



**PENGARUH *RESPONSIVENESS* KARYAWAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH  
UNIT SADABUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**HELTI APRIANI PANE**  
**NIM. 10 220 0014**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2015**



**PENGARUH *RESPONSIVENESS* KARYAWAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH  
UNIT SADABUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**OLEH:**

**HELTI APRIANI PANE**

**NIM. 10 220 0014**



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2015**



**PENGARUH *RESPONSIVENESS* KARYAWAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN SYARIAH  
UNIT SADABUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**HELTI APRIANI PANE**

**NIM. 10 220 0014**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing I**

**Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001**

**Pembimbing II**

**Muhammad Isa, ST., MM  
NIP. 19800605 201101 1 003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2015**

Hal : Skripsi  
a.n. Helti Apriani Pane  
Lampiran : 5 (Lima) Eksemplar

Padangsidempuan, Februari 2015  
Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
di\_  
Padangsidempuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. HELTI APRIANI PANE yang berjudul "**PENGARUH RESPONSIVENESS KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT PEGADAIAN SYARIAH UNIT SADABUAN**". *maka kami berpendapat bahwa* skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

  
Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128 200112 1 001

PEMBIMBING II

  
Muhammad Isa, ST., M.M  
NIP. 19800605 201101 1 003

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **HELTI APRIANI PANE**  
NIM : 10.220 0014  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
JudulSkripsi : **PENGARUH *RESPONSIVENESS* KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT PEGADAIAN SYARIAH UNIT SADABUAN**

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 2.

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

Padangsidempuan, Februari 2015

Saya yang Menyatakan,

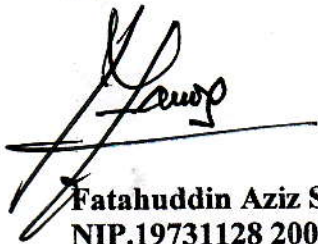


**HELTI APRIANI PANE**  
NIM : 10. 220 0014

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

**NAMA : HELTI APRIANI PANE**  
**NIM : 10. 220 0014**  
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH RESPONSIVENESS KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT  
PEGADAIAN SYARIAH UNIT SADABUAN**

**Ketua**



**Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
**NIP.19731128 2001121 00 1**

**Sekretaris**



**Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si**  
**NIP. 19790525 200604 1 004**

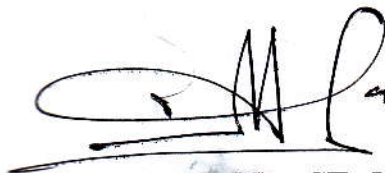
**Anggota**



**Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
**NIP.19731128 2001121 00 1**



**Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si**  
**NIP. 19790525 200604 1 004**



**Muhammad Isa, ST., MM**  
**NIP. 19720315 200312 1 002**



**Nofinawati, S.El., M.A**  
**NIP. 19821118 201101 2 003**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**  
**Di : Padangsidempuan**  
**Tanggal : 3 Maret 2015**  
**Pukul : 14.00s/d 17.00 WIB**  
**Hasil/Nilai : 77(B)**  
**Predikat : Amat Baik**  
**IPK : 3,28**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *RESPONSIVENESS* KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT.  
PEGADAIAN SYARIAH UNIT SADABUAN**

**NAMA : HELTI APRIANI PANE**  
**NIM : 10 220 0014**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi Islam (SEI)**  
dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 29 Mei 2015  
Dekan,



**Batahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
**NIP. 19731128 200112 1 001**

## ABSTRAK

**Nama : Helti Apriani Pane**  
**NIM : 10 220 0014**  
**Jurusan : Perbankan Syariah**  
**Judul : Pengaruh *Responsiveness* Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan**

Setiap organisasi bertujuan untuk maju berkembang di masa yang akan datang. Untuk mencapai hal tersebut maka setiap organisasi, baik yang bersifat nirlaba maupun *profit oriented*, harus mampu merebut simpati konsumennya serta menjaga loyalitas mereka. Di sisi lain persaingan antar organisasi maupun perusahaan makin sengit dan konsumen makin sulit dipuaskan. Salah satu strategi yang bisa digunakan dalam situasi persaingan ini adalah dengan menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan maka salah satu yang harus diperhatikan adalah pelayanan yang cepat tanggap (*responsiveness*).

PT. Pegadaian Syariah Sadabuan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang berada di kota Padangsidimpuan. Sebagai perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang keuangan tentunya perusahaan menghadapi persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan yang lain dalam memperebutkan pangsa pasar. Oleh karena itu faktor *responsiveness* karyawan dalam melayani untuk menciptakan kepuasan nasabah menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Nasabah yang puas diharapkan akan loyal, mampu mengajak orang lain menjadi nasabah baru, mau mempromosikan PT. Pegadaian Syariah kepada orang lain, dan tidak mudah terpengaruh oleh promosi lembaga pesaing. Oleh karena itu perlu diteliti sejauh mana faktor *responsiveness* karyawan PT. Pegadaian Syariah mempengaruhi kepuasan nasabahnya.

Dalam hal ini metode penelitian yang dilakukan adalah secara kuantitatif, yaitu menggunakan regresi linear sederhana dengan Kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y) dan *Responsiveness* karyawan (X) sebagai variabel bebas. Pengolahan datanya dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 17.0.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan menunjukkan adanya keterkaitan yang rendah antara *Responsiveness* karyawan (X) dengan kepuasan nasabah (Y). Hal ini terbukti dari nilai r sebesar 0,390. Dari perhitungan koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh 0,152 atau 15,2% yang menjelaskan bahwa variabel *responsiveness* karyawan (X) memberikan pengaruh hanya sebesar 15,2 % terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Sedangkan sisanya 84,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kemudian dari persamaan regresi yang diperoleh:  $Y' = 18,395 + 0,439 X$ . Artinya setiap peningkatan variabel *responsiveness* (X) sebesar 1% akan berakibat meningkatnya nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,439%. Sebaliknya setiap pengurangan variabel *responsiveness* (X) sebesar 1% akan berakibat berkurangnya nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,439%.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Salawat serta salam peneliti hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan kita semua.

Penulisan skripsi merupakan salah satu bagian dari kurikulum yang harus ditempuh mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Dalam skripsi ini penulis mengangkat judul "Pengaruh *Responsiveness* Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan".

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun imaterial, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

Bapak Dr.H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M.Si, selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, dan Bapak Darwis Harahap, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag, selaku Wakil Dekan

Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, M.A sebagai Sekretaris Jurusan, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan

Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag dan Bapak Muhammad Isa, S.T, M.M. yang merupakan pembimbing I dan II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarah, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

Rekan-rekan mahasiswa yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman dalam diskusi di IAIN Padangsidempuan.

Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm. Tamamuddin Pane dan Ibunda Sartiawan Siregar dan juga Saudara/i saya yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidempuan. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan

harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah bapak/ibu dan saudara-saudara berikan adalah berharga, dan penulis tidak dapat membalasnya. Semoga Allah dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudara berikan kepada penulis.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak ketidaksempurnaan dalam berbagai hal. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya ilmu peneliti tentang hal itu, dan masih perlu mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penulisan niali selanjutnya.

Padangsidempuan, Februari 2015

Peneliti



**HELTI APRIANI PANE**  
**NIM. 10 220 0014**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Halaman Judul</b>	
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing</b>	
<b>Halaman Pernyataan Pembimbing</b>	
<b>Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri</b>	
<b>Abstrak.....</b>	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Defenisi Operasional Variabel.....	5
E. Rumusan Masalah .....	5
F. Tujuan Penelitian .....	5
G. Manfaat Penelitian.....	5
H. Sistematika Pembahasan.....	6

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori .....	8
1. <i>Reponsiveness</i> Karyawan.....	8
a. Pengertian <i>Responsiveness</i> .....	8
b. Pengertian Karyawan .....	9
2. Dimensi Kualitas Jasa.....	10
3. Konsep Kepuasan Nasabah.....	16
4. Sifat-Sifat Nasabah .....	17
5. Jenis Kepuasan Nasabah .....	18
6. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan Pada Nasabah.....	19
7. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah.....	19

B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Berfikir.....	22
D. Hipotesis .....	22

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	25
B. Jenis Penelitian .....	25
C. Populasi dan Sampel .....	26
D. Sumber Data .....	27
E. Instrumen Pengumpulan Data .....	28
F. Teknik Analisis Data.....	31

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Syariah.....	36
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
C. Uji Normalitas .....	44
D. Uji Linieritas .....	46
E. Perhitungan Koefisien Korelasi.....	46
F. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
G. Uji Signifikansi.....	48
H. Koefisien Determinasi.....	49
I. Pembahasan .....	50

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b>	<b>: Dimensi Kualitas Jasa..... 15</b>
<b>Tabel 3.1</b>	<b>: Skala Liket ..... 29</b>
<b>Tabel 4.1</b>	<b>: Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i> ..... 42</b>
<b>Tabel 4.2</b>	<b>: Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah ..... 43</b>
<b>Tabel 4.3</b>	<b>: Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Responsiveness</i> ..... 44</b>
<b>Tabel 4.4</b>	<b>: Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Nasabah..... 44</b>
<b>Tabel 4.5</b>	<b>: Hasil Uji Linearitas..... 46</b>
<b>Tabel 4.6</b>	<b>: Hasil Koefisien Korelasi ..... 47</b>
<b>Tabel 4.7</b>	<b>: Hasil Regresi Linier Sederhana..... 48</b>
<b>Tabel 4.8</b>	<b>: Hasil Uji Signifikansi ..... 49</b>
<b>Tabel 4.9</b>	<b>: Hasil Koefisien Determinasi ..... 49</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Pegadaian Syariah .....</b>	<b>41</b>
---	-----------

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan pada saat ini harus lebih berpikir kritis dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha yang ada. Perusahaan harus selalu mengetahui keinginan masyarakat. Pada saat sekarang ini nasabah bisa dengan mudah memperoleh apa yang mereka butuhkan baik jasa atau barang dengan harga yang sesuai dengan yang mereka inginkan.

Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan akan menjadi nasabah yang loyal. Nasabah yang loyal akan membeli produk perusahaan dalam jangka waktu yang lama dan berulang-ulang. Bahkan nasabah yang loyal akan mengajak orang lain menjadi nasabah baru perusahaan tersebut. Dengan semakin banyaknya nasabah perusahaan diharapkan semakin meningkatkan pendapatan perusahaan. Perusahaan yang dapat berkembang dan maju di masa depan hanyalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Memberikan pelayanan yang berkualitas akan menciptakan citra atau kesan yang baik di mata nasabahnya.

Perusahaan yang berwawasan nasabah akan bertahan, karena mereka bisa memberikan nilai lebih baik dari pada saingannya kepada nasabah sasarannya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Philip Kotler A.B. Susanto, *Menejemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 48.



Banyak perusahaan yang meyakini kunci utama untuk memenangkan persaingan bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi nasabah melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas.

Produk dan jasa berkualitas yang dihasilkan perusahaan membuat para nasabah merasa senang dan akan timbul rasa puas. Kepuasan nasabah akan diperoleh apabila kinerja produk yang dirasakannya lebih besar atau minimal sama dengan harapannya. Setiap pelanggan tentunya ingin mendapatkan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, lokasi yang mudah dijangkau, dan fasilitas yang lengkap. Disamping itu nasabah juga ingin dilayani oleh karyawan perusahaan dengan ramah, tanggap (*responsiveness*), jujur dan terjamin (*assurance*).

PT. Pegadaian Syariah unit Sadabuan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan mempekerjakan beberapa orang karyawan. Peran karyawan sangat penting dalam melayani kebutuhan nasabah dengan memuaskan. Karyawan dituntut untuk dapat bekerja dengan ramah, sopan, jujur, cepat tanggap (*responsiveness*), terjamin, disamping kecepatan dan ketepatan dalam bekerja.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan penulis terlihat bahwa beberapa orang nasabah mengeluh dengan pelayanan yang diberikan. Keadaan ini penulis ketahui dari perbincangan nasabah diruang tunggu nasabah kantor PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bahwa” sebenarnya para nasabah ingin dilayani dengan segera dan urusan

yang tidak bertele-tele tetapi mereka tidak punya pilihan lain selain bersabar menunggu untuk dilayani.”<sup>2</sup> Keinginan nasabah ini dibenarkan oleh karyawan PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan tetapi dengan pendapat yang berbeda. Hal ini sesuai dengan wawancara bahwa” para nasabah selalu ingin dilayani dengan segera dan praktis tetapi PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan telah menetapkan prosedur kerja standar yang harus dilalui untuk setiap transaksi.”<sup>3</sup> Dan nasabah yang telah dekat dengan karyawan akan lebih dulu dilayani karyawan tanpa menunggu/antri, hal ini membuat nasabah yang lain jadi kecewa.

Keinginan nasabah yang berharap dilayani dengan segera dan praktis *responsiveness* ini perlu menjadi perhatian pihak manajemen PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan. Pelayanan yang tidak responsif harus dihindari. Jika hal ini dibiarkan maka akan menurunkan kepuasan nasabah. Menurunnya kepuasan nasabah mungkin menyebabkan nasabah pindah ke perusahaan pesaing. Hal ini tentunya harus dihindari dan harus dilakukan perbaikan kualitas pelayanan sehingga dapat dihindari kerugian yang lebih besar.

Aspek daya tanggap (*responsiveness*) seorang karyawan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam usaha membangun kepuasan nasabah. Karyawan yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah akan menimbulkan rasa puas akan pelayanan yang diterima nasabah.

---

<sup>2</sup>Junita/ Nasabah PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan, wawancara tanggal 22 Desember 2013

<sup>3</sup>Masda/ Karyawan PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan, wawancara tanggal 25 Desember 2013

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh *Responsiveness* Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan.”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas dapat diketahui bahwa salah satu yang perlu diperhatikan pihak PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan adalah masalah kualitas pelayanan. Pelayanan nasabah yang berkualitas diharapkan akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Diperkirakan ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu: harga, produk, lokasi, empati, *responsiveness*, dan *assurance*.

## **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini tidak membahas semua faktor yang diperkirakan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan dana yang dimiliki penulis. Pembatasan masalah ini juga bertujuan agar penelitian ini lebih fokus dan terarah dalam meneliti pengaruh variable *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Jadi penelitian ini hanya membahas pengaruh *responsiveness* karyawan terhadap kepuasan nasabah khususnya di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan.

## **D. Defenisi Operasional Variabel**

- a. *Responsiveness* (Daya tanggap) adalah keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberi pelayanan dengan tanggap.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Cristopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran* (Terj. Agus Widyantoro), (Jakarta: Indeks, 2005), hlm. 276.

- b. Kepuasan adalah suatu kondisi yang dirasakan nasabah ketika harapannya terhadap kinerja produk tercapai. Dengan kata lain pelayanan yang diterimanya lebih besar atau minimal sama dengan yang diharapkannya.

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas yang menjadi rumusan masalahnya yaitu apakah terdapat pengaruh *responsiveness* karyawan terhadap kepuasan nasabah?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* karyawan terhadap kepuasan nasabah di PT.Pegadaian Syariah Unit Sadabuan.

#### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.
2. Bagi PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan penelitian ini bermanfaat sebagai sumber informasi dalam meningkatkan pelayanan yang diinginkan nasabah.
3. Bagi penulis penelitian ini bermanfaat sebagai penambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pelayanan dan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1 di Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan.
4. Bagi masyarakat penelitian ini dapat menjadi sumber informasi tentang pegadaian syariah khususnya Unit Sadabuan.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab pertama pendahuluan, meliputi: latarbelakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua landasan teori tentang *responsiveness* karyawan dan kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis sementara.

Bab ketiga meliputi metodologi penelitian yaitu: tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, dan instrumen pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab keempat merupakan hasil penelitian. Hasil penelitian merupakan uraian seluruh temuan penelitian yang merupakan jawaban terhadap permasalahan penelitian yang telah dirumuskan.

Bab kelima penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan adalah jawaban masalah yang dirumuskan dalam skripsi. Padabagian saran dimuat hal-hal yang perlu direkomendasikan dan tindaklanjut dari hasil penelitian.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Responsiveness* Karyawan

###### a. Pengertian *Responsiveness*

*Responsiveness* merupakan salah satu dari dimensi kualitas jasa yang disingkat dengan TERRA yaitu *tangible* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (cepat tanggap,) *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan).

Pengertian *responsiveness* menurut Nur Rianto Al Arif adalah kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari nasabah harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan nasabah.<sup>1</sup>

Yazid mendefinisikan *responsiveness* (tanggapan) adalah kemauan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan segera. Sejumlah organisasi memilih untuk berfokus kepada kecepatan menanggapi kebutuhan konsumen. Mereka memberi perhatian terhadap keinginan konsumen dengan menunjukkan kemauan untuk membantu melayani keinginan tersebut sesegera mungkin. Yang penting adalah standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan respon yang

---

<sup>1</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 197.

diinginkan konsumen serta persepsi konsumen tentang kecepatan dan kesegeraan dan bukannya di atas persepsi perusahaan.<sup>2</sup>

Menurut Kasmir *responsiveness* adalah adanya keinginan dan kemauan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai kemampuannya.<sup>3</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* adalah kecepatan karyawan dalam melayani nasabah sebelum nasabah mengatakan apa yang menjadi keinginannya, hanya dengan melihat tingkahlaku nasabah.

Hal ini menjelaskan bahwa setiap nasabah perlu diberikan pelayanan yang adil dan tidak pandang bulu dalam melayani nasabah. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang segera dan setiap keluhan nasabah harus dilayani dan diselesaikan dengan sesegera mungkin tetapi tidak menyalahi peraturan yang berlaku di PT.Pegadaian Syariah Unit Sadabuan. Sebagaimana yang tercantum dalam al-Quran tentang tolong menolong untuk semua orang, firman Allah SWT surat at-Taubah ayat 71:

---

<sup>2</sup>Yazid, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm. 102.

<sup>3</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 67.

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ  
وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٧١﴾

Artinya: *Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat, dan mereka taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.*<sup>4</sup>

Ayat di atas menjelaskan semua orang tidak dilihat dari jenis kelamin untuk berbuat baik kepada semua orang tanpa pandang bulu selama hal itu tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

#### **b. Pengertian karyawan**

Karyawan adalah asset utama perusahaan yang menjadi perencana dan pelaku aktif dari setiap aktivitas organisasi.<sup>5</sup> Islam juga mengangkat nilai tenaga kerja dan menyuruh orang bekerja, baik bekerja untuk hidup yang layak dan menghasilkan barang dan jasa yang menjadi keperluan manusia demikian juga segala amal ibadah kepada Allah SWT.<sup>6</sup>

Karyawan harus memiliki etika dalam melayani nasabah, adalah sebagai berikut:

<sup>4</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit J-Art, 2005), hlm. 159.

<sup>5</sup>Malayu S.P, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 27.

<sup>6</sup>Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar II* ( Jakarta: Kalam Mulia, 1995), hlm, 313



1. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah.
2. Segera mempersilahkan untuk masuk atau duduk, atau suruh menunggu sebentar.
3. Selalu ramah dan murah senyum dalam melayani nasabah.
4. Bertanya tentang kebutuhan nasabah secara sopan, dan lemah lembut.
5. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
6. Ucapkan kata terimakasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.<sup>7</sup>

Hal lain yang harus diketahui dan dimiliki karyawan adalah sebagai berikut:

1. Menjadi pendengar yang baik.
2. Buat nasabah merasa penting dan lakukan dengan tulus
3. Memiliki selera humor, agar nasabah tidak terlalu takut merasa kurang nyaman saat melakukan transaksi.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan harus ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan agar nasabah merasa nyaman dan akan menjadi nasabah yang loyal.

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm, 15

## 2. Dimensi Kualitas Jasa

Kualitas menurut Goetsch dan Davis dalam buku Fandy Tjiptono adalah “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.<sup>8</sup>

Jasa menurut William J. Stanton adalah” kegiatan yang dapat diidentifikasi yang bersifat tidak teraba yang direncanakan untuk memenuhi kepuasan konsumen”.<sup>9</sup>

Menurut Ali Hasan ada sebelas aspek dalam membangun proses yang mampu mengarahkan operasional pada kualitas pelayanan jasa yaitu:

- a. *Acces*; faktor ini mencakup letak kantor yang strategis, kemampuan untuk mencapai pasar sasaran, serta kemampuan yang mampu memberikan pelayanan dengan cepat.
- b. *Communication*; karyawan garis terdepan di perusahaan mampu berkomunikasi dengan nasabah dan mutu komunikasi itu sendiri menentukan mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
- c. *Helpfulness*; sikap dan perasaan senang membantu nasabah dalam membuat keputusan untuk membeli, bersahabat dan sopan ketika melayani nasabah.

---

<sup>8</sup>Fandi Tjiptono dan Anastasya Diana, *TotalQualityManagement* (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 4.

<sup>9</sup>Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Kasus* (Yogyakarta: Caps, 2012), hlm. 187.

- d. *Competence*; tingkat keterampilan mitra internal menyelesaikan pekerjaan dan kemampuan untuk meyakinkan nasabah tanpa harus bohong dicampur sumpah.
- e. *Courtesy*; sikap sopan dan bersahabat dari mitra internal perusahaan ketika melayani nasabah.
- f. *Reliability*; kehandalan produk perusahaan dalam mewujudkan komitmen sesuai dengan promosi tahap awal transaksi dan konsistensi layanan dari waktu ke waktu sesuai promosi.
- g. *Security*; segi kenyamanan dan keamanan bagi nasabah baik fisik maupun jaminan terhadap kehalalan operasional perusahaan itu sendiri.
- h. *Tangibles*; memperlihatkan wujud fisik, seperti gedung, peralatan dan semua yang menunjang pekerjaan dan layanan serta kualitas.
- i. *Understandingcustomer*; tingkat pemahaman kebutuhan, keinginan nasabah dan kemampuan mitra internal untuk berbicara dengan bahasa nasabah.
- j. *Perceivedquality* ; kualitas yang dipersepsikan nasabah tentang citra, reputasi dan tanggung jawab perusahaan terhadap nasabah, nasabah terhadap tingkat kualitas produk perusahaan pesaing utama maupun lainnya yang sejenis. Jika nasabah memiliki persepsi yang baik terhadap suatu produk, maka harapannya terhadap kualitas suatu produk jasa cenderung akan semakin besar.

k. *Selfperceivedrole*; persepsi nasabah tentang tingkat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya.<sup>10</sup>

Menurut Zethaml dan Berry mengidentifikasi 10 faktor penentu kualitas jasa yaitu:

- a. *Reliability*, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya.
- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Competence*, yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- e. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan.
- f. *Communication*, yaitu memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
- h. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu- raguan.
- i. *Understanding/knowingthecustomer*, yaitu untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa bisa berupa fasilitas dan peralatan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, ), hlm. 88-89.

Menurut Nur Nasution terdapat delapan dimensi kualitas jasa yaitu:

- a. Kinerja, karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, yaitu karakteristik sekunder atau perlengkapan.
- c. Keandalan, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan.
- e. Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, dan pengamanan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
- h. Kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan.

Menurut Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa dimensi kualitas jasa ada lima yaitu:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung,

---

<sup>11</sup>M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 56.

gudang, fasilitas fisik dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan) serta penampilan pegawainya.

- b. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan terdiri atas komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian, tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan,

memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.<sup>12</sup>

Dalam perusahaan jasa dimensi kualitas jasa lebih disederhanakan dan menggunakan yang lima aspek yaitu:

**Tabel 2.1**  
**Dimensi Kualitas Jasa**

Kualitas Jasa	Keterangan
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan jasa kepada nasabah dengan sesegera mungkin.</li> <li>2. Tidak pandang bulu melayani nasabah.</li> <li>3. Adanya kemauan karyawan untuk memberikan jasa pada nasabah.</li> </ol>
<i>Reliabilitas</i> (Keandalan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan perusahaan untuk dipercaya.</li> <li>2. Memberikan pelayanan dengan akurat atau sesuai dengan yang dijanjikan.</li> </ol>
<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.</li> <li>2. Bersikap sopan santun terhadap nasabah</li> <li>3. Nasabah merasa aman dari resiko dan rasa keragu-raguan</li> </ol>
<i>Empaty</i> (Empati)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan perhatian terhadap nasabah</li> <li>2. Bersikap tulus atau individual terhadap pelanggan</li> </ol>
<i>Tangibles</i> (Berwujud)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai gedung dan peralatan yang menunjang pekerjaan.</li> <li>2. Penampilan karyawan rapi dan profesional.</li> </ol>

### 3. Konsep Kepuasan Nasabah

Menurut Philip Kotler dan Keller Kevin Lane kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja

<sup>12</sup> Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm.107-109.

(atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.<sup>13</sup>

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Pelanggan atau nasabah adalah orang dan organisasi (perusahaan) di dalam lingkungan yang membeli barang atau jasa dari perusahaan.<sup>14</sup> Menurut Kasmir nasabah adalah yang membeli atau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.<sup>15</sup>

#### 4. Sifat-Sifat Nasabah

Untuk mengetahui apakah nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan terlebih dahulu perusahaan harus mengetahui sifat/tipe dari nasabah tersebut, seperti:

- a. Nasabah yang puas atau apa yang didapatkan oleh nasabah tersebut melebihi dari apa yang diharapkannya sehingga iya akan loyal dan akan terus melakukan pembelian kembali.
- b. Nasabah *defectors*, yaitu nasabah yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau biasa saja.

---

<sup>13</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm.172

<sup>14</sup> Richard L. Daft, *Management Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 114.

<sup>15</sup> Kasmir, *Menejemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.182.



- c. Nasabah *terrorist* nasabah yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif terhadap perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek negatif kepada orang lain.
- d. Nasabah *hostages*, yaitu nasabah yang tidak puas akan suatu produk tetapi tidak dapat melakukan pembelian terhadap produk lain.
- e. Nasabah *mercenaries*, yaitu nasabah yang sangat puas tetapi tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut.<sup>16</sup>

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Yang menentukan kepuasan nasabah yaitu apa yang diharapkan dan pelayanan yang diterima apabila pelayanan yang diterima melebihi harapan nasabah akan merasa puas, apabila sebaliknya pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan maka nasabah tidak akan puas. Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan nilai dari penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari pelayanan, produk, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

## 5. Jenis Kepuasan Nasabah

Ada tiga jenis kepuasan nasabah yaitu:

- a. Puas dengan produk atau jasa Perusahaan karena kualitasnya tinggi serta jangkauannya yang luas.

---

<sup>16</sup>Nur Rianto Al Arif, *Op Cit.*, hlm. 196.

b. Puas dengan cara menjualnya:

1. Ramah, sopan dan akrab.
2. Murah senyum
3. Menyenangkan
4. Tanggap, cepat dan cermat.

c. Puas dengan harganya:

1. Murah/mahal sesuai harapan
2. Bersaing.<sup>17</sup>

#### **6. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan Pada Nasabah**

- a. Tidak sesuai antara manfaat dan hasil yang diharapkan dengan kenyataan atau apa yang didapatkan nasabah,
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- c. Perilaku karyawan perusahaan yang kurang memuaskan atau mengecewakan nasabah.
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
- e. Biaya terlalu tinggi dan membebani nasabah.
- f. Promosi iklan yang terlalu berlebihan, sehingga sering kali tidak sesuai dengan kenyataan.<sup>18</sup>

#### **7. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah**

Untuk mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei secara berkala dengan bertanya pada pelanggan tentang produk dan jasa yang

---

<sup>17</sup>*Ibid.*, hlm. 199.

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 200.

dihasilkan. Dan cara lain untuk mengukur kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari nasabah dengan membuka kotak saran baik melalui kotak surat, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya.

b. Survey Kepuasan Nasabah

Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar nasabah, diharapkan dari survei ini didapatkan umpan balik yang positif dari nasabah.

c. Pembeli Bayangan

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri baik perusahaan lain maupun perusahaan sendiri.

d. Analisa Pelanggan yang Lari

Pelanggan yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan kenapa mereka berhenti adakah suatu masalah yang tidak bias di atasi atau terlambat diatasi.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>*Ibid.*, hlm.204

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Judul	Variabel	Hasil
1	Elisa Fitri Nst (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan	Terdiri dari enam variabel yaitu: a. Variabel bebas Kualitas Pelayanan (X) b. Variabel terikat Kepuasan nasabah (Y)	Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan uji F, dengan hasil uji F = 394,489. Hasil analisis data menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $394,489 > 3,94$ , maka hipotesis diterima.
2	Alifian Amanullah (2012) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. (Studi pada PD. BKK Wedi Kabupaten Klaten Cabang Karangnom)	c. Variabel bebas Kualitas Pelayanan (X) d. Variabel terikat Kepuasan nasabah (Y)	Menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan yang meliputi <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy</i> dan <i>tangible</i> terhadap variabel kepuasan pelanggan

Penelitian yang dilakukan peneliti berbeda dengan kedua peneliti di atas dimana penelitian fokus pada faktor *responsiveness* karyawan sebagai variabel bebas (X) dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y).

## C. Kerangka Berfikir

Nasabah akan lebih suka menggunakan produk yang bermutu dari perusahaan yang memberikan pelayanan yang berkualitas. Nasabah yang puas

dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan akan setia menggunakan produk perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang lama. Salah satu faktor yang diperkirakan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah faktor *responsiveness* karyawan dalam melayani nasabah.

Dalam hal ini, perlu dikaji mengenai pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

**Gambar 2.1**  
**Model Kerangka Teori**



#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan yang diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto, hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>20</sup>

Berdasarkan landasan teoritis dan kerangka pikir yang dikemukakan di atas, maka dapat diambil suatu hipotesis bahwa terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan.

---

<sup>20</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 67.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Pegadaian Syariah Unit Sadabuan, yang beralamat di Jalan Sudirman Sadabuan, Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini berlangsung mulai bulan Oktober 2014 sampai Februari 2015.

#### B. Jenis Penelitian

“Metode penelitian merupakan usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi”.<sup>1</sup> Maksudnya peneliti melakukan penelitian sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>2</sup>

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang angkanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistic untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi suatu variabel yang lain.<sup>3</sup>

Penelitian ini akan membahas dua Variabel saja, yaitu *Responsiveness* karyawan sebagai variabel bebas dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat. Sehingga dalam penelitian ini cenderung digunakan regresi dan korelasi sederhana.

---

<sup>1</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 7.

<sup>2</sup>Syaifuddin Azwar, *Metode penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm.5.

<sup>3</sup>Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 13

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau Penelitiannya juga disebut studi populasi atau sensus.<sup>4</sup>

Sejalan dengan pernyataan tersebut Iqbal Hasan menyatakan“ populasi merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (bahan penelitian). Objek atau nilai disebut analisis atau elemen populasi”.<sup>5</sup>Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan yang berjumlah 2500 orang.

### 2. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.<sup>6</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam menetapkan ukuran sampel menurut Suharsimi Arikunto apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Pendapat lain tentang menentukan ukuran sampel

---

<sup>4</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm.130.

<sup>5</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Statistic 2 ( Statistk Inferensif)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm, 84.

<sup>6</sup>Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm.130

dikemukakan oleh Hussein Umar yang menyatakan bahwa para peneliti di Amerika sering menentukan ukuran sampel dengan mengalikan jumlah butir kuesioner dengan 5.<sup>7</sup> Penelitian ini direncanakan menggunakan 20 butir kuesioner sehingga akan diambil sebanyak 100 orang sampel.

#### **D. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang akan dikumpulkan dan diolah untuk mencapai tujuan penelitian ini.

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli (tidak melalui media). Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.<sup>8</sup>

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden yaitu nasabah PT. Pegadaian syariah Unit Sadabuan. Data skunder diperoleh dari perusahaan dengan cara mengumpulkan data dari dokumentasi, catatan dan arsip perusahaan maupun informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data akan mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Instrumen adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data. Oleh karena itu semua alat yang bias mendukung suatu penelitian untuk mendapatkan hasil berupa data disebut instrument penelitian.

---

<sup>7</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku karyawan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 69

<sup>8</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan kuantitatif*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 103.



Instrumen yang baik dalam suatu penelitian sangat penting sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat.

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan instrument sebagai berikut:

- a. Kuesioner atau angket, yaitu daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan/dikirim kepada orang lain (responden) dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai permintaan pengguna.<sup>9</sup> Pengukuran kuisisioner digunakan dengan menggunakan skala Likert, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Instrumen pertanyaan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti yang tercantum pada skala Likert dibawah ini:

**Tabel 3.1**

**Skala Likert**

Kategori	BobotNilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

---

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm. 203.

Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas adalah *responsiveness* karyawan(X) dan variable terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y).

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diturunkan dari indikator-indikator variabel *responsiveness* karyawan(X) dan variabel kepuasan nasabah (Y) sebagai berikut:

**Table 3.2**

**Indikator-indikator variabel**

Variabel	Indikator
Kepuasan Nasabah(Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Senang dengan pelayanan perusahaan.</li> <li>2. Lebih memilih perusahaan tersebut dibanding perusahaan lain.</li> <li>3. Pelayanan memuaskan.</li> <li>4. Puas dengan produk perusahaan.</li> <li>5. Tidak khawatir merugi berhubungan dengan perusahaan.</li> <li>6. Tidak pindah keperusahaan lain.</li> <li>7. Tidak terpengaruh dengan promosi perusahaan lain.</li> <li>8. Segala kebutuhan terpenuhi.</li> <li>9. Senang dengan kinerja perusahaan.</li> <li>10. Harapan sesuai dengan yang diterima.</li> </ol>
<i>Responsiveness</i> Karyawan (X)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dilayani dengan segera.</li> <li>2. Suka membantu nasabah.</li> <li>3. Menghormati nasabah.</li> <li>4. Menjelaskan dengan baik.</li> <li>5. Melayani nasabah tanpa pandang bulu.</li> <li>6. Bersedia membantu nasabah.</li> <li>7. Cepat memberi solusi.</li> <li>8. Bekerja efisien.</li> <li>9. Bekerja cepat.</li> <li>10. Memahami kebutuhan nasabah</li> </ol>

- b. Observasi atau pengamatan, yaitu kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya.<sup>10</sup>

Dengan demikian observasi yang dilaksanakan penulis yaitu terjun ke PT. Pegadaian tersebut kemudian melakukan pengamatan secara langsung tentang kondisi nyata dilapangan yang sesungguhnya.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dan *CorretedItem-Total Corelation*. Penelitian ini menggunakan cara yang kedua yaitu *CorretedItem-Total Corelation*. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi.

Pengujian dilakukan dengan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0.05. Kriteria pengujian sebagai berikut:

---

<sup>10</sup>Burhan Bung. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.133

- Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0.05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0.05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).<sup>11</sup>

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulahi.

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0.05. artinya instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *productmoment*, atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0.6.<sup>12</sup>

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval atau rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normal harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji normalitas

---

<sup>11</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 23.

<sup>12</sup>*Ibid.*, hlm. 26.

berdasarkan grafik menggunakan SPSS versi 17.0. Dalam hal ini computer akan mengeluarkan suatu grafik *scatterdiagram*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal garis tersebut maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Disamping itu uji normalitas dapat juga dilakukan dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dengan menggunakan taraf signifikansi 0.05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05.<sup>13</sup>

#### 4. 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 SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0.05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0.05.<sup>14</sup>

#### 5. Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya dianalisis dengan analisis korelasi sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variable dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Product Moment Pearson*. Nilai Koefisien Korelasi ( $r$ ) berkisar antara -1 sampai 1. Apabila nilai  $r$  semakin

---

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm.28.

<sup>14</sup>*Ibid.*, hlm.36.

mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel makin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variable makin lemah. Nilai positif (+) menunjukkan hubungan searah dan sebaliknya negatif (-) menunjukkan hubungan terbalik.

Menurut Sugiyono pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,1999 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat<sup>15</sup>

Selanjutnya dihitung nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variable independen (X) terhadap variabel (Y).

Langkah berikutnya adalah melakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variable dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan: Y' = variable dependen (nilai yang diprediksikan)

X = variable independen

a = konstanta (nilai Y' apabila X=0)

---

<sup>15</sup>*Ibid.*, hlm. 54.

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)<sup>16</sup>

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan bantuan *software* SPSS Versi17.0.

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm.66.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Syariah**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

Pegadaian syariah dikenal di Indonesia sejak tahun 1746, tapi pada saat itu masyarakat tmalu dating kepegadaian karena identik dengan kesusahan. Namun belakangan ini pegadaian membangun citra baru melalui berbagai media dengan moto barunya yaitu "Mengatasi Masalah Tanpa Masalah".

Landasan hukum pegadaian syariah adalah kisah di masa Rasulullah ketika seseorang menggadaikan kambingnya. Saat itu Muhammad Rasulullah saw. Ditanya oleh salah seorang sahabatnya: bolehkah kambingnya diperah? Nabi mengizinkan sekedar untuk menutup biaya pemeliharaan. Artinya, Rasulullah mengizinkan, sekedar untuk menutup biaya pemeliharaan.

Pada tahun 1998 PT. Pegadaian (Persero) membuka cabang di kota Padang sidimpuan. Kehadiran PT Pegadaian (Persero) di tengah-tengah masyarakat Padang sidimpuan benar-benar dapat membantu mengatasi masalah keuangan yang sedang dialami oleh masyarakat Padang sidimpuan. Hal ini di buktikan dengan pernyataan dari nasabah dan ramainya jumlah nasabah yang dating menggadai di Cabang Pegadaian Pembantu Padang sidimpuan, rata-rata jumlah nasabah setiap harinya



mencapai enam puluh nasabah yang dating baik nasabah yang menggadai, memperpanjang ataupun menebus.

Cabang Pegadaian Pembantu Padang sidimpuan memiliki enam UPC pembantu diantaranya UPC Anugrah Plaza, UPC Padang Matinggi, UPC Batang Toru, UPC Panyabungan, UPC GunungTuadan UPC Natal. Dan di kota Padang sidimpuan sendiri pada saat ini juga telah hadir CPS Padang sidimpuan yang jaraknya tidak terlalu jauh dari kantor Cabang Pegadaian Pembantu Padang sidimpuan dan hanya sekitar 350 meter dari UPC Anugrah Plaza. Masyarakat kota Padang sidimpuan pada saat ini sudah tidak asing lagi dengan Pegadaian hal ini dikarenakan pegadaian sudah menjadi tempat untuk mengatasi masalah keuangan yang sedang dialami oleh masyarakat Padang sidimpuan. Dengan berkembangnya, maka muncullah Unit Pegadaian Syariah Sadabuan yang merupakan anak dari Cabang Pegadaian Syariah Padangsidimpuan satu-satunya yang didirikan pada tanggal 1 April 2009. Sehingga dengan didirikannya Unit Pegadaian Syariah Sadabuan mempermudah nasabah yang ada disekitar Sadabuan, Jalan Merdeka, dan Daerah Parsalakan untuk melakukan gadai dalam memperoleh dana dengan cepat, mudah, dan aman serta lebih mengefisienkan waktu.

## **2. Visi, Misi, dan Slogan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan**

### **a. Visi Pegadaian Syariah**

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

### **b. Misi Pegadaian Syariah**

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 kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

### **c. Slogan Pegadaian Syariah**

Untuk menambah semangat kerja seluruh pegawainya, PT. Pegadaian mempunyai slogan yang dipegang teguh, yaitu **“MENGATASI MASALAH TANPA MASALAH”**. Slogan ini mencerminkan cirri utama pelayanan pegadaian, yaitu :

- 1) Mengatasi masalah keuangan atau kebutuhan dana dalam pelayanan dalam waktu yang relative singkat.
- 2) Tidak menuntut persyaratan administrasi yang menyulitkan. Slogan hanya digunakan untuk keperluan yang bersifat promosi seperti yang dipakai dalam media iklan, brosur, spandukdan 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 kemanfaatan umum, dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan. Oleh karena itu, Pegadaian memiliki tujuan sebagai berikut:

- a) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman/pembiayaan atas dasar hukum gadai.
- b) Untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ketangan para pelepas uang atau tukang ijon atau tukang rentenir yang bunganya relative tinggi.
- c) Mencegah praktik pegadaian gelap dan pinjaman yang tidak wajar

## 2) Budaya Pegadaian Syariah

Budaya perusahaan diaktualisasikan dalam bentuk simbol / maskotsi "INTAN".

Adapun makna dari bentuk symbol atau maskotsi "INTAN" yang terdiridari:

- 1) Inovatif, dimana insane pegadaian harus berinisiatif, kreatif, produktif dan aktif. Berorientasi pada solusi bisnis.
- 2) Nilai Moral Tinggi, insane pegadaian harus taat beribadah, jujur dan berfikir positif.
- 3) Terampil, insane pegadaian harus kompeten dibidang tugasnya dan selalu mengembangkan diri.
- 4) Adil layanan, insane pegadaian harus peka, cepat tanggap, empatik, santun dan ramah.
- 5) Nuansa Citra, bangga sebagai insane pegadaian dan bertanggung jawab atas asset dan reputasi perusahaan.

Makna yang terkandung dalam maskot SI "INTAN".Kepala berbentuk berlian member makna bahwa Pegadaian mengenal batu intan sudah puluhan tahun, Intan tidak lebih dari sebuah bongkahan batu yang diciptakan alam dalam suatu proses berates tahun lamanya. Kekerasannya menjadikan dia tidak dapat tergores dari benda lain. Tetapi dia juga dapat dibentuk menjadi batu yang sangat cemerlang (*brilliant*). Dengan kecemerlangan itulah kemudian dia

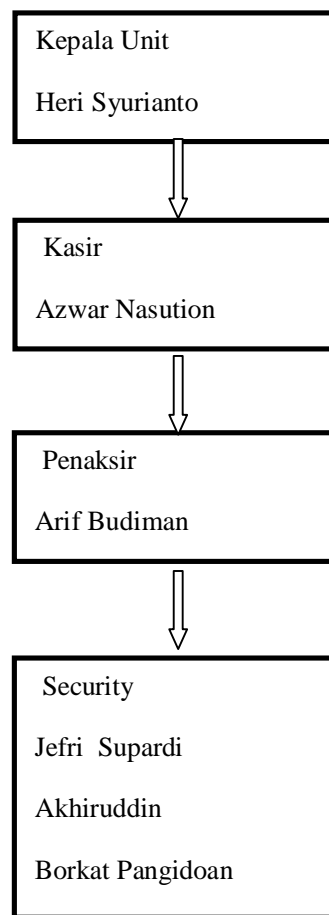
disebut berlian. Karakteristik batu intan itu diharapkan terdapat juga pada setiap insan pegadaian.

Sikap tubuh dengan tangan terbuka dan tersenyum memberi makna sikap seorang pelayan yang selalu siap memberikan pelayanan prima kepada siapa saja. Rompi warna hijau bermakna memberi keteduhan sebagai insan pegadaian.

#### e. Struktur Organisasi

**Gambar. 4.1**

#### **Struktur Organisasi Pegadaian Syariah**



## B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji kesahihah dan ketepatan instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu nasabah PT. Pegadaian Syariah Sadabuan. Adapun yang menjadi sampel penelitian ini adalah 100 orang.

### 1. Hasil Uji Validitas

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 17.0 diperoleh hasil untuk variabel *responsiveness* sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji validitas variabel *Responsiveness*(X)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	26.44	9.703	<b>.545</b>	.795
item2	26.04	10.019	<b>.573</b>	.793
item3	25.93	9.258	<b>.657</b>	.781
item4	25.76	9.740	<b>.550</b>	.794
item5	26.04	10.443	<b>.336</b>	.818
item6	25.99	9.586	<b>.544</b>	.795
item7	25.95	10.816	<b>.371</b>	.812
item8	26.04	10.221	<b>.416</b>	.809
item9	26.34	9.924	<b>.486</b>	.801
item10	25.75	10.088	<b>.503</b>	.800

Dari tabel r pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 diperoleh r tabel sebesar 0,195 (lihat pada lampiran tabel r).

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa untuk semua item nilainya lebih besar dari 0,195 sehingga dapat disimpulkan semua butir kuesioner untuk variabel *responsiveness* (X) adalah valid.

Selanjutnya untuk variabel kepuasan nasabah diperoleh tabel berikut:

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji validitas variabel kepuasan nasabah (Y)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	27.96	11.534	<b>.781</b>	.868
item2	27.97	12.757	<b>.608</b>	.881
item3	28.06	12.320	<b>.648</b>	.879
item4	27.85	11.967	<b>.818</b>	.867
item5	28.05	13.018	<b>.541</b>	.886
item6	28.03	13.019	<b>.474</b>	.891
item7	27.96	11.655	<b>.726</b>	.873
item8	28.07	12.894	<b>.550</b>	.885
item9	27.99	13.545	<b>.477</b>	.889
item10	27.87	12.518	<b>.670</b>	.877

Dari tabel r pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 diperoleh r tabel sebesar 0,195 (lihat pada lampiran tabel r).

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa untuk semua item nilainya lebih besar dari 0,195 sehingga dapat disimpulkan semua butir kuesioner untuk variabel kepuasan nasabah (Y) adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 17.0 diperoleh hasil untuk variabel *responsiveness* sebagai berikut:

**Tabel 4.3****Hasil Uji reliabilitas variabel *responsiveness* (X)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	10

Dari hasil analisis diperoleh nilai Alpha sebesar 0,816 Sedangkan nilai r kritis pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 adalah sebesar 0,195 (lihat pada lampiran tabel r). Karena nilai Alpha lebih dari 0,195 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir instrumen untuk variabel *responsiveness* adalah reliabel.

Selanjutnya untuk variabel kepuasan nasabah diperoleh tabel berikut:

**Tabel 4.4****Hasil Uji reliabilitas variabel kepuasan nasabah (Y)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	10

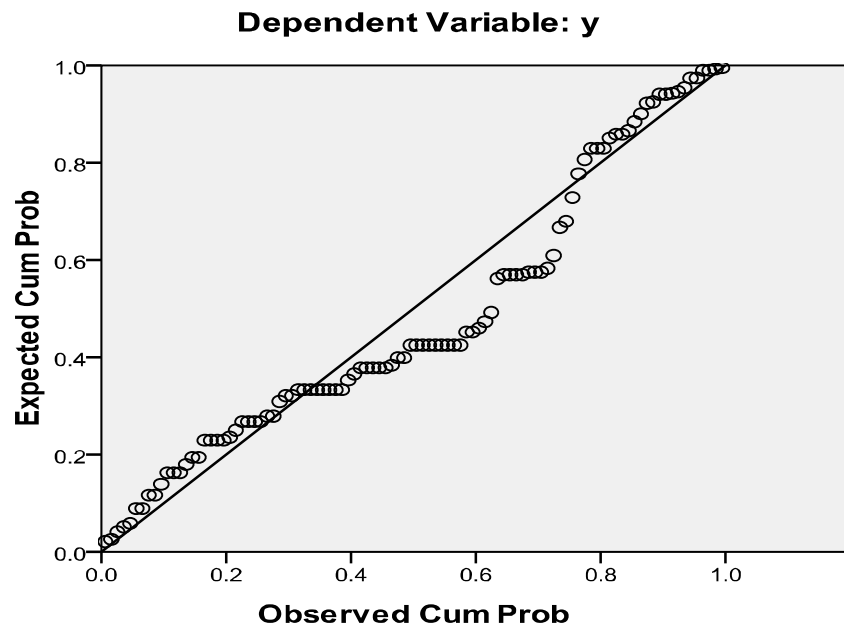
Dari hasil analisis diperoleh nilai Alpha sebesar 0,891. Sedangkan nilai r kritis pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 adalah sebesar 0,195 (lihat pada lampiran tabel r). Karena nilai Alpha lebih dari 0,195 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir instrumen untuk variabel kepuasan nasabah adalah reliabel.

**C. Uji Normalitas**

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 17.0 ternyata komputer mengeluarkan grafik seperti berikut:



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 4.1**

#### Hasil Uji normalitas

Dari hasil di atas tampak bahwa data masih menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### D. Uji Linearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Hal ini menjadi prasyarat untuk dilakukannya analisis korelasi atau regresi linear.

Hasil pengolahan data dengan *software* SPSS versi 17.0 memunculkan tabel berikut:

**Tabel 4.5**

#### Hasil Uji linearitas

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x Between Groups (Combined)	517.082	14	36.934	3.155	.001
<b>Linearity</b>	<b>230.333</b>	<b>1</b>	<b>230.333</b>	<b>19.675</b>	<b>.000</b>
Deviation from Linearity	286.749	13	22.058	1.884	.043
Within Groups	995.108	85	11.707		
Total	1512.190	99			

Dari output di atas dapat diketahui bahwa signifikansi pada *Linearity* adalah sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel *responsiveness* dan kepuasan nasabah terdapat hubungan yang linear.

#### E. Perhitungan Koefisien Korelasi

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 17.0 ternyata komputer mengeluarkan tabel seperti berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Koefisien korelasi**

		X	y
X	Pearson Correlation	1	<b>.390<sup>**</sup></b>
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	<b>.390<sup>**</sup></b>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Dari hasil analisis korelasi ( $r$ ) diperoleh korelasi antara *responsiveness*(X) dengan kepuasan nasabah(Y) sebesar 0,390. Untuk menjelaskannya dapat digunakan aturan berikut:

0,00 - 0,1999 = sangat rendah

0,20 - 0,399 = rendah

0,40 - 0,599 = sedang

0,60 - 0,799 = kuat

0,80 - 1,000 = sangat kuat<sup>1</sup>

Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa antara *responsiveness*(X) dengan kepuasan nasabah(Y) terdapat hubungan yang rendah.

#### **F. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Dari pengolahan data yang telah dilakukan dengan *software* SPSS versi 17.0 ternyata komputer mengeluarkan tabel seperti berikut:

<sup>1</sup>Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), hlm. 54.

Tabel 4.7

## Hasil Regresi linear sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	<b>18.395</b>	3.047		6.038	.000
X	<b>.439</b>	.105	.390	4.196	.000

Dari tabel tersebut di atas dapat dibentuk persamaan regresi linear untuk kedua variabel (*responsiveness* dan kepuasan nasabah) seperti berikut ini:

$$\hat{Y} = 18,395 + 0,439 X$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa antara variabel *responsiveness*(X) dan variabel kepuasan nasabah(Y) memiliki hubungan yang searah (+). Artinya jika *responsiveness*(X) makin meningkat maka akan mengakibatkan meningkatnya pula kepuasan nasabah(Y).

Kemudian setiap peningkatan variabel *responsiveness*(X) sebesar 1% akan berakibat meningkatnya nilai variabel kepuasan nasabah(Y) sebesar 0,439%. Sebaliknya setiap pengurangan variabel *responsiveness*(X) sebesar 1% akan berakibat berkurangnya nilai variabel kepuasan nasabah(Y) sebesar 0,439%.

### G. Uji Signifikansi (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Jika analisis data menggunakan *software* SPSS maka uji t dapat dilakukan dengan menggunakan nilai-nilai p-value pada kolom Sig. output SPSS. Jika nilai p-value lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka besaran-besaran tersebut signifikan.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Signifikansi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.395	3.047		6.038	.000
X	.439	.105	.390	4.196	.000

Dari tabel di atas pada kolom Sig. dapat dibaca nilainya 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Artinya dapat disimpulkan hubungan antara variabel *responsiveness* dan kepuasan nasabah adalah signifikan (pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi).

**H. Koefisien Determinasi**

Hasil pengolahan data dengan *software* SPSS versi 17.0 memperlihatkan tabel berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.390 <sup>a</sup>	.152	.144	3.617

Dari tabel di atas terlihat bahwa *r square* ( $r^2$ ) atau yang sering disebut koefisien determinasi sebesar 0,152 atau 15,2 %. Hal ini menjelaskan bahwa variabel *responsiveness*(X) memberikan pengaruh sebesar 15,2 % terhadap variabel kepuasan nasabah(Y) sedangkan sisanya 84,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## I. Pembahasan

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang rendah antara *responsiveness*(X) dengan kepuasan nasabah(Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai *r* sebesar 0,390. Padahal berdasarkan literatur yang ada (lihat pada bagian landasan teori) mengindikasikan adanya hubungan yang erat antara sikap *responsiveness* karyawan terhadap kepuasan pelanggan atau nasabah. *Responsiveness* termasuk salah satu dimensi kualitas jasa yang dikenal dengan istilah TERRA (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness*, dan *Assurance*). Pada lembaga keuangan seperti PT Pegadaian Syariah Sadabuan kenyataan bahwa *responsiveness* memiliki hubungan yang rendah dengan kepuasan nasabah perlu dikaji oleh penelitian yang lebih lanjut.

Kemudian dari persamaan regresi yang diperoleh:  $\hat{Y} = 18,395 + 0,439 X$  menunjukkan adanya hubungan yang positif atau searah. Hal ini mengisyaratkan bahwa setiap usaha meningkatkan variabel *responsiveness* akan meningkatkan kepuasan nasabah. Artinya peningkatan variabel *responsiveness* (X) sebesar 1% akan berakibat meningkatnya nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,439%. Sebaliknya setiap pengurangan variabel *responsiveness*

(X) sebesar 1% akan berakibat berkurangnya nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,439%.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,152 atau 15,2% yang menjelaskan bahwa variabel *responsiveness* (X) memberikan pengaruh hanya sebesar 15,2 % terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Walaupun memberikan pengaruh relatif kecil namun faktor *responsiveness* karyawan ini tetap perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak PT Pegadaian Syariah Sadabuan demi meningkatkan kepuasannya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari perhitungan korelasi diperoleh  $r = 0,390$  artinya antara variabel *responsiveness* (X) dan kepuasan nasabah (Y) di PT. Pegadaian Syariah Sadabuan memiliki hubungan yang rendah. Hubungan yang terjadi adalah hubungan searah atau positif, artinya dengan menaikkan tingkat *responsiveness* karyawan maka akan berdampak kepada meningkatnya pula kepuasan nasabah PT. Pegadaian Syariah Sadabuan.
2. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh sebesar 0,152 atau 15,2% yang menjelaskan bahwa variabel *responsiveness* (X) memberikan pengaruh hanya sebesar 15,2 % terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Sedangkan sisanya 84,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Dari pengolahan data yang dilakukan diperoleh persamaan regresi berikut:

$$\hat{Y} = 18,395 + 0,439 X$$

Artinya setiap peningkatan variabel *responsiveness* (X) sebesar 1% akan berakibat meningkatnya nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,439%. Sebaliknya setiap pengurangan variabel *responsiveness* (X) sebesar 1% akan berakibat berkurangnya nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,439%.



## **B. Saran Peneliti**

Sehubungan dengan hasil temuan peneliti di atas, maka yang menjadi saran peneliti dalam hal ini adalah sebagai berikut:

Walaupun memberikan pengaruh relatif kecil namun faktor *responsiveness* karyawan ini tetap perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak PT Pegadaian Syariah Sadabuan demi meningkatkan kepuasan nasabahnya. Diharapkan dengan meningkatnya kepuasan nasabah dalam bertransaksi di PT. Pegadaian Syariah Sadabuan akan menimbulkan loyalitas pada masing-masing nasabah. Pada akhirnya hal ini akan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan perusahaan ini di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Philip Kotler A.B. Susanto, *Menejemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Cristopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran*, (Terj. Agus Widyantoro), Jakarta: Indeks, 2005.
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Kasus*, Yogyakarta: Caps, 2012.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Penerbit J-Art, 2005.
- Dwi Swiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Total Media, 2009.
- \_\_\_\_\_, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Fandi Tjiptono dan Anastasya Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku karyawan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008.
- Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Statistic 2 ( Statistika Inferensial)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Kasmir, *Menejemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008,
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Malayu S.P, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan kuantitatif*, Jakarta: RajawaliPers, 2008.
- M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.

- Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Richard L. Daft, *Management Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori Dan Kasus Menejemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Syaifuddin Azwar, *Metode penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Yazid, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Ekonisia, 2008.

## RIWAYAT HIDUP

- I. Nama : Helti Apriani Pane  
Nim : 10 220 0014  
Tempat/TanggalLahir : Panobasan/8 April 1992  
Alamat : Panobasan, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan
- II. Nama Orang Tua  
Ayah : Alm. Tamamuddin Pane  
Ibu : Sartawan Siregar  
Alamat : Panobasan, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan  
Pekerjaan : Petani
- III. Pendidikan
- SD Muhammadiyah Panobasantammat 2004
  - Madrasah TsanawiyahNU Batangtorutammat 2007
  - SMANegeri 1 Angkola Barattammat 2010

Lampiran

## DAFTAR ANGKET

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Di Tempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ekonomi Islam dalam Bidang Ilmu Perbankan syariah. Dengan judul: Pengaruh responsiveness karyawan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Syariah Unit Sadabuan.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini kami mengucapkan terimakasih.

Peneliti

HELTI APRIANI PANE

a. Identitas Responden

1. nama:

2. jenis kelamin:      a. Pria   b. Wanita

3. Pendidikan Terakhir:

- |        |                |
|--------|----------------|
| a.SD   | d.Diploma      |
| b.SMP  | e.Sarjana      |
| c. SMA | f.Pascasarjana |

4. Profesi/pekerjaan anda:

- |                      |               |
|----------------------|---------------|
| a. Pelajar/Mahasiswa | c. Wiraswasta |
| b.Pegawai/Karyawan   | d. Lain-lain  |

5. Alamat Rumah:      a.Dalam kota Padangsidimpuan

b. Di luar kota Padangsidimpuan

b. jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (√) pada jawaban yang dipilih dengan memperhatikan nilai dan artisebagai berikut:

daftar prtanyaan

a. angket variabel X (Responsiveness karyawan)

No	Pertanyaan	jawaban				
1	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan berusaha melayani nasabah sesegera mungkin	SS	S	R	TS	STS
2	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan sering membantu saya dalam berurusan di kantor tanpa saya minta	SS	S	R	TS	STS
3	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan sering memperlakukan saya layaknya seorang yang dihormati	SS	S	R	TS	STS
4	Saya selalu mendapatkan penjelasankaryawan dengan baik jika saya menanyakan sesuatu	SS	S	R	TS	STS
5	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan melayani nasabah tanpa pandang bulu	SS	S	R	TS	STS
6	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan bersedia membantu nasabah walaupun bukan bidangnya	SS	S	R	TS	STS
7	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan selalu memberikan solusi secepatnya terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah	SS	S	R	TS	STS
8	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan memahami cara bekerja yang efisien	SS	S	R	TS	STS
9	Saya merasa pelayanan yang diberikan karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan lumayan cepat	SS	S	R	TS	STS
10	Karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan memahami apa yang dibutuhkan nasabah	SS	S	R	TS	STS

B. Angket Variabel Y (ke[uasan nasabah)

No	Pertanyaan	jawaban				
1	Saya senang dengan karyawan Pegadaian Syariah Unit Sadabuan yang bersikap ramah	SS	S	R	TS	STS
2	Saya lebih memilih menggunakan Pegadaian Syariah dibanding lembaga keuangan yang lain	SS	S	R	TS	STS

3	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Unit Sadabuan cukup memuaskan	SS	S	R	TS	STS
4	Saya merasa puas dengan produk yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Unit Sadabuan	SS	S	R	TS	STS
5	Saya tidak takut rugi bila bertransaksi di Pegadaian Syariah Unit Sadabuan	SS	S	R	TS	STS
6	Saya tidak terpengaruh dengan promosi perusahaan lain	SS	S	R	TS	STS
7	Saya tidak akan pindah menjadi nasabah perusahaan lain	SS	S	R	TS	STS
8	Saya merasa kebutuhan saya sebagai nasabah dapat dipenuhi oleh Pegadaian Syariah Unit Sadabuan	SS	S	R	TS	STS
9	Saya senang dengan kinerja karyawan di Pegadaian Syariah Unit Sadabuan	SS	S	R	TS	STS
10	Dalam hal pelayanan yang diberikan ternyata apa yang saya harapkan sesuai dengan kenyataan yang saya terima	SS	S	R	TS	STS

DATA KUESIONER X

RESPONDEN KE	SKOR ITEM										SKOR TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	32
2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	27
3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	21
4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	33
5	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
6	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	27
7	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	25
8	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	25
9	2	2	3	4	2	3	3	2	2	4	27
10	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	29
11	2	3	3	4	3	3	4	3	2	4	31
12	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	33
13	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	36
14	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
15	2	3	3	4	3	2	3	3	2	4	29
16	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	30
17	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
18	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
19	2	3	4	4	4	4	3	4	2	4	34
20	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	26
21	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
27	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
28	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
29	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
30	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
31	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
32	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	24
33	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	24
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	26
36	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	24
37	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34



38	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
39	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
40	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
41	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
42	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
43	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
44	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	34
45	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
47	1	1	1	1	3	3	2	2	1	3	18
48	3	2	3	4	1	3	3	2	3	3	27
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	26
51	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	24
52	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34
53	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
54	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
55	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
56	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
59	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
61	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
62	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
63	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	25
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
65	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	26
66	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	24
67	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34
68	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
69	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
70	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
71	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
72	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	27
73	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	25
74	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	25
75	2	2	3	4	2	3	3	2	2	4	27
76	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	29
77	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
78	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	27
79	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	25

80	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	25
81	2	2	3	4	2	3	3	2	2	4	27
82	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	29
83	2	3	3	4	3	3	4	3	2	4	31
84	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	33
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
89	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
90	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
91	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
92	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	28
93	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	27
94	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	25
95	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	25
96	2	2	3	4	2	3	3	2	2	4	27
97	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	29
98	2	3	3	4	3	3	4	3	2	4	31
99	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	33
100	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	25

L-9 DATA KUESIONER Y

RESPONDEN	SKOR ITEM										SKOR TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	32
2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	25
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	28
7	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	22
8	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
9	3	4	3	4	2	3	4	2	4	4	33
10	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	30
11	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	36
12	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
15	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35
16	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	35
17	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
20	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
29	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34
30	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
31	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
32	3	4	2	3	2	2	3	2	3	4	28
33	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	23
34	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	28
35	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
36	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3	25
37	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	35

38	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	25
39	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	29
40	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	35
41	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	33
42	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
43	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	33
44	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	34
45	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	29
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
47	1	2	1	1	3	3	2	2	2	3	20
48	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	34
49	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
50	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35
51	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	35
52	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
55	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
59	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
60	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
61	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35
62	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	35
63	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
65	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
66	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
70	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	34
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
72	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
76	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
78	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	28
79	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35



RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007  
7 VAR00008 VAR00009 VAR00010  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.

**Reliability**

[DataSet0]

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	27.96	11.534	.781	.868
VAR00002	27.97	12.757	.608	.881
VAR00003	28.06	12.320	.648	.879
VAR00004	27.85	11.967	.818	.867
VAR00005	28.05	13.018	.541	.886
VAR00006	28.03	13.019	.474	.891
VAR00007	27.96	11.655	.726	.873
VAR00008	28.07	12.894	.550	.885
VAR00009	27.99	13.545	.477	.889
VAR00010	27.87	12.518	.670	.877

RELIABILITY

```

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00000
7 VAR00008 VAR00009 VAR00010
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

**Reliability**

[DataSet0]

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	26.44	9.703	.545	.795
VAR00002	26.04	10.019	.573	.793
VAR00003	25.93	9.258	.657	.781
VAR00004	25.76	9.740	.550	.794
VAR00005	26.04	10.443	.336	.818
VAR00006	25.99	9.586	.544	.795
VAR00007	25.95	10.816	.371	.812
VAR00008	26.04	10.221	.416	.809
VAR00009	26.34	9.924	.486	.801
VAR00010	25.75	10.088	.503	.800

CORRELATIONS

/VARIABLES=x y  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.

## Correlations

[DataSet0]

Correlations

		x	y
x	Pearson Correlation	1	.390**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
y	Pearson Correlation	.390**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT y
  /METHOD=ENTER x
  /RESIDUALS DURBIN NORM(ZRESID)
  /CASEWISE PLOT(ZRESID) ALL.

```

## Regression

[DataSet 1]

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x <sup>a</sup>		Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: y

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.390 <sup>a</sup>	.152	.144	3.617	2.363

- a. Predictors: (Constant), x  
 b. Dependent Variable: y

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.333	1	230.333	17.609	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1281.857	98	13.080		
	Total	1512.190	99			

- a. Predictors: (Constant), x  
 b. Dependent Variable: y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.395	3.047		6.038	.000
	x	.439	.105	.390	4.196	.000

- a. Dependent Variable: y

Casewise Diagnostics<sup>a</sup>

Case Number	Std. Residual	y	Predicted Value	Residual
1	-.122	32	32.44	-.442
2	.208	31	30.25	.753
3	-.723	25	27.61	-2.613
4	1.415	38	32.88	5.119
5	-.190	30	30.69	-.686
6	-.621	28	30.25	-2.247
7	-2.038	22	29.37	-7.369
8	-.379	28	29.37	-1.369
9	.761	33	30.25	2.753
10	-.311	30	31.13	-1.125
11	1.105	35	32.00	3.997
12	.862	36	32.88	3.119
13	1.604	40	34.20	5.802
14	-.743	28	30.69	-2.686
15	1.071	35	31.13	3.875
16	.950	35	31.56	3.436
17	-.456	29	30.69	-1.686
18	-.311	30	31.13	-1.125
19	1.571	39	33.32	5.680
20	-.500	28	29.81	-1.808
21	-.190	30	30.69	-.686
22	-.432	30	31.56	-1.564
23	-.432	30	31.56	-1.564
24	.188	34	33.32	.680
25	-.432	30	31.56	-1.564
26	-.743	28	30.69	-2.686
27	-.311	30	31.13	-1.125
28	-.122	32	32.44	-.442
29	.431	34	32.44	1.558
30	-.743	28	30.69	-2.686
31	-.588	29	31.13	-2.125
32	-.257	28	28.93	-.930
33	-1.640	23	28.93	-5.930
34	-.985	28	31.56	-3.564
35	.606	32	29.81	2.192
36	-1.087	25	28.93	-3.930
37	.465	35	33.32	1.680
38	-1.572	25	30.69	-5.686
39	-.466	29	30.69	-1.686
40	-.021	35	35.08	-.076
41	.276	33	32.00	.997
42	-.743	28	30.69	-2.686
43	.154	33	32.44	.558

a. Dependent Variable: y

Casewise Diagnostics<sup>a</sup>

Case Number	Std. Residual	y	Predicted Value	Residual
44	.188	34	33.32	.680
45	-.588	29	31.13	-2.125
46	-.432	30	31.56	-1.564
47	-1.741	20	26.30	-6.297
48	1.038	34	30.25	3.753
49	-.985	28	31.56	-3.564
50	1.436	35	29.81	5.192
51	1.678	35	28.93	6.070
52	-1.194	29	33.32	-4.320
53	-.190	30	30.69	-.686
54	2.299	39	30.69	8.314
55	-1.956	28	35.08	-7.076
56	-.190	30	30.69	-.686
57	-.432	30	31.56	-1.564
58	-.432	30	31.56	-1.564
59	.188	34	33.32	.680
60	-.985	28	31.56	-3.564
61	1.193	35	30.69	4.314
62	-1.071	35	31.13	3.875
63	-.102	29	29.37	-.369
64	-.432	30	31.56	-1.564
65	2.542	39	29.81	9.192
66	-.257	28	28.93	-.930
67	-.918	30	33.32	-3.320
68	-.190	30	30.69	-.686
69	-.190	30	30.69	-.686
70	-.297	34	35.08	-1.076
71	-.190	30	30.69	-.686
72	-.621	28	30.25	-2.247
73	.174	30	29.37	.631
74	.174	30	29.37	.631
75	2.420	39	30.25	8.753
76	-.864	28	31.13	-3.125
77	-.190	30	30.69	-.686
78	-.621	28	30.25	-2.247
79	1.557	35	29.37	5.631
80	1.557	35	29.37	5.631
81	-.345	29	30.25	-1.247
82	-.311	30	31.13	-1.125
83	1.935	39	32.00	6.997
84	-1.350	28	32.88	-4.881
85	.950	35	31.56	3.436
86	.950	35	31.56	3.436

a. Dependent Variable: y

**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

Case Number	Std. Residual	y	Predicted Value	Residual
87	-1.194	29	33.32	-4.320
88	-.432	30	31.56	-1.564
89	2.299	39	30.69	8.314
90	-.864	28	31.13	-3.125
91	-.675	30	32.44	-2.442
92	-.190	30	30.69	-.686
93	-.068	30	30.25	-.247
94	1.280	34	29.37	4.631
95	.174	30	29.37	.631
96	-.621	28	30.25	-2.247
97	-.311	30	31.13	-1.125
98	1.935	39	32.00	6.997
99	-1.350	28	32.88	-4.881
100	.174	30	29.37	.631

a. Dependent Variable: y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

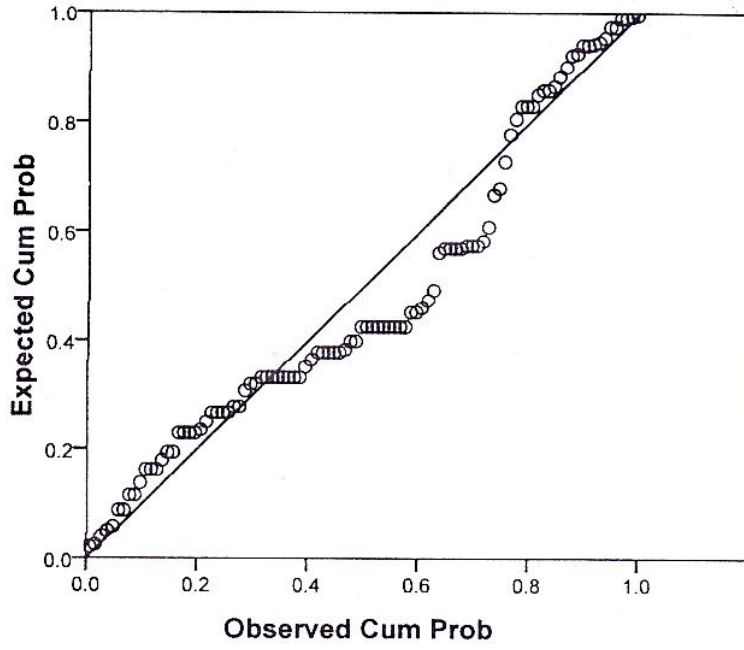
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	26.30	35.08	31.09	1.525	100
Residual	-7.369	9.192	.000	3.598	100
Std. Predicted Value	-3.143	2.613	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.038	2.542	.000	.995	100

a. Dependent Variable: y

**Charts**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: y



MEANS TABLES=y BY x  
 /CELLS MEAN COUNT STDDEV  
 /STATISTICS LINEARITY.

**Means**

{DataSet0}

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
y * x	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

**Report**

x	Mean	N	Std. Deviation
18	20.00	1	
21	25.00	1	
24	27.80	5	4.550
25	30.30	10	3.860
26	33.50	4	4.655
27	30.80	10	3.615
28	30.42	19	3.548
29	30.36	11	2.420
30	30.64	14	2.499
31	36.75	4	2.872
32	32.20	5	1.483
33	32.50	4	5.260
34	33.00	8	3.464
36	40.00	1	
38	32.33	3	3.786
Total	31.09	100	3.908

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square
y * x	Between Groups (Combined)	517.082	14	36.934
	Linearity	230.333	1	230.333
	Deviation from Linearity	286.749	13	22.058
	Within Groups	995.108	85	11.707
	Total	1512.190	99	

ANOVA Table

			F	Sig.
y * x	Between Groups	(Combined)	3.155	.001
		Linearity	19.675	.000
		Deviation from Linearity	1.884	.043

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
y * x	.390	.152	.585	.342

Lampiran

**TABEL**  
**TABEL NILAI-NILAI  $r$  PRODUCT MOMENT<sup>1</sup>**

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,612	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,261
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	<b>0,195</b>	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,517	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

<sup>1</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 373.