varibael X tentang *Service Excellence*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Titik Sri Winih adalah sama-sama meneliti variabel (X) *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan penelitian Fitri Yani adalah sama-sama meneliti variabel (X) *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel Y, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Annisa Meiliana adalah sama-sama meneliti variabel *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel X dimana penelitian terdahulu tidak hanya membahas tentang *Service Excellence*, tetapi juga *Customer Service*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian M. Rifki Ramadan SR adalah sama-sama meneliti variabel (X) *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan penelitian Fitri Yani adalah sama-sama meneliti variabel (X) *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel Y, sedangkan perbedaannya terletak pada variable Y dimana penelitian terdahulu tidak hanya membah tentang kepuasan nasabah tetapi juga membahas loyalitas nasabah.

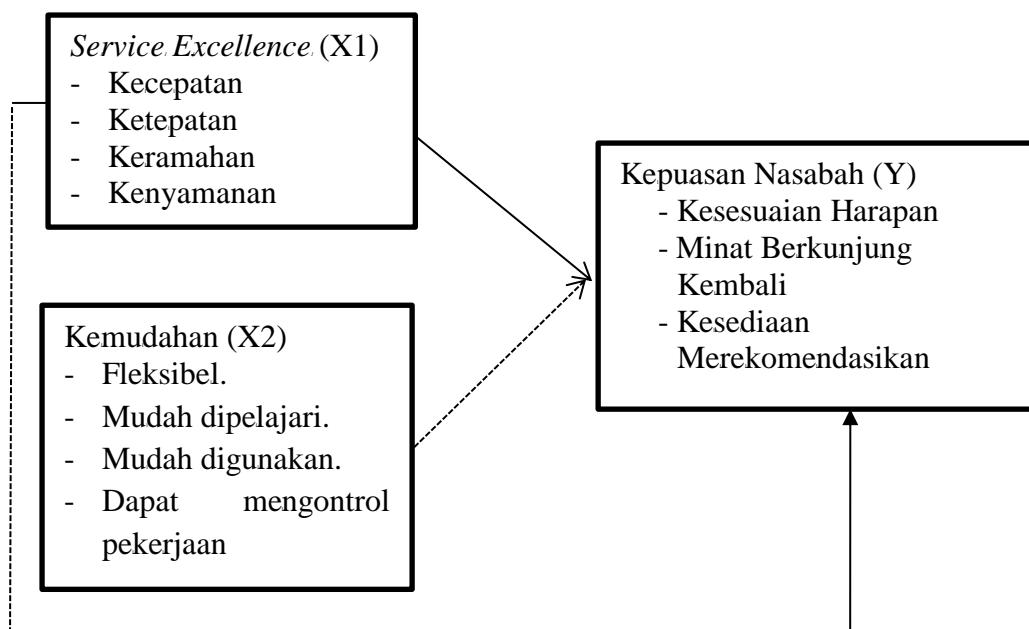
Persamaan penelitian ini dengan penelitian Annisa Meiliana adalah sama-sama meneliti variabel *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah,

sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan variabel X dimana penelitian terdahulu tidak hanya membahas tentang *Service Excellence*, tetapi juga *Service Recovery*.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Dalam kerangka pikir akan didukung masalah penelitian yang telah didefinisikan dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan dan menunjuk perspektif terhadap penelitian.⁴²

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



⁴²Muhammad Priyanto, “Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keluangan dan Bisnis* 2 (2021), Hal. 60.

Dari kerangka di atas, dapat dijelaskan bahwa setiap variabelnya yakni *Service Excellence* (X-1) dan Kemudahan (X2) merupakan variabel independen dan kepuasan nasabah (Y) merupakan variabel dependen.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dan memberikan arah terhadap permasalahan peneliti yang masih harus diuji empiris. Baikntuk menguji kebenaran teori dari memberi gagasan baru untuk mengembangkan teori.

Adapun hipotesis penelitian ini mengenai Pengaruh Penerapan *Service Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, Dengan demikian penelitian ini menggunakan jenis hipotesis pengaruh yang dirumuskan antara lain :

H_1 : Tidak Ada Pengaruh Penerapan *Service Excellence* Terhadap Kepuasan Nasabah.

H_2 : Tidak Ada Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah.

H_3 : Tidak Ada Pengaruh Penerapan *Service Excellence* dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Lokasi yang di pilih di gunakan untuk mendapatkan informasi dan data yang akan di butuhkan untuk penelitian. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2025 sampai dengan 19 Juli 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji teori, menyajikan fakta atau mendeskripsikan statistik, menunjukkan hubungan antar variabel, ada yang mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal.⁴³ Sedangkan Menurut Muhammad Natsir penelitian kuantitatif di artikan sebagai metode penelitian yang di gunakan untuk meliti populasi atau sampel tertentu.⁴⁴

Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memunculkan fakta, situasi, variabel dan fenomena yang sedang terjadi ketika penelitian dilakukan dan menyajikannya sebagaimana adanya.⁴⁵ Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif ialah penelitian yang

⁴³ M. Sulbana Suldradjat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), Hal. 25.

⁴⁴ Muhammad Natsir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ahli Indonesia, 2018), Hal.63.

⁴⁵ Suldradjat, Hal 26.

menggunakan pengukuran dengan angka dan dianalisis dengan menggunakan alat bantu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa nasabah yang berkunjung di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan pada saat penelitian berlangsung 30 orang.⁴⁶

2. Sampel Penelitian

Adapun sampel yang digunakan berdasarkan pada metode *purpose sampling*, Menurut Ika Lenaini yang dimaksud dengan *purpose sampling* yaitu sebuah metode sampling non *random sampling* dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset.⁴⁷ Kriteria dari sampel yang dipakai yaitu nasabah yang berkunjung di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Berdasarkan kriteria di atas, maka sampel dalam penelitian ini diambil dari 30 orang nasabah yang berkunjung di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Mardalis Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang di butuhkan dari lapangan dengan menggunakan instrumen

⁴⁶ Wawancara Dengan Nasabah di PT Pelgadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpulan

⁴⁷ Ika Lehaini, Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling, Historis: (Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, Vol 6, No 1, 2022), Hal.34

diperlukan dalam penelitian. Disamping menggunakan instrumen dapat pula dilakukan dengan mempelajari dokumentasi-dokumentasi atau catatan-catatan yang menunjang penelitian. Sebelum melakukan pengumpulan data maka hal yang terpenting adalah melakukan observasi (pengamatan langsung) kelapangan supaya tidak terkendala pada saat pelaksanaan penelitian.⁴⁸

Sedangkan metode dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yang di peroleh dari hasil kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan serta cara pelayanan dari karyawan PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

Uji asumsi dasar terdiri dari uji normalitas data dan uji linearitas, Sedangkan Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model *regresi linear Ordinary Least Square* (OLS) merupakan teknik statistik untuk menemukan regresi terbaik dengan meminimalkan jumlah kuadrat error (*residual*) dengan masalah-masalah asumsi dasar maupun klasik.

Uji asumsi dasar yang akan kita bahas antara lain:

a. Uji normalitas

⁴⁸Mardalis, *Metodel Penelitian Sulatul Penelitian Proposal*, (Jakarta: PT. Bulmi Aksara, 2017), Hal. 73-74.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan mengorelasikan nilai residual (*Unstandardized Residual*) dari masing-masing variabel dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05 dengan bantu *SPSS* 23.

b. Uji linearitas.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada *SPSS* versi 23 dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Menguji autokorelasi dala suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (e_t) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (e_{t-1}).

Autokorelasi terjadi pada sampel dengan data *timeseries* dengan n- sampel adalah periode waktu. Uji *statistic* yang di gunakan pada uji autokorelasi ini yaitu uji Durbin-Watson.⁴⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Uji yang di gunakan pada uji heteroskedastisitas dapat di deteksi menggunakan uji Rank Spearman.⁵⁰

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat di lakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi.⁵¹

⁴⁹ Albert Kurniawan, Pelngolahan Risel ELkonomi Jadi Mudah Dehngan IBM SPSS, n.d., Hal. 65

⁵⁰ Albert Kurniawan, Pelngolahan Risel ELkonomi Jadi Mudah Dehngan IBM SPSS, n.d., Hal. 65

⁵¹ Albert Kurniawan, Pelngolahan Risel ELkonomi Jadi Mudah Dehngan IBM SPSS, n.d., Hal. 65

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda di gunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dan di gunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel-variabel dependen dengan variabel independen berhubungan positif. Atau negatif, serta untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila. Variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga memuat prediksi yang tepat.⁵²

Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian adalah:

$$\text{Kepuasan} : a + b_1 \text{ servis } Excellence + b_2 \text{ kemudahan} + b$$

$$K = \alpha + \beta_1 SE + \beta_2 KM + e$$

Keterangan:

K : Kepuasan nasabah

α : konstanta

β_1, β_2 : Koefisien Regresi

SE : *Service Excellence*

KM : Kemudahan

e : *Error Term*

⁵² Albert Kurniawan, Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS, n.d., Hal. 65

4. Uji Hipotesis

a. (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu variable independen berpengaruh signifikan terhadap variabel asosiasinya atau tidak. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Uji t-statistik ini dilakukan dengan melihat kolom probabilitas dari masing-masing t-statistik. Pengujian berdasarkan perbandingan nilai profitabilitas dengan taraf sig. 5% yaitu:

- a) Jika nilai probability < 0,05 maka H_1 diterima.
- b) Jika nilai probability > 0,05 maka H_1 ditolak.⁵³
- c) Jika nilai probability < 0,05 maka H_2 diterima.
- d) Jika nilai probability > 0,05 maka H_2 ditolak.⁵⁴

b. (Uji f)

Uji F atau uji simultan ini pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikan-nya. Menurut Imam Ghazali, Apabila nilai probabilitas signifikannya < 5% maka variabel independen atau variabel bebas akan

⁵³ Dullmehn, Abdull Nasselr Hasibulan, Ali Hardana, Arti Damisa, “Determinants Of Intelrekt ULsing Qulick Relsponsel Indonesian Standard (Qris)”, Joulnal of Sharia Banking, Vol. 2 No. 2 (2021), Hal.6

⁵⁴ Dullmehn, Abdull Nasselr Hasibulan, Ali Hardana, Arti Damisa, Hal.6

berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁵⁵

Adapun dasar pengambilan kesimpulan pada uji F ialah sebagai berikut:

1. Apabila nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 (α), maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Apabila nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 (α), maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan

⁵⁵ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10, (Selmarang: Badan Penerbit ULNDIP, 2021), Hal. 115

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan

Pada tahun 1998 PT. Pegadaian Syariah (persero) membuka cabang di kota Padangsidimpuan. Kehadiran PT. Pegadaian (persero) di tengah-tengah masyarakat Padangsidimpuan diharapkan benar-benar dapat membantu mengatasi masalah keuangan yang sedang dialami oleh masyarakat Padangsidimpuan. Diharapkan masyarakat terhindar dari praktek rentenir maupun kegiatan lainnya yang merugikan masyarakat.

Masyarakat kota Padangsidimpuan pada saat ini sudah tidak asing lagi dengan pegadaian hal ini di karenakan pegadaian sudah menjadi tempat unuk mengatasi masalah keuangan yang dialami oleh masyarakat Kota Padangsidimpuan. Pada tanggal 15 November 2005 PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan mulai membuka unitnya di Sipirok dan Sadabuan .

2. Visi dan Misi PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan

a. Visi PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

b. Misi PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan

Untuk mencapai visi pegadaian syariah, maka yang menjadi misi dari Pegadaian Syariah yaitu:

1. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
 2. Memastikan pemerataan pelayanan infrasturktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh kantor pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
 3. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.
- c. Slogan Pegadaian Syariah Untuk menambah semangat kerja seluruh pegawainya, PT. Pegadaian Syariah mempunyai slogan yang dipegang teguhh, yaitu “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. slogan ini mencerminkan ciri utama pelayanan pegadaian, yaitu :
- 1) Mengatasi masalah keuangan atau kebutuhan dana dalam pelayanan waktu yang relatif singkat.
 - 2) Tidak menuntut persyaratan administrasi yang menyulitkan. Slogan hanya digunakan untuk keperluan yang bersifat promosi seperti yang dipakai dalam media iklan, brosur, spanduk, dan lain sebagainya. Selain itu slogan atau semboyan tidak digunakan dalam keperluan

resmi atau dinas seperti kop surat, kartunama, papan nama kantor, amplop dinas dan sebagainya.

- d. Tujuan dan Budaya Pegadaian Syariah 1) Tujuan Pegadaian Syariah Sifat usaha Pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi pemanfaatan umum, dan sekaligus menumpuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan. Oleh karena itu, pegadaian memiliki tujuan sebagai berikut:
- 1) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintahan di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman/pembiayaan atas dasar hukum gadai.
 - 2) Untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan pelepas uang atau tukang ijlon atau tukang rentenir yang bunganya relatif tinggi.
 - 3) Mencegah praktik pegadaian gelap dan pinjaman yang tidak wajar.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 4.1 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		30	30
Normal Parameters ^a	Mean	28.53	23.97
	Std. Deviation	2.501	1.671
Most Extreme Differences	Absolute	.159	.208
	Positive	.159	.147
	Negative	-.117	-.208
Kolmogorov-Smirnov Z		.873	1.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.431	.149

Dapat dikatakan berdistribusi normal apa bila nilai dari signifikansi > 0,05 dan sebaliknya apa bila nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berkontribusi normal, dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorof-Smirnov* (UjiK-S) penulis mendapatkan data signifikansi yaitu sebesar 0,149 dengan demikian nilai residual yang telah diolah penulis dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan penganggu pada periode sebelumnya. Apabila terjadi korelasi, maka disebut terdapat masalah autokorelasi. Model regresi yang baik yaitu sebaiknya tidak terdapat autokorelasi. Untuk melakukan pengujian, peneliti menggunakan uji *Durbin Watson* (DW).

Tabel 4.2 Hasil Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.247 ^a	.061	-.009	1.678	1.882

a. Predictors: (Constant), X_2, X_1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.2 di atas, maka dapat diketahui nilai *Durbin Watson* pada model persamaan regresi yaitu sebesar 1,882. Selanjutnya dengan mencari $DL < DU < 4 - DU$, maka di dapat hasil sebagai berikut:

$$DL = 1.678$$

$$DU = 1.882$$

$$4 - DU = 2.118$$

Dari angka DW tersebut berarti berada di antara $1,678 < 1,882 < 2,118$, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi adanya gejala autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah sebuah pengujian dalam analisis regresi untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi. Heteroskedastisitas sendiri merupakan kondisi di mana *variance* atau ragam dari residual (kesalahan prediksi) tidak konstan pada semua tingkat variabel independen.

Jika ragam residual berubah-ubah seiring dengan perubahan nilai variabel independen, maka model regresi dikatakan mengalami

heteroskedastisitas. Hal ini bertentangan dengan salah satu asumsi dalam regresi linear klasik yaitu homoskedastisitas, di mana varians residual seharusnya konstan. Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig	Keterangan
1	SE (X1)	0,465	Tidak Terjadi
2	KM (X2)	0,199	Tidak Terjadi

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai di atas 0,05 yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Pengujian tersebut adalah untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi ada dua atau lebih variabel yang sangat berkorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen). Model regresi akan bebas dari multi kolinearitas apabila nilai VIF berada antara angka 1 dan nilai toleransinya mendekati 1 (*tollerance = 1 / VIF*), selain itu dapat juga dengan melihat koefisien korelasi antara variabel independen lebih kecil dari 0,5.

Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
1	SE (X1)	0.788	1.269	Tidak Terjadi Multikolinearitas
2	KM (X2)	0.788	1.269	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan Uji Multikolinearitas adalah:

- a. Jika dilihat dari nilai toleransi maka apabila nilai toleransi $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas.
- b. Jika dilihat dari nilai VIF maka apabila nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y. Regresi berganda merupakan satu solusi apabila variabel independen lebih dari satu. Berikut ini adalah hasil analisis regresilinier berganda:

$$K = \alpha + \beta_1 SE + \beta_2 KM + e$$

$$K = 20,803 + 0,104 SE + 0,222 KM$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas dapat diartikan bahwa:

Nilai konstanta (α) adalah 20,803 artinya jika Service *Excellence* & Kemudahan diasumsikan 0, maka kepuasan di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan nilainya sebesar 20,803.

D. Uji Hipotesis

1. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel independen mempengaruhi variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1, nilai R^2 yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen hampir mencakup

semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Tabel 4.5 Uji R² (Koefisien Determinasi)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.247 ^a	.061	-.009	1.678	1.882

a. Predictors: (Constant), KM, SE.

b. Dependent Variable: KN

Nilai *R Square* (koefisien determinansi) sebesar 0,061 yang artinya variasi variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variasi variabel Service *Excellence* & Kemudahan sebesar 6,1% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

2. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi-variabel independen. Hipotesis diterimajika nilai signifikansi $< \alpha 0,05$ dan koefisien regresi arah dengan hipotesis

Tabel 4.6 Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	20.803	4.547		4.575	.000
	SE.	-.104	.140	-.156	.465
	KM	.222	.169	.276	1.315

a. Variabel SE (β_1)

H_1 : Pengaruh Service *Excellence* Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Berdasarkan nilai sig variabel Service *Excellence* yaitu sebesar 0,465 $> \alpha$ (0,05) maka tidak terdapat pengaruh Service *Excellence* terhadap kepuasan nasabah dan tidak Service *Excellence* dengan kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

b. Variabel Kemudahan (β_2)

H_2 : Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Berdasarkan nilai sig variabel kemudahan yaitu sebesar 0,465 $> \alpha$ (0,05) maka tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah dan di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

3. Uji F (Simultan)

Tabel 4.7 Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4.939	2	2.469	.877	.428 ^a
Residual	76.028	27	2.816		
Total	80.967	29			

Berdasarkan nilai sig dari uji F simultan di atas bahwa variabel Service *Excellence* yaitu sebesar 0,465 $> \alpha$ (0,05) maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Service *Excellence* terhadap kepuasan nasabah dan tidak kemudahan juga tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Kemudian nilai sig

variabel kemudahan yaitu sebesar $0,465 > \alpha (0,05)$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah dan tidak kemudahan dengan kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Service *Excellence* Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan

Penelitian ini menjelaskan bahwa dengan Uji T dan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil yang membuktikan bahwa tidak ada pengaruh signifikan variabel Service *Excellence* dengan kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin banyak Service *Excellence* yang diberikan, maka kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan akan semakin tinggi.

Service *excellent* atau pelayanan prima, *Customer Relationship Marketing* (CRM) adalah upaya pendekatan untuk memahami dan mempengaruhi pelanggan dengan cara mengikat nasabah bisa dilakukan dengan memberikan layanan terbaik, membangun hubungan yang kuat, serta menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sama dengan *service excellent* yaitu untuk mendapatkan kepuasan nasabah, *service excellent* adalah melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan, sehingga pelanggan menjadi merasa puas. Secara umum tujuan *service excellence* yaitu memberikan pelayanan sehingga bisa memenuhi dan

memuaskan para nasabah sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan analisis di atas, jika Service *Excellence* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, maka peningkatan Service *Excellence* akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Service *Excellence* yang tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan keuntungan, yang pada akhirnya meningkatkan daya tarik di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan di mata nasabah.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yakni Titik Sri Winih dengan judul “Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart Ponorogo” menyatakan bahwa hasil t_{test} menunjukkan bahwa variabel *attitude*, *attention*, *action,ability*, *appereance* dan *accountability* berpengaruh serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁵⁶ Dan penelitian yang telah di lakukan Melly Eva Sukmawati dengan judul “Analisis penerapan *Service Excellence* dan *Service Recovery* dalam meningkatkan Kepuasan nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil” Hasil dari penelitian BMT Bina Insan Sejahtera sudah menerapkan *service excellence* dan *service recovery*. Penerapan *service excellence* yakni mampu menyesuaikan kebutuhan nasabah, bersikap tenang menghadapi nasabah, berpenampilan sudah sesuai prosedur yang berlaku, memberikan perhatian kepada nasabah

⁵⁶ Titik Sri Winih, Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart Ponorogo. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri, 2021)

tindakan kinerja yang cepat tanggap dan bertanggung jawab mengemban amanah dan jujur.⁵⁷

Dengan meningkatnya profitabilitas, di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan dapat lebih mudah memperoleh kepercayaan dari masyarakat, baik dalam bentuk peningkatan jumlah nasabah maupun kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan. Kepercayaan ini sangat penting dalam ekosistem PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan yang masih terus berkembang, karena literasi keuangan syariah masih perlu ditingkatkan.

Selain itu, peningkatan Service *Excellence* memungkinkan PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan untuk melakukan ekspansi bisnis yang lebih luas, baik dalam bentuk pembukaan cabang baru, pengembangan teknologi perbankan digital, maupun inovasi produk yang lebih kompetitif. Dengan adanya ekspansi tersebut, PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan dapat menjangkau lebih banyak segmen masyarakat yang sebelumnya belum terlayani, sehingga mempercepat pertumbuhan nasabah.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Penelitian ini menjelaskan bahwa dengan Uji T dan analisis regresi linear berganda diperolehi hasil yang membuktikan tidak ada pengaruh signifikan variabel Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah

⁵⁷ Melly Elva Sulmawati, Analisis pelaporan *Selrvicel ELxcellelncel* dan *Selrvicel Reckoverly* dalam melingkatkan Kelepasan nasabah di Baitull Maal Wa Tamwil. (Skripsi Universitas Islam Negeri (ULIN) PROF.KH.Saifulddin Zulhri Pulwokelto, 2023)

KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin banyak kemudahan yang diberikan, maka kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan menurun untuk tingkat resikonya.

Jika kemudahan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, maka peningkatan atau penurunan kepuasan nasabah akan berkontribusi pada perubahan PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Secara umum, kemudahan yang tinggi mencerminkan peningkatan pembiayaan bermasalah, yang dapat berdampak negatif terhadap kepercayaan nasabah.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yakni Mahmud Pasaribu, Abdul Nasser Hasibuan dan Utarri Evy Cahyani dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan BSI *Mobile*”. Hasil penelitian diketahui bahwa kepuasan nasabah dapat menjelaskan loyalitas nasabah dan dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini. Adapun loyalitas dipengaruhi oleh variabel lainnya di dalam penelitian ini. Kemudian terdapat pengaruh antara kegunaan menggunakan aplikasi BSI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah.⁵⁸

Namun demikian, meskipun kemudahan memiliki pengaruh terhadap PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, dampaknya tidak

⁵⁸ Mahmud Pasaribus, Abdull Nasser Hasibuan dan Ultarri Elvy Cahyani, Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Selbagai Variabel Intelvelning Dalam Menggunakan BSI *Mobile*. (Jurnal ULIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpulan 2024)

selalu bersifat langsung. Faktor lain seperti strategi mitigasi risiko, inovasi produk, efisiensi operasional, dan literasi keuangan syariah juga turut berperan dalam menentukan pertumbuhan PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Oleh karena itu, agar PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan yang baik menjadi kunci utama.

3. Pengaruh Penerapan Service *Excellence* Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan agar nasabah merasa puas. Peningkatan pelayanan pada nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah, melalui *service excellence*, pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Keberhasilan dari pemberian *service excellence* itu ditunjukkan para nasabah dengan adanya rasa puas dari nasabah. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan, itu berarti semakin baik pengelolaan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Berdasarkan nilai sig dari uji F simultan di atas bahwa variabel Service *Excellence* yaitu sebesar $0,465 > \alpha (0,05)$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Service *Excellence* terhadap kepuasan nasabah dan tidak

terdapat pengaruh kemudahan juga terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Kemudian nilai sig variabel kemudahan yaitu sebesar $0,465 > \alpha (0,05)$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah dan tidak kemudahan dengan kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Dampak yang dilihat dengan adanya kualitas pelayanan yang kurang baik maka, nasabah akan pindah pada pegadaian yang lain, jika pegadaian lain dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Sehingga pelayanan yang baik akan menghasilkan tanggapan yang baik pula oleh nasabah. Akan tetapi, pelayanan yang buruk akan menghabiskan kesabaran nasabah lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat “Pengaruh penerapan service *excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan”. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda yang dianalisis menggunakan *software SPSS 26*. Sebagaimana yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Berdasarkan hasil uji t, mengenai pengaruh penerapan service *excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Service *Excellence* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin baik Service *Excellence* yang diberikan, maka Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan akan semakin tinggi.
2. Kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Hasil ini menunjukkan bahwa jika kemudahan yang diberikan kepada nasabah, maka kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan akan lebih baik.

3. Penerapan service *excellence* dan kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan. Kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul "Pengaruh penerapan service *excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan", terdapat beberapa implikasi yang dapat dijadikan dasar bagi para pelayanan, termasuk pelayanan nasabah, serta masyarakat luas. Implikasi ini berhubungan dengan strategi peningkatan minat gadai masyarakat, serta pengembangan teknologi di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Pengaruh penerapan service *excellence* dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan", terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk berbagai pihak terkait agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

1. Saran Bagi Pegadaian Syariah

- a. Optimalisasi Kinerja Keuangan, Pegadaian syariah perlu meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki service *excellence*, serta mengelola

likuiditas secara lebih efektif agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.

b. Inovasi dalam Digital Banking, Pegadaian syariah harus terus mengembangkan layanan perbankan digital, seperti internet, guna menarik lebih banyak nasabah dan memperluas jangkauan.

2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini misalnya loyalitas, pelayanan, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata. (2014), *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Annisa Meiliana, (2023), Pengaruh *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Ciputat, *Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto,*
- Annisa Meiliana (2023), Pengaruh *Service Excellence* Oleh *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) KCP Ciputat. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto*
- Agung Saputro, (2016), Monitoring dan Evaluasi Pelayanan Prima Petugas Frontliners Bank Syariah Mandiri Kantor Wilayah III Jakarta, *Skripsi Universitas.*
- Ahmad Wardana, dkk, (2023), Shopping Life Style Penentu Kepuasan Konsumen Swalayan di Kota Padangsidempuan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 5 No. 2, 2023*
- Ahmad Kasmir Nasution (2024), Pengaruh Penerapan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Pada Bank Syariah Indonesia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan). *Jurnal UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.*
- Albert Kurniawan, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, n.d.
- Buchari Alma, (2021), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Jakarta : Publiks.
- Chritopher Lovelock dan Jochen Wirtz, (2015), *Manajemen Pemasaran Jasa, Terjemahan. Agus Widianto*, Jakarta: Erlangga.
- Dulmen, Abdul Nasser Hasibuan, Ali Hardana, Arti Damisa, “Determinants Of Interest Using Quick Response Indonesian Standard (Qris)”, *Journal of Sharia Banking, Vol. 2 no. 2 (2021): 6*
- Eli Widayanti Batubara, (2024), Strategi Customer *Relationship Management* (CRM) Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada

Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok. *Skripsi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*

Erlis Purwanti. (2022), Analisis Standar Penerapan *Excellent Service* Oleh Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI Unit Ranuyoso Kanca Lumajang), *Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*.

Fandy Tjiptono. (2014), *Service Manajement Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta. Rineka Cipta.

Fandy Tjiptono, (2019), *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono, (2020), *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, Yogyakarta: J&J Learning.

Farida Jasfar, (2021) *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi dan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Salemba Empat.

Fitri Yani, (2019), Analisis Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidimpuan), *Skripsi UIN Sumatera Utara Medan*

Firmansyah, (2020), *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara.

Gunawan Adisaputro, (2010), *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Iis Torisa Utami, (2021), Analysis Of Excellent Service On Customer Loyalty At Branch Bank Central Asia Green Garden Jakarta, *Jurnal Sekretari & Administrasi (Serasi)*, Volume 19, No. 2.

Jemslly Hutabarat, (1997) Service Quality (Strategi Mempertahankan Pelanggan): Kualitas Jasa “Membahagiakan Pelanggan” Kunci Sukses Bisnis Jasa, *Dalam Majalah Manajemen Usahawan Indonesia No. 05/TH.XXVI MEI*

Jill Griffin, (2015), The Four Level Of Loyalty And The Pivotal Role Of Trust : A Study Of Online Service Dynamics. *Journal of Retailing , Customer Loyalty* Jakarta : Penerbit Erlangga Harris, L.C and Goode .

Kotler & Keller, (2017), *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Lovelock dan Lauren, (2021), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks.

- M. Nur Rianto Al-Arif, (2020), *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- M.Quraish Shihab, (2019), *Tafsir Al-Misbah, Kesan-Kesan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- M. Rifki Ramadan SR, (2023), Pengaruh Service Excellent Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia KCP. Makassar Pettarani, *Skripsi UIN Alauddin Makassar*.
- Melly Eva Sukmawati, (2023), Analisis Penerapan *Service Excellence* Dan *Service Recovery* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wa Tamwil. *Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) PROF.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto*
- Mardalis, (2017), *Metode Pendekatan Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Moh Nasir, (2019), *Metode Penelitian*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Morissan, dkk, (2019), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad Natsir, (2018), *Metode Penelitian*, Jakarta: Ahalia Indonesia.
- Muhammad, (2018), *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Memmi Atika, (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa JNE Express Sa Padangsidimpuan, *Skripsi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*.
- Mahmud Pasaribu, Abdul Nasser Hasibuan dan Utarri Evy Cahyani (2024), Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan BSI Mobile, *Jurnal UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*.
- Muhammad Amsal Nasution, dkk, (2022) Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan, *Journal pedia.com/l/index.php/imb, volume, 6, No 2*
- M. Subana Sudrajat, (2011), *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: CV Pustaka Setia.

- Nada Akrobin, (2019), Pengaruh *Service Excellence* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Yogyakarta), *Skripsi UIN Sunan Kalijaga*.
- Nina Rahmayanty, (2013), *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugraha, (2021), *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat*, Bandung: UI Perss.
- Prasetyorini, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price. Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu* (2013)
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, (2016), *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat.
- Richard L. Oliver, (2019), Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 2019, Vol. 10 No.1*.
- St. Hafsah Umar dan Rifki, (2022), Pengaruh *Service Excellent* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai *Intervening*. *Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2 Nomor. 2, 2022*
- Soerjono Soekanto, (2016), *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Perss.
- Sugiyono,(2013), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- St. Hafsah Umar dan Rifki (2022), Pengaruh *Service Excellent* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai *Intervening*. *Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2 Nomor. 2,*
- Sugiyono, (2021), *Teori Praktik Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Syafruddin Chan, (2013), *Relationship Marketing; Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Titik Sri Winih, (2021), Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan IsmartPonorogo, *Skripsi Institut Agama Islam Negeri*.
- Tengku & Jahrizal, (2020), Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Penggunaan Kartu Kredit Pada Pt. Bank Riau Kepri (Studi Pada Cabang Utama Dan Cabang Pekanbaru), *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, Vol. XII. No. 1.*

- Wibowo & Supriadi, (2013), *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Wijaya, (2018), *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Warnadi Triyono, (2019), *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish.
- Ujang Sumarwan, (2018), *Perilaku Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	:	Natasia Angreini
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir	:	Padangsidimpuan, 24 Februari 2002
Anak Ke	:	1 Dari 3 Bersaudara
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Agama	:	Islam
Alamat	:	Jl. Sutoyo No. 24 Bincar Kec. Padangsidimpuan Utara
Telepon, Hp	:	0823 2107 7416
Email	:	<u>angraininatasya18@gmail.com</u>

Data Orang Tua/ Wali

Nama Ayah	:	Khoiruddin
Pekerjaan	:	Wiraswasta
Nama Ibu	:	Novi Yanti Simatupang
Pekerjaan	:	Ibu Rumah Tangga

Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2009-2011	:	SD Negeri 200104
Tahun 2014-2017	:	SMP 3 Padangsidimpuan
Tahun 2017-2020	:	SMA Negeri 4 Padangsidimpuan
Tahun 2020- Sekarang	:	UDIN SYAHADA Padangsidimpuan



Dibuat dengan CanScanner

Lampiran 1

**DATA SERVICE EXCELLENCE,
KEMUDAHAN
DAN KEPUASAN NASABAH**

DATA X-1

NO	NAMA	NOMOR PERNYATAAN							SKOR
		1	2	3	4	5	6	7	
		5	5	5	5	5	5	5	
1	Juliana	4	4	4	4	4	3	4	27
2	Marianna	4	5	5	5	5	4	5	33
3	Fuji Lestari	4	4	4	4	4	4	3	27
4	Karina Azahra	4	4	4	4	4	4	5	29
5	Koiruddin Lubis	3	4	4	4	4	4	3	26
6	Feny Maya Sari	5	5	4	4	4	4	3	29
7	Gita Suci	5	4	4	4	4	5	2	28
8	Suyadi	4	5	4	4	4	5	2	28
9	Supriadi	5	5	4	4	5	5	2	30
10	Fitri	5	5	4	4	4	4	3	29
11	Endah Sri Ningsih	4	5	4	5	5	4	5	32
12	Syafriani Lubis	4	5	5	4	5	5	5	33
13	Lusi Angraini Siagian	5	5	5	4	4	5	4	32
14	Ilham Fuadi Nasution	3	4	4	3	3	4	4	25
15	Nurainun	4	3	4	3	4	4	3	25
16	Aisah Putri Harahap	4	5	5	5	5	5	5	34
17	Jarwati	5	5	4	4	4	4	2	28
18	Novi Yanti	5	5	4	4	4	4	1	27
19	Sri Wahyuni	4	4	4	4	4	4	3	27
20	Rahmad Ramadhan	4	4	4	5	5	5	3	30
21	Riadoh Siregar	4	4	4	4	4	4	4	28
22	Sutarse	4	4	4	5	4	4	3	28
23	Shely Aryadini	4	4	5	4	4	5	1	27
24	Erni Pohan	4	5	5	5	4	5	4	32
25	Mhd Soleh Arbain Dalimunthe	3	4	4	4	4	4	3	26
26	Aminah Safitri	4	4	4	4	4	4	5	29
27	Astika Aleiani	4	4	4	4	4	4	5	29
28	Fatimah Rani Srg	3	4	4	4	4	4	3	26
29	Parwati	3	4	4	4	4	4	3	26
30	Nur Ainun	5	4	4	4	4	3	2	26
								856	
									29



DATA X-2

DATA Y

NO	NAMA	NOMOR PERNYATAAN						SKOR
		1	2	3	4	5	6	
		5	5	5	5	5	5	
1	Juliana	4	4	3	3	4	3	21
2	Marianna	4	4	4	2	4	4	22
3	Fuji Lestari	5	4	4	4	4	4	25
4	Karina Azahra	5	5	4	4	4	4	26
5	Koiruddin Lubis	4	4	4	4	4	4	24
6	Feny Maya Sari	4	4	5	5	4	4	26
7	Gita Suci	5	4	4	4	5	4	26
8	Suyadi	5	4	3	3	4	3	22
9	Supriadi	4	4	4	3	4	3	22
10	Fitri	5	4	4	4	4	4	25
11	Endah Sri Ningsih	4	4	4	1	4	4	21
12	Syafriani Lubis	5	4	5	1	5	4	24
13	Lusi Angraini Siagian	5	5	5	1	5	5	26
14	Ilham Fuadi Nasution	5	3	1	5	3	4	21
15	Nurainun	4	4	4	4	4	4	24
16	Aisah Putri Harahap	5	4	5	1	5	4	24
17	Jarwati	5	5	4	4	4	4	26
18	Novi Yanti	5	5	4	4	5	2	25
19	Sri Wahyuni	4	4	3	4	4	3	22
20	Rahmad Ramadhan	4	4	4	5	4	4	25
21	Riadoh Siregar	4	4	4	3	4	4	23
22	Sutarse	4	4	3	4	5	4	24
23	Shely Aryadini	4	5	4	3	4	2	22
24	Erni Pohan	4	4	4	4	4	4	24
25	Mhd Soleh Arbain Dalimunthe	5	4	5	4	4	4	26
26	Aminah Safitri	4	5	4	4	4	4	25
27	Astika Aleiani	4	4	4	4	4	4	24
28	Fatimah Rani Srg	4	4	4	4	4	4	24
29	Parwati	4	4	4	4	4	4	24
30	Nur Ainun	5	5	4	4	4	4	26
Jumlah								719
Rata-rata								24

Test Statistics

	X	Y
Chi-Square	6.600 ^a	8.000 ^b
df	8	5
Asymp. Sig.	.580	.156

a. 9 cells (100.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 3.3.

b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 5.0.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	X	Y
N	30	30
Normal Parameters ^a		
Mean	28.53	23.97
Std. Deviation	2.501	1.671
Most Extreme Differences		
Absolute	.159	.208
Positive	.159	.147
Negative	-.117	-.208
Kolmogorov-Smirnov Z	.873	1.139
Asymp. Sig. (2-tailed)	.431	.149
a. Test distribution is Normal.		

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X_2, X_1 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.247 ^a	.061	-.009	1.678	1.882

a. Predictors: (Constant), X_2, X_1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.939	2	2.469	.877	.428 ^a
	Residual	76.028	27	2.816		
	Total	80.967	29			

a. Predictors: (Constant), X_2, X_1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	20.803	4.547		4.575	.000
	X_1	-.104	.140	-.156	-.742	.465
	X_2	.222	.169	.276	1.315	.199

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23.01	24.81	23.97	.413	30
Residual	-3.584	2.437	.000	1.619	30
Std. Predicted Value	-2.309	2.034	.000	1.000	30
Std. Residual	-2.136	1.453	.000	.965	30

a. Dependent Variable: Y

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KM, SE ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KN

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	SE	.788	1.269
	KM	.788	1.269

a. Dependent Variable: KN

Coefficient Correlations ^a		KM	SE
Model			
1	Correlations	KM	1.000
		SE	-.460
	Covariances	KM	.029
		SE	-.011

a. Dependent Variable: KN

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	SE	KM
1	1	2.993	1.000	.00	.00	.00
	2	.004	27.726	.26	.99	.12
	3	.003	33.195	.74	.01	.87

a. Dependent Variable: KN



Dipindai dengan CamScanner

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23.01	24.81	23.97	.413	30
Residual	-3.584	2.437	.000	1.619	30
Std. Predicted Value	-2.309	2.034	.000	1.000	30
Std. Residual	-2.136	1.453	.000	.965	30

a. Dependent Variable: KN

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KM, SE ^a		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KN

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 SE	.788	1.269
KM	.788	1.269

a. Dependent Variable: KN

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 SE	.788	1.269
KM	.788	1.269

a. Dependent Variable: KN



Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	SE	KM
1	1	2.993	1.000	.00	.00	.00
	2	.004	27.726	.26	.99	.12
	3	.003	33.195	.74	.01	.87

a. Dependent Variable: KN

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23.01	24.81	23.97	.413	30
Residual	-3.584	2.437	.000	1.619	30
Std. Predicted Value	-2.309	2.034	.000	1.000	30
Std. Residual	-2.136	1.453	.000	.965	30

a. Dependent Variable: KN



Pengisian Angket dengan saudari Juliana yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan.



Pengisian Angket dengan saudari Marianna yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



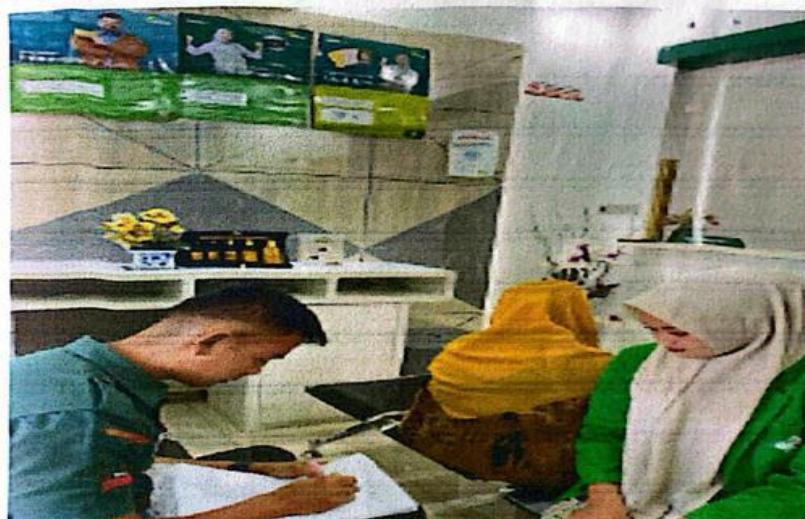
Pengisian Angket dengan saudari Gita Suci yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudari Fitri yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudari Lusi Angraini Siagian
yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak
Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudara Supriadi yang merupakan Nasabah di PT
Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudari Syariani Lubis yang merupakan Nasabah
di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudari Sri Wahyuni yang merupakan Nasabah di
PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudari Parwati yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



Pengisian Angket dengan saudara Mhd Soleh Arbain Dalimunthe yang merupakan Nasabah di PT Pegadaian Syariah KCP Alaman Bolak Padangsidimpuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 496 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

12 Februari 2025

Yth. Bapak/Ibu;
1. Dr. Utari Evy Cahyani, M.M : Pembimbing I
2. Try Wahyu Utami, M.M : Pembimbing II

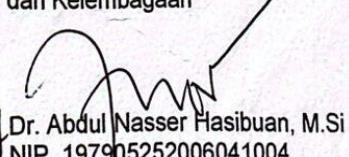
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Natasia Angreini
NIM : 2040100113
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Penerapan Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah.**

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPuan
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2122/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/07/2025 01 Juli 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Pimpinan PT. Pegadaian Syariah CPS Alaman Bolak.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Natasia Angreini
NIM : 2040100113
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Analisis Pengaruh Penerapan Service Excellence dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



Padangsidimpuan, 19 Juni 2025

Nomor : 20/60068/2025

Lampiran :

Urgensi :

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan
di –

Padangsidimpuan
Hal : Izin Riset Mahasiswa

Assalamualaikum wr wb

Teriring doa semoga kita semua senantiasa dalam lindungan Allah swt dalam menjalankan aktifitas
sehari-hari.

Menindak lanjuti surat dekan bidang akademik Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Syekh Ali Hasan Addary Padangsidimpuan dengan surat
1310/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025 tanggal 19 Mei 2025 Perihal : Mohon Izin Permohonan
Riset Mahasiswa, dengan keterangan sebagai berikut:

1. Pada Prinsipnya kami menyetujui dengan memberikan izin pelaksanaan Riset mahasiswa tersebut, dengan data mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Natasia Angreini
Nim : 2040100113
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

2. Adapun jadwal riset ditetapkan pada Juni s/d Juli 2025
3. Selama pelaksanaa riset, mahasiswa wajib mematuhi peraturan yang berlaku di PT. Pegadaian. Demikian disampaikan untuk diketahui, Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr wb.

PT. Pegadaian
Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan

Pimpinan Cabang

Pegadaian

Heri Syurianto

NIK.P84423