



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

**(Studi kasus pada PT. Pegadaian Syari'ah  
Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam  
(SEI) Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syari'ah*

**Oleh**

**FITRI YANTI LUBIS**

**NIM : 10.220.0052**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH**

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

**PADANGSIDIMPUAN**

**2014**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH**  
(Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak  
Padangsidimpuan)

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat Untuk  
mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syari'ah*

Oleh

**FITRI YANTI LUBIS**  
NIM. 10 220 0052



**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2014**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH**  
(Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak  
Padangsidimpuan)

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syari'ah*

Oleh

**FITRI YANTI LUBIS**  
NIM. 10 220 0052

**Pembimbing I**

**Rosnani Siregar, M.Ag**  
NIP. 19740626 2000312 2 001

**Pembimbing II**

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

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH**

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

2014



Hal : Skripsi  
a.n. FITRI YANTI LUBIS  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 28 Agustus 2014  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidempuan  
Di  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **FITRI YANTI LUBIS** yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan,** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

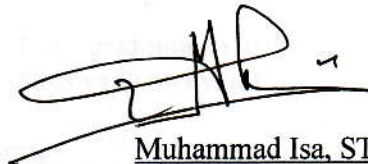
*Wassalamu'alaikumWr.Wb*

PEMBIMBING I



Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP. 19740626 2000312 2 001

PEMBIMBING II



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

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fitri Yanti Lubis

Nim : 10 220 0052

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : PERBANKAN SYARIAH

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian  
Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan)

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa meminta bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali berupa kutipan-kutipan dari buku-buku bahan bacaan, arahan tim pembimbing, hasil wawancara dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 01 September 2014

Saya yang menyatakan



**FITRI YANTI LUBIS**  
**NIM. 10 220 0052**

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

Nama : FITRI YANTI LUBIS  
Nim : 10 220 0052  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman  
Bolak Padangsidimpuan)

Ketua



Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP : 19740626 200312 2 001

Sekretaris,



Nofinawati, MA  
NIP : 19821116 201101 2 003

Anggota



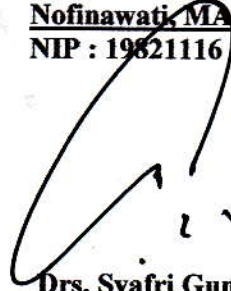
Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP : 19740626 200312 2 001



Nofinawati, MA  
NIP : 19821116 201101 2 003



Aswadi Lubis, SE., M.Si  
NIP : 19630107 199903 1 002



Drs. Syafri Gunawan, M.Ag  
NIP : 19591109 198703 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidimpuan  
Tanggal : 01 September 2014  
Pukul : 08:00 s/d 10:00  
Hasil/ Nilai : 70 (B)  
Predikat : Amat Baik  
IPK : 3,28



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

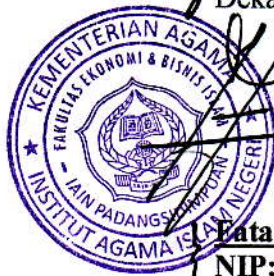
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan  
Tel. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022 Kode Pos 22733

**PENGESAHAN**

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian  
Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan)  
NAMA : FITRI YANTI LUBIS  
NIM : 10 220 0052

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

Padangsidimpuan, 13 Oktober 2014  
Dekan,



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



## ABSTRAKSI

Nama : FITRI YANTI LUBIS  
NIM : 10 220 0052  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan)

Sesuai dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan), maka seluruh petugas PT. Pegadaian Syariah harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya, karena pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Pada umumnya kepuasan nasabah yang tinggi dihubungkan dengan kualitas pelayanan yang tinggi. Dengan kinerja karyawan yang semakin baik atau meningkat maka pelayanan yang diberikan pada nasabah juga akan semakin baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dilakukan dengan menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu angket, dengan jumlah sampel 75 responden yang diambil dari populasi 2903 responden. Selanjutnya untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel digunakan rumus *product moment* dan untuk melihat pengaruh dan sumbangan variabel X kepada variabel Y digunakan rumus persamaan regresi linear sederhana, uji validitas, uji reliabilitas, dan koefisien determinasi, serta untuk melihat kesignifikannya dilihat dengan menggunakan uji t.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antar variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah). Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan hasil koefisien korelasi yang diperoleh 0,623, dengan hubungan antara kedua variabel “kuat”. Dan pada uji t yang menghasilkan t sebesar 6,798. Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6,798 > 1,671$  dan  $P_{value} (0,00) < \alpha (0,05)$ , artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,388 atau 38,8%, artinya bahwa variabel kepuasan nasabah dapat diterangkan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 38,8% sedangkan sisanya (61,2%) diterangkan oleh variabel lain diluar penelitian. Dari hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan regresinya  $Y = 9,903 + 0,950 X$ , yang artinya usaha meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan nsabah sebesar 0,950 satuan.



## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuk kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) Jurusan Perbankan Syariah yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan)”**.

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 inmaterial, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M. A, Bapak Aswadi Lubis, S.E, M. Si dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M. Ag, selaku Wakil Rektor I, II dan III.
2. Bapak Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Ibu Rosnani Siregar, M. Ag, Bapak Darwis Harahap, M. Si dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M. Ag selaku wakil dekan I, II, III.
3. Ibu Rosnani Siregar M. Ag dan bapak Muhammad Isa, ST., MM yang merupakan pembimbing I dan II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M. Si, sebagai ketua Jurusan Perbankan Syariah 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

5. 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.
6. Teristimewa keluarga tercinta (Ayahanda Amaluddin Lubis, ibunda Basariah Harahap) dan seluruh keluarga besar peneliti yang paling berjasa dan paling disayang dalam hidup peneliti (Neyla Fuady Toha Lubis, Santy Dewi Lubis dan Evy Khairani Lubis) 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.
7. Sahabat-sahabat tercinta dan terdekat Perbankan Syariah 2 angkatan 2010 (Eliza Yusrina Tbn, Mellina Efendi Nst, Rini Eriska Srg, Siska Angriani Hsb, Siti Aisyah Srg, Olga Chintya Oktavia, Wahyuni Hrp, Ian Alfian, Asrul Afandi Lubis dan Jihan Lesmana) yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada saya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan terutama dalam metode. 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 ilmiah selanjutnya.

Padangsidempuan, 1 September 2014

Peneliti



**FITRI YANTI LUBIS**

**NIM. 10 220 0052**

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul.....</b>	
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	
<b>Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri .....</b>	
<b>Berita Acara Ujian Munaqasah .....</b>	
<b>Halaman Pengesahan Rektor IAIN.....</b>	
<b>Abstraksi .....</b>	<b>i</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
G. Definisi Operasional Variabel.....	7
H. Sistematika Pembahasan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>9</b>
A. Pemahaman Konsep Kualitas .....	9
1. Definisi Kualitas .....	9
2. Persepsi Terhadap Kualitas.....	9
B. Pemahaman Konsep Jasa/Pelayanan.....	11
1. Definisi Jasa/Pelayanan .....	12
2. Karakteristik Jasa .....	13
C. Dimensi <i>Service Quality</i> (ServQual).....	14

D. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	20
1. Definisi Kepuasan Pelanggan .....	20
2. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	22
E. Nasabah .....	25
1. Definisi Nasabah .....	25
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah.....	26
F. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam .....	27
G. Penelitian Terdahulu.....	29
H. Kerangka Berfikir.....	31
I. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel .....	33
D. Sumber Data.....	35
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	35
F. Variabel Penelitian .....	37
G. Teknik Analisis Data .....	37
H. Pembahasan .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah.....	40
B. Deskripsi Data.....	44
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	44
D. Analisis Korelasi .....	53
E. Statistik Deskriptif.....	54
F. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	55
G. Uji Normalitas.....	58
H. Pembahasan .....	61



<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Keterbatasan Penelitian .....	66
C. Saran .....	63

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Dimensi dan Atribut Model ServQual .....	18
Tabel 1.2: Penilaian Untuk Angket Positif dan Negatif .....	36
Tabel 1.3: Kisi-kisi Angket Kualitas Pelayanan (Variabel X) .....	36
Tabel 1.4: Kisi-Kisi Angket Kepuasan Nasabah (Variabel) .....	37
Tabel 1.5: Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X) .....	45
Tabel 1.6: Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X) .....	47
Tabel 1.7: Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y) .....	48
Tabel 1.8: Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y) .....	50
Tabel 1.9: Hasil Uji Reliabilitas pada Kualitas Pelayanan (X) .....	51
Tabel 1.10 Hasil Uji Reliabilitas pada Kepuasan Nasabah (Y) .....	52
Tabel 1.11 Hasil Analisis Korelasi .....	53
Tabel 1.12 Interpretasi Nilai $r$ .....	54
Tabel 1.13 Hasil Statistik Deskriptif .....	54
Tabel 1.14 Hasil Model Summary .....	55
Tabel 1.15 Hasil Uji Hipotesis (Uji $t$ ) .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:KonsepKepuasanNasabah.....	21
---------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian.....	
Lampiran 2: Identitas Responden.....	
Lampiran 3: Daftar Pertanyaan Kualitas Pelayanan (X).....	
Lampiran 4: Daftar Pertanyaan Kepuasan Nasabah (Y).....	
Lampiran 5: Butir Angket Uji Coba pada Kualitas Pelayanan (X).....	
Lampiran 6: Butir Angket Uji Coba pada Kepuasan Nasabah (Y).....	
Lampiran 7: Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X).....	
Lampiran 8: Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....	
Lampiran 9: Hasil Angket Kualitas Pelayanan (X).....	
Lampiran 10: Hasil Angket Kepuasan Nasabah (Y).....	
Lampiran 11: Tabel Nilai-nilai dalam Distribusi t.....	
Lampiran 12: Tabel Nilai-nilai r Product Moment.....	
Lampiran 13: Langkah-langkah Pada Program SPSS.....	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Pemasaran erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan, karena konsep pemasaran dibangun untuk memenuhi kebutuhan pelanggan guna meraih kepuasan pelanggan tersebut. Pemenuhan kebutuhan pelanggan tidak terbatas pada produk barang saja, melainkan juga kualitas pelayanannya. Semakin tinggi tingkat persaingan dalam usaha mengharuskan pihak manajemen selalu melakukan inovasi untuk mempertahankan konsumennya sehingga menjadi konsumen yang loyal. Mempertahankan konsumen yang ada lebih baik daripada mencari konsumen baru, dan yang harus dilakukan perusahaan adalah menciptakan konsumen yang loyal.<sup>1</sup>

Dewasa ini perusahaan menghadapi persaingan paling ketat yang pernah ada. Batu sendi dari orientasi pemasaran yang dipahami dengan baik adalah relasi pelanggan yang kuat. Bagian pemasaran harus selalu berhubungan dengan pelanggan, menginformasikan, melibatkan dan mungkin bahkan memberi mereka energi dalam proses itu. John Chambers, CEO Cisco Systems, mengungkapkannya dengan baik: “jadikanlah pelanggan pusat dari budaya Anda”. Perusahaan yang berpusat pada pelanggan itu terampil dalam membangun

---

<sup>1</sup>Philip Kotler A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 61.

relasi pelanggan, bukan sekedar produk, mereka terlatih dalam perekayasaan pasar, tidak sekedar perekayasaan produk<sup>2</sup>.

Hal ini menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai sasaran pelayanan. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah bukan lagi volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi pelanggan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas.

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.<sup>3</sup>

Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan,

---

<sup>2</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hal. 171.

<sup>3</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Edisi 2, 2007), hal. 115.

mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Pelanggan menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka setelah menggunakan jasa/layanan dan menggunakan informasi untuk memperbaharui persepsi mereka tentang persepsi jasa, tetapi sikap terhadap kualitas tidak bergantung pada pengalaman. Orang sering mendasarkan penilaian tentang kualitas pelayanan yang belum pernah mereka pakai pada informasi dari mulut ke mulut atau dari iklan perusahaan. Namun pelanggan harus benar-benar menggunakan suatu jasa untuk mengetahui apakah mereka puas atau tidak dengan hasilnya.<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*servicequality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Hal itu juga terjadi di PT. Pegadaian Syariah cabang Alaman Bolak Padangsidempuan sebagai tempat penelitian ini, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan.

Layanan gadai syariah merupakan hasil kerja sama PT. Pegadaian Syariah dengan Lembaga Keuangan Syariah untuk mengimplementasikan prinsip “*Rahn*” yang bagi PT Pegadaian Syariah dapat dipandang sebagai pengembangan

---

<sup>4</sup>Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*, ( Jakarta: Indeks, 2005), hal. 96.

produk, sedang bagi Lembaga Keuangan Syariah dapat berfungsi sebagai kepanjangan tangan dalam pengelolaan produk *Rahn*. Untuk mengelola kegiatan tersebut. Pegadaian telah membentuk Divisi Usaha Syariah yang semula di bawah binaan Divisi Usaha Lainnya.<sup>5</sup>

PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan sebagai perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang keuangan di kota Padangsidempuan memiliki beberapa perusahaan pesaing diantaranya PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. Bank Sumut Syariah. Perusahaan-perusahaan tersebut mempunyai produk yang mirip dengan produk PT. Pegadaian Syariah walaupun dengan nama yang berbeda, tetapi pada dasarnya menggunakan prinsip gadaai syariah. Disamping itu masih banyak perbankan konvensional lainnya yang juga bisa menjadi alternatif pilihan bagi calon nasabah yang berminat menggunakan jasa gadaai. Hal ini turut mempersengit persaingan diantara perusahaan tersebut.

Dalam menghadapi persaingan dalam memperebutkan pasar ini tentunya PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan harus selalu berusaha memuaskan nasabahnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memperbaiki pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas diyakini akan turut serta menciptakan kepuasan nasabah. Berdasarkan wawancara dengan nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan, ada beberapa nasabah setelah melakukan transaksi mengatakan pelayanannya memang baik, tetapi akan lebih baik lagi kalau karyawannya menyambut

---

<sup>5</sup> M. Habiburrahim. *Mengenal Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Kuwais, 2012), hal. 218.



kedatangan nasabah dengan baik dan cepat merespon nasabah yang datang. Ia merasakan pelayanannya kurang sesuai dengan yang diharapkan. Karena menyambut kedatangan nasabah dengan baik merupakan harapan nasabah.<sup>6</sup> Saya juga melihat waktu magang di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan, karyawannya kurang memiliki etika yang baik. Seharusnya apabila ingin memberikan pengembalian uang yang tersisa kepada nasabah, sebaiknya karyawan tersebut harus berdiri sambil menyerahkannya kepada nasabah, bukan dengan duduk dikursinya saja. Pelayanan yang seperti ini sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Padahal aspek ini cukup penting sebagai dasar bagi pemasarannya di masa depan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan).**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan
2. Pengaruh promosi terhadap kepuasan
3. Pengaruh budaya perusahaan terhadap kepuasan
4. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan
5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

---

<sup>6</sup>Ika Irawati. *Hasil wawancara di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan*, (Padangsidempuan: Kamis, 17 April 2014. Jam 13.40)

### **C. Batasan Masalah**

Supaya pembahasan penelitian ini lebih fokus, tuntas dan tidak meluas serta karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga yang dimiliki peneliti, maka penelitian ini dibatasi hanya membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu “seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah cabang Alaman Bolak Padangsidempuan?”

### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi akademisi

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka di bidang pemasaran.

#### 2. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan nasabah dalam usaha menciptakan nasabah yang loyal.

### 3. Bagi Penulis

Sebagai syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1 di Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan.

### 4. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan informasi kepada seluruh lapisan masyarakat tentang produk Pegadaian Syariah.

## **G. Defenisi Operasional Variabel**

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>7</sup> Kualitas pelayanan diukur dari lima dimensi yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), dan Jaminan (*Assurance*).

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>8</sup> Pelanggan yang puas akan cenderung loyal, dengan suka rela mempromosikan perusahaan, dan memiliki kebanggaan menjadi pelanggan perusahaan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan defenisi operasional variabel.

---

<sup>7</sup>Fandi Tjiptono, *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima...*, hal. 85.

<sup>8</sup>Philip Kotler A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia...*, hal. 52.

Bab II Landasan Teori. Bab ini akan membahas tentang kajian teori yang berisi tentang definisi kualitas, pemahaman konsep jasa/pelayanan, dimensi *service quality* (ServQual), konsep kepuasan pelanggan, mengukur kepuasan pelanggan, dan nasabah. Selain itu juga terdiri dari tinjauan peneliti terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian. Bab ini menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, variabel penelitian, teknik analisis data, dan uji validitas dan uji reliabilitas.

Bab IV Hasil Penelitian. Bab ini menguraikan tentang gambaran umum obyek penelitian, berupa Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan, visi, misi dan slogan Pegadaian Syariah, tujuan dan budaya Pegadaian Syariah, selain itu juga terdiri dari deskriptif data, analisis statistik yaitu uji validitas dan reliabilitas, analisis korelasi, analisis statistik deskriptif, uji t, uji normalitas dan pembahasan.

Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat penulis sampaikan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Pemahaman Konsep Kualitas**

#### 1. Definisi Kualitas

Definisi kualitas sangat beranekaragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Goetsch dan Davis dalam Fandy Tjiptono mendefinisikan “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.<sup>1</sup>

Sedangkan kualitas menurut Kotler adalah “kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa”.<sup>2</sup> Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

#### 2. Persepsi terhadap Kualitas

Perspektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/jasa. David dalam Fandy Tjiptono mengidentifikasi adanya lima alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, yaitu:

---

<sup>1</sup>Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hal. 4.

<sup>2</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hal 121.

a. *Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari, dan seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti tempat berbelanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil), kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi), dan lain-lain. Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.<sup>3</sup>

b. *Product-based Approach*

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.

c. *User-based Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda

---

<sup>3</sup>Fandi Tjiptono & Anastasia Diana. *Total Quality Management (TQM)*.., hal. 24.

pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

d. *Manufacturing-based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerajaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

e. *Value-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellence*”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).<sup>4</sup>

## **B. Pemahaman Konsep Jasa/Pelayanan**

### 1. Definisi Jasa/Pelayanan

Kotler mendefinisikan jasa sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat

---

<sup>4</sup>*Ibid*, hal. 26



*intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.<sup>5</sup>

Sedangkan menurut William J. Stanton jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen.<sup>6</sup>

Menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner jasa adalah merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan.<sup>7</sup>

## 2. Karakteristik Jasa

Berbagai riset dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkap bahwa jasa memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik utama tersebut dinamakan paradigma IHIP: *Intangibility*, *Heterogeneity*, *Inseparability*, dan *Perishability*.<sup>8</sup>

### a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda maka jasa merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa

---

<sup>5</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction...*, hal. 11.

<sup>6</sup>Danang Sunyoto. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: Caps, 2012), hal. 186.

<sup>7</sup>*Ibid*, hal. 187.

<sup>8</sup>Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction...*, hal. 22.

hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non-ownership*). Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

b. *Heterogeneity / variability* (bervariasi)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

c. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya memengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa bersangkutan.

d. *Perishability* (mudah lenyap)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan.<sup>9</sup>

### **C. Dimensi *Service Quality* (SERVQUAL)**

Parasuraman, Zeithalm, dan Berry telah mengidentifikasi lima dimensi pelayanan yang berkualitas, yaitu:<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>*Ibid*, hal. 22-26.

<sup>10</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction...*, hal. 133.

1. *Tangibles* (Bukti Fisik) yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. *Empathy* (Empati), yaitu bahwa perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.
3. *Reliability* (Keandalan), yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberi layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
4. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
5. *Assurance* (Jaminan), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.<sup>11</sup>

Untuk lebih menjelaskan pembahasan mengenai dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) maka dibawah ini dijabarkan mengenai kelima dimensi konsep SERVQUAL, antara lain:

---

<sup>11</sup> *Ibid.* hal. 134

## 1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

*Tangibles* Adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Indikator yang dapat diukur dari *tangible* adalah meningkatkan kondisi gedung yang bersih, nyaman, dengan interior yang menarik, tempat parkir yang aman, eskalator, keamanan, AC, serta menjaga penampilan keterampilan pegawai.

## 2. *Empathy* (Empati)

*Empaty* sebagai bentuk perhatian pribadi, memahami kebutuhan pelanggan adalah faktor yang paling dominandalam hal ini. Pihak perusahaan penting untuk memperhatikan pendekatan individu dengan pelanggan sehingga dapat terbentuk hubungan emosional yang baik dengan pelanggan. Dengan kata lain empati bisa diartikan memahami konsumen dan melakukan upaya untuk mengenali kebutuhan mereka.

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang

menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet.

### 3. *Reliability* (Kehandalan)

Kehandalan merupakan kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, tepat waktu, memuaskan, kemudahan proses transaksi di teller atau menggunakan kartu ATM, program promosi sesuai dengan program yang disosialisasikan, penggunaan kartu *member* kemudahan berbelanja menggunakan *credit card*, akurasi nota dan sebagainya. Dengan kata lain kehandalan adalah kemampuan untuk mengerjakan jasa yang dijanjikan.

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar juga harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti. Indikator yang dapat diukur dari *Reliability* adalah sebagai berikut :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
- c. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan.

### 4. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan, selalu bersedia

dan siap membantu kesulitan pelanggan, kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tepat, memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan. Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Indikator yang dapat diukur dari *responsiveness* adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Pelayanan yang tepat pada pelanggan.
- c. Keinginan untuk membantu pelanggan.

## 2. *Assurance* (Jaminan)

Hal ini mencakup jaminan kompetensi, dapat dipercaya, kejujuran pemberi jasa, pemilikan kecakapan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengerjakan jasa, kredibilitas, dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan, kualitas produk sesuai dengan yang dipromosikan.

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing masing. *Faktor security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang. Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat

menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Indikator dari pengukuran *assurance* adalah sebagai berikut:

- a. Karyawan memberi tahu konsumen, apa pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan.
- b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.

**Tabel 1.1: Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL<sup>12</sup>**

No	DIMENSI	ATRIBUT
1	Reliabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan</li> <li>2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan</li> <li>3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali</li> <li>4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang telah ditentukan</li> <li>5. Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan</li> </ol>
2	Daya Tanggap	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa</li> <li>7. Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan</li> <li>8. Ketersediaan untuk membantu pelanggan</li> <li>9. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan</li> </ol>

<sup>12</sup>Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra..., hal. 157.



3	Jaminan	<p>10. Karyawan yang meumbuhkan rasa percaya para pelanggan</p> <p>11. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi</p> <p>12. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan</p> <p>13. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan</p>
4	Empati	<p>14. Memberikan perhatian individual kepada pelanggan</p> <p>15. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian</p> <p>16. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan</p> <p>17. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan</p> <p>18. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman</p>
5	Bukti Fisik	<p>19. Peralatan modren</p> <p>20. Fasilitas yang berdaya tarik visual</p> <p>21. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional</p> <p>22. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual</p>

## **D. Konsep Kepuasan Pelanggan**

### **1. Definisi Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang, atau gembira.<sup>13</sup>

Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan yaitu “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.”

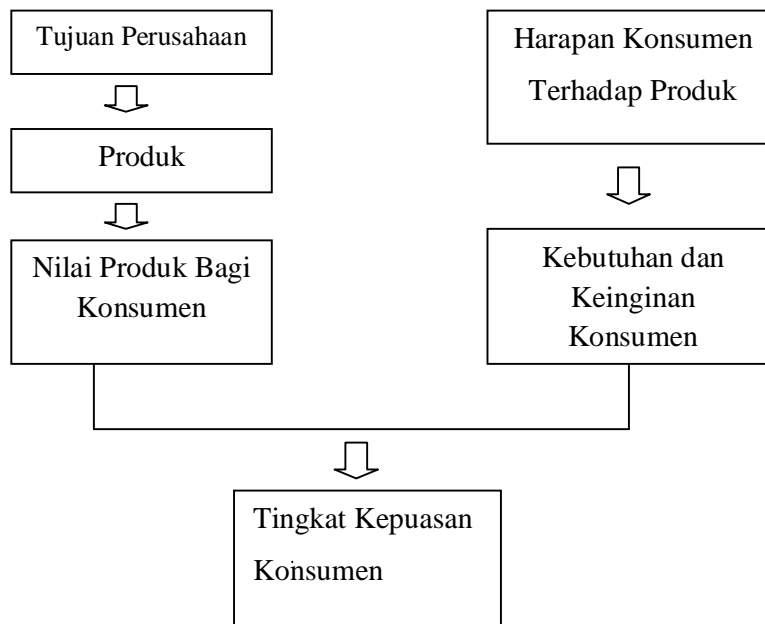
Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan adalah yang paling utama dan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan

---

<sup>13</sup> Philip Kotler A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 52.

kepuasan pelanggan yang tinggi.<sup>14</sup> Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsep kepuasan konsumen ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan suatu produk bagi para konsumen dengan harapan konsumen merasa puas setelah menggunakan atau mengonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Di sisi lain, konsumen memiliki

---

<sup>14</sup>Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian...*, hal. 62.

beraneka ragam kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi dan dinyatakan dalam bentuk produk (barang dan jasa). Konsumen menaruh harapan yang besar terhadap produk yang dikonsumsi agar produk tersebut mampu melakukan perannya dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut. Pertemuan antar dua kepentingan itu akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi tersebut maka nilai produk di mata konsumen tinggi dan sebaliknya.

## 2. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang membentuknya. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan.

Menurut Kotler ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu:

### a. Sistem Keluhan dan Saran<sup>15</sup>

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, *customer hot lines*, dan lain-lain. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

---

<sup>15</sup>Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. *Total Quality Management, Edisi Revisi...*, hal. 104

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

Ada baiknya manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan pelanggannya. Tentunya, karyawannya tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan), karena bila hal ini terjadi, perilaku mereka akan sangat ‘manis’ dan penilaian akan menjadi bias.<sup>16</sup>

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>M.N Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*..., hal. 67.

<sup>17</sup>*ibid.* hal. 68

#### d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Hal ini karena melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, yaitu:

##### *a) Directly reported satisfaction*

Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan; “seberapa puas Saudara terhadap pelayanan X pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas?”.

##### *b) Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

##### *c) Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. *Pertama* masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. *Kedua*, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

##### *d) Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden juga dapat diminta untuk merengking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:<sup>18</sup>

1. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan
2. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan
3. Menutup segala kesenjangan yang ada
4. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak
5. Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba
6. Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian
7. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.

#### **E. Nasabah**

##### 1. Definisi Nasabah

Nasabah (pelanggan) merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh Lembaga Keuangan, baik itu Lembaga Keuangan Bank maupun Lembaga Keuangan Non Bank.<sup>19</sup>

Nasabah merupakan faktor pendukung yang paling penting bagi setiap lembaga keuangan. Dalam prakteknya suatu lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank tidak terlepas dari peran nasabah didalamnya. Dari nasabah lah mereka dapat memperoleh keuntungan. Jika suatu lembaga keuangan itu tidak memiliki nasabah, atau bisa dikatakan

---

<sup>18</sup>Kasmir. *Manajemen Perbankan*, (Edisi Revisi 2008), hal. 240.

<sup>19</sup>Muhammad Isa, *Managemen Pemasaran Bank*, ( Diktat, IAIN Padangsidimpuan, 2012), hal.31

memiliki tapi hanya beberapa saja, maka lembaga keuangan itu belum bisa dikatakan dapat mencapai target yang diinginkan oleh lembaga keuangan.

Bukan saja di dalam suatu lembaga keuangan, tetapi dalam perusahaan nasabah juga memegang peran penting didalamnya. Contohnya banyak perusahaan yang sepenuhnya menjalankan perusahaan itu karena adanya nasabah. Seperti MLM (Multi Level Marketing), itu sepenuhnya memerlukan nasabah didalamnya. Jika tidak ada nasabah yang membeli barang katalog yang mereka sediakan, maka bisnis tidak akan dapat berjalan dengan lancar.

Untuk itu, bisa dikatakan bahwa nasabah adalah raja baik bagi lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank dan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidangnya.

## 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku dari nasabah (pelanggan) yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

### a. Budaya (*culture*)

Sekumpulan nilai, persepsi dan perilaku tertentu yang diperoleh dari lingkungan keluarga, agama, kebangsaan, ras, dan geografis.

### b. Kelas Sosial

Masyarakat memiliki stratifikasi atau kelas sosial tertentu. Kelas sosial adalah pembagian kelompok masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara sistematis, anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

---

<sup>20</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 67



### c. Kelompok Acuan

Kelompok acuan adalah seseorang dalam kelompok tertentu yang memiliki pengaruh langsung terhadap sikap dan perilakunya (keanggotaan kelompok).

## F. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*<sup>21</sup>

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semua tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan

---

<sup>21</sup>Al-Qur'an Terjemah

terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untukselalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yaitu:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang kafir dan mati sedang mereka tetap dalam kekafirannya, Maka tidaklah akan diterima dari seseorang diantara mereka emas sepenuh bumi, walaupun Dia menebus diri dengan emas (yang sebanyak) itu. bagi mereka Itulah siksa yang pedih dan sekali-kali mereka tidak memperoleh penolong.*<sup>22</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan konsumen. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan.

Adanya *assurance* (jaminan) juga dapat menunjukkan nilai *plus* tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopansantunan, rasa aman, rasapercaya, bebas dari bahaya

---

<sup>22</sup>Al-Qur'an Terjemah

dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ  
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

## **G. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sehingga dalam hal ini peneliti bukan satu-

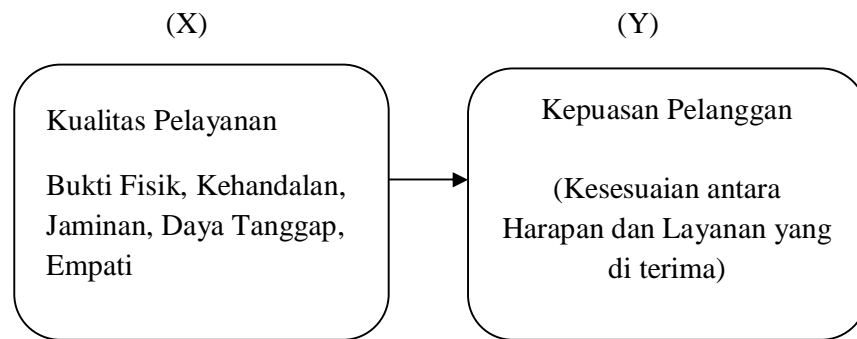
satunya peneliti yang pernah membahas masalah tersebut. Maksud dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung hipotesis dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dan hasil-hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Nandang Sunandar Said	Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Depok)	Dilaksanakan dengan metode kuantitatif menggunakan kuesioner dan melakukan wawancara dengan nasabah dan pihak pegadaian syariah	Dengan kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara lokasi dan pelayanan terhadap minat nasabah.
2	Fia Transtrianingzah	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo	Analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda menggunakan program SPSS	Menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan yang terdiri dari Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan)”. Jumlah populasi yaitu sebanyak 2093 nasabah dengan sampel 75 responden. Analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana menggunakan program SPSS.

#### H. Kerangka Berpikir



Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan harus menilai faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Pelanggan PT.Pegadaian Syariah dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan konsumen setelah mengevaluasi suatu produk dengan pelayanan yang diterimanya. Ketidakpuasan akan timbul jika harapan dan keinginan konsumen tidak sesuai dengan kualifikasi pelayanan yang diterimanya.

## B. Hipotesis

Hipotesis adalah merupakan dugaan sementara yang masih dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian.<sup>23</sup> Atas dasar rumusan masalah dan tujuan pembahasan dalam skripsi ini, maka hipotesa yang dikemukakan adalah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

$H_a$  = Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

---

<sup>23</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hal. 141.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan adalah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan. Perusahaan ini terletak di Jl. Serma Lian Kosong No. 28E Padangsidimpuan. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Mei 2014 sampai akhir bulan Agustus 2014.

### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang di analisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel yang lain.<sup>2</sup>

### **C. Populasi dan sampel**

Populasi yaitu semua komponen yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian. Suharsimi Arikunto mengatakan “populasi adalah keseluruhan subjek

---

<sup>1</sup>Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal.5.

<sup>2</sup>Asmadi Alsa. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*, (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 13.

penelitian”.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan yang berjumlah 2903 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Diketahui jumlah total nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan adalah 2903 nasabah. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sampel merupakan bagian dari populasi dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pada penelitian ini pengambilan sampel yang peneliti gunakan yaitu *random sampling*. Sukardi menuliskan bahwa *random sampling* itu sering juga disebut dengan teknik acak. Teknik acak ini, secara teoritis semua anggota dalam polulasi mempunyai probabilitas atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.<sup>5</sup>

Banyak metode yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel. Dalam penelitian ini penulis menetapkan besarnya sampel berdasarkan jumlah item pertanyaan.

Berdasarkan Jumlah Item Pertanyaan pada Kuesioner Hair, Arderson, Thatam, dan Black dalam bukunya *Multivariaten Data Analysis* menyatakan bahwa para peneliti di Amerika Serikat setuju untuk menentukan jumlah sampel melalui alternatif lain, yaitu melalui item-item pertanyaan pada kuesioner. Penetapannya adalah bahwa jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah pertanyaan pada kuesioner dengan 5.

---

<sup>3</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hal. 115.

<sup>4</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 116.

<sup>5</sup>Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), hal. 58.



Dengan kata lain, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 5 kali jumlah item pertanyaan.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini peneliti merencanakan menggunakan instrumen berupa angket (pertanyaan) sebanyak 15 butir per variabel yang diteliti. Oleh karena itu jumlah sampel yang diperlukan adalah 75 responden ( $5 \times 15 = 75$ ).

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

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

##### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli (tidak melalui media perantara).<sup>7</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

##### **b. Data sekunder**

Sedangkan data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)<sup>8</sup>. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku referensi dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.

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

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel.

---

<sup>6</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 68.

<sup>7</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, ( Jakarta: RajawaliPers, 2008), hal. 103.

<sup>8</sup>*Ibid.*

Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Pengukuran kuisioner digunakan dengan menggunakan Skala Likert (*Likert Scarle*), dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiono). 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 1.2: Penilaian untuk Angket Positif dan Negatif**

Nilai untuk jawaban positif		Nilai untuk jawaban negatif	
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Kurang Setuju	3	Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5

**Tabel 1.3: Kisi-kisi Angket Kualitas Pelayanan (Variabel X)**

No	Indikator	Nomor Soal
1	Tangibles	1 2 3
2	Empathy	4 5 6
3	Reliability	7 8 9
4	Responsiveness	10 11 12
5	Assurance	13 14 15
	Jumlah	15

**Tabel 1.4: Kisi-kisi Angket Kepuasan Nasabah (Variabel Y)**

No	Indikatornya	Nomor Soal
1	Pelayanan yang diharapkan nasabah di Pegadaian Syariah	1, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 15
2	Tanggapan / penilaian nasabah menerima pelayanan di Pegadaian Syaraiah	2, 7, 10
3	Kebanggaan menjadi pelanggan perusahaan	6, 12, 13, 14
	Jumlah	15

## **F. Variabel Penelitian**

### 1. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas (*independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>9</sup> Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan.

### 2. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

## **G. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dilandaskan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan

---

<sup>9</sup>Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*..., hal. 59.

antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Persamaan umum regresi linier sederhana:<sup>10</sup>

$$\hat{y} = a + bx$$

Keterangan:

$\hat{y}$  = Subjek dalam variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Dengan simbol  $\hat{y}$  supaya dibaca ye topi.

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

x = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

## H. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang

---

<sup>10</sup>Ronald E Walpole dan Raymond H Myers. *Ilmu Peluang Dan Statistika Untuk Insinyur Dan Ilmuwan*, (Bandung: ITB, 1986), hal. 302.

dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.<sup>11</sup> Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Korelasi Pearson Product Moment* dengan aplikasi SPSS versi 17.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktuberbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.<sup>12</sup> Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Alpha Croanbach* dengan aplikasi SPSS versi 17.

---

<sup>11</sup>*Ibid*, hal. 455.

<sup>12</sup>*Ibid*, hal. 456.

## **BAB 1V HASIL PENELITIAN**

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

#### **1. Sejarah Berdirinya PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.**

Kota Padangsidempuan merupakan kota yang cukup berkembang di wilayah pantai barat Sumatera Utara. Kota ini dihuni oleh penduduk yang multi-etnis dan relatif heterogen. Sebagaimana lazimnya di wilayah lain di Indonesia, keberadaan emas dan berlian masih menjadi perhiasan yang favorit bagi masyarakat kota Padangsidempuan.

Di kalangan masyarakat Padangsidempuan emas dan berlian adalah salah satu perhiasan yang sangat dibanggakan dan didambakan. Status sosial masyarakat di kota Padangsidempuan ditentukan oleh seberapa besar berlian yang digunakan dipakai. Jadi tidak heran jika para wanita khususnya ibu-ibu rumah tangga pasti memiliki berlian sebagai perhiasan yang digunakan sehari-hari. Berlian merupakan perhiasan yang banyak disukai dikarenakan berharga/ bernilai yang memiliki tiga sifat khas yaitu indah, tahan lama dan langka, sesuai dengan permintaan pasar, sesuai tradisi, serta mudah untuk dibawa dan disimpan.

Dengan banyaknya perhiasan berupa emas dan berlian yang dimiliki oleh masyarakat di kota Padangsidempuan dan sekitarnya maka pada tahun 1998 PT Pegadaian (Persero) membuka cabang di kota Padangsidempuan. Kehadiran PT Pegadaian (Persero) di tengah-tengah masyarakat Padangsidempuan dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat yang memerlukan dana dalam waktu

yang cepat dengan cara menggadaikan harta yang dimilikinya, terutama emas dan berlian. Tujuan lainnya adalah menghindarkan masyarakat dari praktek rentenir yang merugikan.

Masyarakat kota Padangsidimpuan pada saat ini sudah tidak asing lagi dengan Pegadaian hal ini dikarenakan pegadaian sudah menjadi tempat untuk mengatasi masalah keuangan yang dialami oleh masyarakat Padangsidimpuan.

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

### **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:

- a) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b) 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.
- c) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

### **3. Slogan Pegadaian Syariah**

Untuk menambah semangat kerja seluruh pegawainya, PT.Pegadaian mempunyai slogan yang dipegang teguh, yaitu

#### **MENGATASI MASALAH TANPA MASALAH**

Slogan ini mencerminkan ciri utama pelayanan pegadaian, yaitu :

- 1) Mengatasi masalah keuangan atau kebutuhan dana dalam pelayanan dalam waktu yang relatif singkat.
- 2) Tidak menuntut persyaratan administrasi yang menyulitkan.

Slogan hanya digunakan untuk keperluan yang bersifat promosi seperti yang dipakai dalam media iklan, brosur, spanduk dan lain sebagainya. Selain itu slogan atau semboyan tidak digunakan dalam keperluan resmi atau dinas seperti kop surat, kartu nama, papan nama kantor, amplop dinas dan sebagainya.

### **4. Tujuan dan Budaya Pegadaian Syariah**

#### **a. 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:

- 1) 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.
- 2) Untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan para pelepas uang atau tukang ijon atau tukang rentenir yang bunganya relatif tinggi.



3) Mencegah praktik pegadaian gelap dan pinjaman yang tidak wajar.

b. Budaya Pegadaian Syariah

Budaya perusahaan diaktualisasikan dalam bentuk simbol / maskot si "INTAN". Adapun makna dari bentuk simbol atau maskot si "INTAN" yang terdiri dari:

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

Makna yang terkandung dalam maskot si "INTAN". Kepala berbentuk berlian memberi makna bahwa Pegadaian mengenal batu intan sudah puluhan tahun, Intan tidak lebih dari sebuah bongkahan batu yang diciptakan alam dalam suatu proses beratus 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.

## **B. Deskripsi Data**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (variabel X) terhadap kepuasan nasabah (variabel Y). Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan dengan jumlah sampel 75 responden. Angket dibagikan secara acak kepada responden dan hasilnya terlihat pada lampiran 9 untuk variabel kualitas pelayanan dan lampiran 10 untuk variabel kepuasan nasabah.

## **C. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Uji coba dilakukan kepada 35 orang sampel uji coba secara acak untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan). Data yang diperoleh terangkum dalam lampiran 5 (untuk variabel kualitas pelayanan) dan lampiran 6 (untuk variabel kepuasan nasabah).

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 35 responden dengan 15 butir pernyataan untuk variabel (X), 15 butir pernyataan untuk variabel (Y), dan tingkat signifikansi 5% sehingga r tabel diperoleh 0,334 (dapat dilihat pada lampiran 2) untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan tersebut valid atau tidak.

Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlated* pada output *SPSS Versi 17.0* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

1) Uji Validitas Variabel X

**Tabel 1.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan(X)**

<b>Correlations</b>		Skorttotal
item1	Pearson Correlation	-.051
	Sig. (2-tailed)	.769
	N	35
item2	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item3	Pearson Correlation	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item4	Pearson Correlation	.141
	Sig. (2-tailed)	.418
	N	35
item5	Pearson Correlation	.127
	Sig. (2-tailed)	.466
	N	35
item6	Pearson Correlation	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item7	Pearson Correlation	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item8	Pearson Correlation	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item9	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	35
item10	Pearson Correlation	.328
	Sig. (2-tailed)	.055
	N	35
Item11	Pearson Correlation	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item12	Pearson Correlation	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item13	Pearson Correlation	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item14	Pearson Correlation	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item15	Pearson Correlation	.455**
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	35
Skortotal	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

*Sumber: Hasil Output Spss Versi 17*

Dari hasil tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi yang kurang dari r tabel 0,334 adalah item1, item4, item5, dan item10.Sedangkan 11 item pertanyaan lainnya yaitu item 2, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14 dan 15 di atas r tabel 0,334 sehingga dikatakan valid. (Lampiran 3)

Untuk memperjelas keterangan tersebut maka akan ditampilkan hasil nilai validitasnya pada tabel berikut:

**Tabel 1.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)**

No Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Interpretasi
1	-0,051	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan N = 35 Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ (0,335)	Tidak Valid
2	0,814		Valid
3	0,804		Valid
4	0,141		Tidak Valid
5	0,127		Tidak Valid
6	0,789		Valid
7	0,804		Valid
8	0,595		Valid
9	0,814		Valid
10	0,328		Tidak Valid
11	0,913		Valid
12	0,583		Valid
13	0,874		Valid
14	0,748		Valid
15	0,445		Valid

2) Uji Validitas Variabel Y

**Tabel 1.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah(Y)**

Correlations		Skorttotal
item1	Pearson Correlation	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item2	Pearson Correlation	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item3	Pearson Correlation	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item4	Pearson Correlation	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item5	Pearson Correlation	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item6	Pearson Correlation	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item7	Pearson Correlation	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item8	Pearson Correlation	.287
	Sig. (2-tailed)	.094
	N	35
item9	Pearson Correlation	.267
	Sig. (2-tailed)	.121
	N	35
item10	Pearson Correlation	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35

item11	Pearson Correlation	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item12	Pearson Correlation	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item13	Pearson Correlation	.509**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	35
item14	Pearson Correlation	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
item15	Pearson Correlation	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
Skortotal	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

*Sumber: Hasil Output Spss Versi 17*

Dari hasil tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi yang kurang dari r tabel 0,334 item8, dan item9.Sedangkan 13 item pertanyaan lainnya yaitu item 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14 dan 15 di atas r tabel 0,334 sehingga dikatakan valid. (Lampiran 4).

Untuk memperjelas keterangan tersebut maka akan ditampilkan hasil nilai validitasnya pada tabel berikut:

**Tabel 1.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)**

No Item Pertanyaan	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Interpretasi
1	0,714	Instrumen Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan N = 75 Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ (0,334)	Valid
2	0,658		Valid
3	0,729		Valid
4	0,849		Valid
5	0,769		Valid
6	0,825		Valid
7	0,690		Valid
8	0,287		Tidak Valid
9	0,267		Tidak Valid
10	0,877		Valid
11	0,785		Valid
12	0,841		Valid
13	0,509		Valid
14	0,825		Valid
15	0,607		Valid



## 2. Uji Reliabilitas

### 1) Uji Reliabilitas Variabel X

**Tabel 1.9 Hasil Uji Reliabilitas pada Kualitas Pelayanan(X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	11

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 2	30.3143	28.398	.838	.916
item 3	30.4857	26.845	.809	.917
item 6	30.2286	29.417	.767	.920
item 7	30.4857	26.845	.809	.917
item 8	29.7429	30.726	.449	.933
item 9	30.3143	28.398	.838	.916
item 11	30.2857	27.328	.904	.912
item 12	29.9143	32.139	.440	.931
item 13	30.2000	27.988	.895	.913
item 14	30.0857	27.904	.719	.921
item15	30.2286	31.829	.341	.936

Sumber: Hasil Output Spss Versi 17

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X (kualitas pelayanan) sebesar 0,928. Sedangkan  $r$  kritis (uji 2 sisi) pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data ( $n$ ) = 35, didapat sebesar 0,334 (lihat pada lampiran tabel  $r$ ), maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel. Data di atas dikatakan reliabel karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

2) Uji Reliabilitas Variabel Y

**Tabel 1.10 Hasil Uji Reliabilitas pada Kepuasan Nasabah (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	13

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	37.4000	64.835	.714	.931
item2	37.6857	63.634	.632	.931
item 3	37.5714	60.840	.674	.930
item 4	37.7714	56.593	.793	.926
item 5	38.0286	59.558	.727	.928
item 6	38.2571	58.608	.800	.925
item 7	36.8000	59.341	.620	.933
item10	37.9429	55.997	.847	.923
item11	36.6857	59.751	.742	.927
Item12	38.2857	59.151	.825	.925
item 13	37.2286	65.123	.421	.937
item 14	38.2571	58.608	.800	.925
item 15	37.3429	65.526	.607	.933

Sumber: Hasil Output Spss Versi 17

Dari hasil analisis di atas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 0,934. Sedangkan r kritis (uji 2 sisi) pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 35, didapat sebesar 0,334 (lihat pada lampiran tabel r), maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel. Data di atas dikatakan reliabel karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Selanjutnya hanya butir-butir pertanyaan yang valid dan reliabel saja yang digunakan dalam perhitungan selanjutnya.

#### D. Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan analisis untuk mengukur keeratan hubungan dua variabel yang mempunyai dua distribusi data normal.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini, analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana korelasi atau derajat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 1.11 Hasil Analisis Korelasi**

		X	Y
Kualitas Pelayanan (X)	Pearson Correlation	1	.623**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	75	75
Kepuasan Nasabah (Y)	Pearson Correlation	.623**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	75	75

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

Sumber: Hasil Output Spss Versi 17

Dari hasil analisis korelasi sederhana (r) didapat korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah (r) adalah 0,623. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan nasabah. Nilai 0,623

---

<sup>1</sup>Ibid.hal. 103.

(berada di antara 0,60-0,799) menunjukkan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y kuat, hal ini sesuai dengan nilai interpretasi korelasi.

**Tabel 1.12 Interpretasi nilai r**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiono (2008:148)*

#### E. Statistik Deskriptif

**Tabel 1.13 Hasil Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics			
	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah	Valid N (listwise)
N	75	75	75
Minimum	24	30	
Maximum	44	59	
Mean	33.08	41.32	
Std. Deviation	5.713	8.715	

*Sumber: Hasil Output Spss Versi 17*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai kualitas pelayanan rata-rata 33,08 dengan kualitas pelayanan minimal 24 dan maksimal 44, sedangkan standar deviasinya sebesar 5,713. Variabel kepuasan nasabah dengan jumlah data (N)

sebanyak 75 mempunyai persentase rata-rata sebesar 41,32 dengan nilai minimal 30 dan maksimal 59 sedangkan standar deviasinya sebesar 8,715.

## F. Analisis Regresi Linier Sederhana

### 1. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

**Tabel 1.14 Model Summary<sup>b</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 <sup>a</sup>	.388	.379	6.866

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

r dalam analisis regresi sederhana menunjukkan korelasi sederhana yaitu korelasi antara satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Angka r didapat 0,623 artinya korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Nasabah adalah kuat. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1.

r Square ( $r^2$ ) yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $r^2$  sebesar 0,388 atau 38,8% artinya kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dengan kontribusi sebesar 38,8%, sedangkan 61,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Sedangkan kesimpulan atas penerimaan hipotesis berdasarkan nilai probabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika  $P_{value} > level\ of\ signifikan\ (0,05)$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika  $P_{value} < level\ of\ signifikan\ (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut ini hasil pengolahan data yang menggambarkan hasil dari uji t serta tingkat signifikan kedua variabel:

**Tabel 1.15 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.903	4.689		2.112	.038
X	.950	.140	.623	6.798	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas maka, disimpulkan:

- a. Dari kolom  $t$ ,  $t_{hitung}$  sebesar 6,798 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,671. Artinya bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $9,562 > 1,671$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b. Pada kolom Sig.,  $P_{value}$  sebesar 0,00 dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Artinya bahwa  $P_{value} < \alpha$  yaitu  $0,00 < 0,05$ . Maka diperoleh bahwa  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Jadi berdasarkan kedua kesimpulan di atas maka,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pada kolom *Understandardized Coeficient* bagian *standar error* variabel diperoleh sebesar 0,140. Dan dari tabel tersebut pada kolom yang sama bagian B dapat dibuat persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut:  $\hat{y} = a + bx$

Maka, hasil model regresi yang terbentuk adalah:

$$\hat{y} = 9,903 + 0,950x$$

Arti dari model yang diperoleh adalah:

- a. Nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 9,903, artinya bahwa jika kualitas pelayanan diabaikan, maka kepuasan nasabah sebesar 9,903 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $b$ ) adalah 0,950, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,950.

Jadi, berdasarkan hasil pengolahan data dapat dirumuskan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah,

dimana apabila kualitas pelayanan naik sebesar 1 kali maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,950.

### **G. Uji Normalitas**

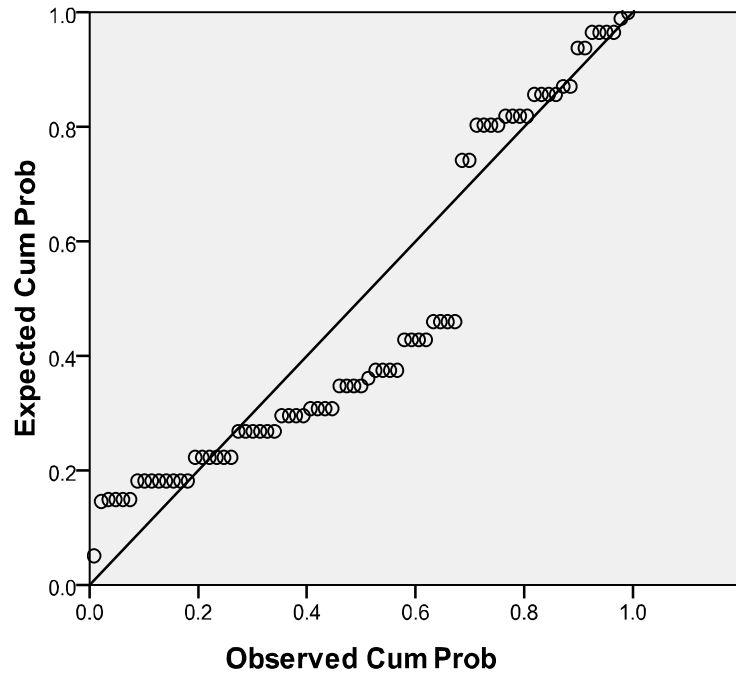
Bertujuan untuk menguji dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal apakah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik), pada sumbu diagonal pada grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



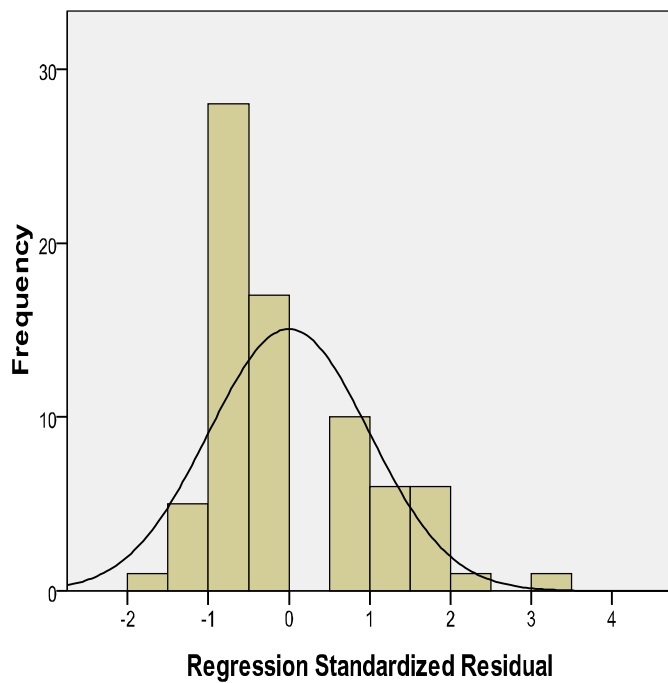
# Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



# Histogram

Dependent Variable: Y



## **H. Pembahasan**

Hasil pengujian pada instrumen penelitian menunjukkan pada butir-butir pertanyaan valid dan pertanyaan pada tiap variabel menunjukkan pertanyaan yang reliabel, sehingga instrumen sah untuk digunakan dalam pencarian data. Adapun hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa untuk nasabah Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan, variabel yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai 38,8 % sedangkan 61,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini . Dari hasil 38,8 % dapat dilihat bahwa nasabah Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan belum sepenuhnya merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan. Hal ini merupakan tantangan bagi pihak Pegadaian untuk lebih meningkatkan lagi pelayanannya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari Analisis Korelasi diperoleh  $r = 0,623$  yang berarti ada hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dari hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif yang menyatakan ada pengaruh diantara kedua variabel dapat diterima. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan hasil uji t yang diperoleh sebesar  $t = 6,798$ . Hasil analisis data menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6,798 > 1,671$ .

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, maka diketahui  $r^2$  sebesar 0,388 atau 38,8%, yang berarti variabel kualitas pelayanan mampu menerangkan variabel kepuasan nasabah sebesar 38,8% sedangkan 61,2% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam skripsi ini.

Dari analisis regresi diperoleh persamaan regresi berikut:  $Y = 9,903 + 0,950 X$ . Artinya setiap usaha meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,950 satuan.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Selama melakukan proses penelitian, penulis menemukan keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Sampel yang diambil dalam penelitian ini tidak membedakan antara nasabah yang aktif dan nasabah yang pasif sehingga mengalami kesulitan dalam memperoleh data yang akurat.
2. Sebagian nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan yang menjadi responden memberikan penilaian dengan tergesa-gesa karena keterbatasan waktu yang dimiliki mereka kemungkinan memberikan penilaian yang kurang objektif. Meskipun hal ini terjadi, penulis tetap menemukan banyak responden yang menjawab item pertanyaan dengan baik dan sungguh-sungguh.

## **C. Saran-Saran**

1. Pihak manajemen PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan hendaknya mempertahankan pelayanan yang telah diberikan kepada nasabah. Dan harus berupaya meningkatkan pelayanan agar lebih baik sehingga pelanggan tetap merasa puas.
2. Bagi PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan hendaknya masih tetap terbuka menerima kritik dan saran dari berbagai pihak, agar dapat menampung dan memperbaiki hal-hal yang dikomplainkan nasabah, demi memberikan kepuasan dengan apa yang diharapkan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Azwar, Syaifuddin. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Habiburrahim, M. *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta: Kuwais, 2012
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor, Ghalila Indonesia, 2010.
- Isa, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Bank*, Padangsidempuan: Perpustakaan, 2012.
- Kasmir. *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi, 2008.
- Kotler, Philip A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT.Indeks, 2007.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks, 2005.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Malayu, H S.P Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: RajawaliPers, 2008.
- Nur, M. Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Priyatno, Duwi. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data & Uji Statistik*, Yogyakarta: MediaKom, 2008.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta: Caps, 2012.

- Sudarmanto. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management mewujudkan layanan prima*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Service Marketing Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: Marknesis, 2009.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. *Total Quality Management (TQM)*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi, 2007.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

## **RIWAYAT HIDUP**

I. Nama : Fitri Yanti Lubis  
Nim : 10 220 0052  
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 21 April 1992  
Alamat : Pudun Jae

### II. Nama Orang Tua

Ayah : Alm. Amaluddin Lubis  
Ibu : Basariah Harahap  
Alamat : Pudun Jae  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

### III. Pendidikan

- a. SD Negeri 200311 Pudun Jae tammat 2004
- b. SMP Negeri 5 Padangsidempuan tammat 2007
- c. SMA Negeri 5 Padangsidempuan tammat 2010



## **Lampiran 1**

### **Kuesioner Penelitian**

#### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

(Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan)

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 mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah, dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan).
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuisisioner ini kami mengucapkan terimakasih.

Peneliti

Fitri Yanti Lubis

## Lampiran 2

### 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. Di dalam kota Padangsidempuan  
b. Di luar Kota Padangsidempuan

**B.** Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda cheklist (√) pada jawaban yang dipilih dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) bernilai 5
2. Setuju (S) bernilai 4
3. Kurang Setuju (KS) bernilai 3
4. Tidak Setuju (TS) bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1

Tanda Tangan Nasabah

(.....)

### Lampiran 3

#### A. KUALITAS PELAYANAN (X)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan selalu mengenakan tanda pengenal yang jelas mengenai nama, jabatan, kewenangan dan tanggung jawab.					
2	Pegadaian Syariah memiliki tempat parkir yang aman					
3	Pegadaian Syariah tidak memiliki media transaksi seperti brosur dan formulir transaksi yang lengkap.					
4	Karyawan mengatasi keluhan nasabah dengan baik					
5	Karyawan kurang merespon ketika menyambut kedatangan nasabah					
6	Karyawan melakukan komunikasi dengan nasabah, baik melalui surat menyurat maupun hubungan telepon.					
7	Karyawan terlebih dahulu meminta maaf kepada nasabah apabila terpaksa harus menunggu karena karyawan tersebut sedang melaksanakan transaksi dengan nasabah lain.					
8	Pegadaian tidak pernah melakukan salah pencatatan					
9	Karyawan selalu menepati janji apabila berjanji pada nasabah					
10	Karyawan melayani nasabah dengan sigap dan tanggap					
11	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah					
12	Kesediaan karyawan untuk membantu nasabah tidak ada					
13	Adanya kerapian dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan					
14	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi di Pegadaian Syariah					
15	Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk kurang baik.					

## Lampiran 4

### B. KEPUASAN NASABAH (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya lebih senang bertransaksi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak dibanding Pegadaian lain					
2	Saya akan mengajak keluarga saya untuk menggunakan produk PT. Pegadaian Syariah					
3	Menurut saya selama ini PT. Pegadaian Syariah memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan					
4	Saya tidak pernah khawatir merugi bila bertransaksi di Pegadaian Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.					
5	Saya percaya bahwa barang yang saya gadaikan tetap terjaga dengan baik dan tidak akan hilang di Pegadaian Syariah.					
6	Saya bangga menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan					
7	Saya akan menceritakan kepada kerabat saya bahwa PT. Pegadaian Syariah memiliki citra yang positif dan baik.					
8	Saya akan tetap menjadi nasabah di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan					
9	Walaupun banyak penawaran produk dari perusahaan lain saya tetap menggunakan produk Pegadaian Syariah					
10	Saya senantiasa mempromosikan keunggulan teknologi Pegadaian Syariah dengan baik kepada masyarakat					
11	Menurut saya Pegadaian Syariah mengetahui kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah sehingga saya merasa puas dan terus melakukan transaksi					
12	Saya tidak pernah kecewa dengan pelayanan PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.					
13	Harga taksiran sesuai yang diinginkan nasabah					

	sehingga nasabah puas					
14	Saya tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Pegadaian Syariah					
15	Karyawan memberikan pelayanan yang berbeda-beda kepada nasabah yang datang					

## Lampiran 5

### Butir Angket Uji Coba pada Kualitas Pelayanan (X)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah
1	5	3	2	4	5	3	2	3	3	1	2	3	3	3	2	44
2	5	2	1	4	4	3	1	4	2	4	2	4	2	2	4	44
3	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
5	5	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
6	5	2	2	4	3	2	2	4	2	4	4	4	4	5	4	51
7	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
8	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	62
9	4	2	2	5	5	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	41
10	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	49
11	4	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	50
12	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
13	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	59
14	5	2	2	4	5	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	41
15	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	62
16	5	3	2	5	4	3	2	3	3	1	2	3	3	3	2	44
17	5	2	1	5	5	3	1	4	2	4	2	4	2	2	4	46
18	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
19	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
20	5	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
21	5	2	2	5	4	2	2	4	2	4	4	4	4	5	4	53
22	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
23	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	62
24	4	2	2	5	5	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	41

25	5	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	51
26	5	3	3	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	52
27	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
28	4	4	4	5	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	58
29	5	2	2	5	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	40
30	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	62
31	5	3	2	5	4	3	2	3	3	1	2	3	3	3	2	44
32	5	2	1	5	4	3	1	4	2	4	2	4	2	2	4	45
33	5	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
34	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
35	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
Jlh	159	102	96	163	148	105	96	122	102	106	103	116	106	110	105	1739

## Lampiran 6

### Butir Angket Uji Coba pada Kepuasan Nasabah (Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah
1	3	3	3	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	2	3	44
2	4	4	4	4	4	2	5	5	5	3	5	3	4	2	4	58
3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	2	3	48
4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	45
5	3	3	3	2	2	2	4	5	5	2	4	2	4	2	3	46
6	4	2	2	5	4	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4	59
7	3	3	3	2	2	2	2	3	5	2	4	2	4	2	4	43
8	4	4	3	3	4	3	5	2	4	3	5	3	4	3	4	54
9	4	2	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2	3	2	4	38
10	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	48
11	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	44
12	3	3	3	2	2	2	5	3	3	2	4	2	2	2	3	41
13	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	69
14	3	2	2	2	3	2	2	5	5	2	2	2	3	2	3	40
15	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	67
16	3	3	3	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	2	3	44
17	4	4	4	4	4	2	5	5	5	3	5	3	4	2	4	58
18	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	2	3	48
19	3	3	3	3	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	45
20	3	3	3	2	2	2	4	5	5	2	4	2	4	2	3	46
21	4	2	2	5	4	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4	59
22	3	3	3	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	2	4	43
23	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	5	3	4	3	4	56
24	4	2	2	2	3	2	2	4	4	2	2	2	3	2	4	40



25	3	3	4	3	2	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	50
26	3	3	3	2	2	2	4	5	5	2	4	2	4	2	3	46
27	3	3	3	2	2	2	5	4	4	2	4	2	2	2	3	43
28	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	67
29	3	2	2	2	3	2	2	5	5	2	2	2	3	2	3	40
30	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	67
31	3	3	3	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	2	3	44
32	4	4	4	4	4	2	5	5	5	3	5	3	4	2	4	58
33	3	3	3	4	2	2	4	5	5	4	4	2	4	2	3	50
34	3	3	3	3	2	2	4	5	5	2	4	2	4	2	3	47
35	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	44
Jlh	118	108	112	105	96	88	139	153	159	99	143	87	124	88	120	1739













## Lampiran 9

### Hasil Angket Kualitas Pelayanan (Variabel X)

No	2	3	6	7	8	9	11	12	13	14	15	Jumlah
1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	29
2	2	1	3	1	4	2	2	4	2	2	4	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
6	2	2	2	2	4	2	4	4	4	5	4	35
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	44
9	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	24
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	34
11	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	35
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
14	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	24
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
16	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	29
17	2	1	3	1	4	2	2	4	2	2	4	27
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
21	2	2	2	2	4	2	4	4	4	5	4	35
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	44
24	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	24





53	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	44
54	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	24
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	34
56	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	35
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
59	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	24
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
61	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	29
62	2	1	3	1	4	2	2	4	2	2	4	27
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
66	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	29
67	2	1	3	1	4	2	2	4	2	2	4	27
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
71	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	29
72	2	1	3	1	4	2	2	4	2	2	4	27
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
	218	204	225	204	260	218	219	248	226	234	225	2481

## Lampiran 10

### Hasil Angket Kepuasan Nasabah (Variabel Y)

No	1	2	3	4	5	6	7	10	11	12	13	14	15	Jumlah
1	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2	3	34
2	4	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	2	4	48
3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	40
4	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	4	2	3	37
5	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
6	4	2	2	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	49
7	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	35
8	4	4	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	48
9	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	32
10	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	40
11	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
12	3	3	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	3	35
13	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	59
14	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	30
15	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	57
16	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2	3	34
17	4	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	2	4	48
18	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	40
19	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	4	2	3	37
20	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
21	4	2	2	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	49
22	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	35
23	4	4	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	48
24	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	32

25	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	40
26	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
27	3	3	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	3	35
28	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	59
29	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	30
30	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	57
31	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2	3	34
32	4	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	2	4	48
33	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	40
34	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	4	2	3	37
35	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
36	4	2	2	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	49
37	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	35
38	4	4	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	48
39	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	32
40	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	40
41	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
42	3	3	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	3	35
43	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	59
44	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	30
45	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	57
46	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2	3	34
47	4	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	2	4	48
48	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	40
49	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	4	2	3	37
50	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
51	4	2	2	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	49
52	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	35

53	4	4	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	48
54	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	32
55	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	40
56	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
57	3	3	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	3	35
58	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	59
59	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	30
60	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	57
61	3	3	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	3	35
62	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	59
63	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	30
64	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	57
65	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	2	3	34
66	4	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	2	4	48
67	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	40
68	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	4	2	3	37
69	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
70	4	2	2	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	49
71	4	4	4	4	4	2	5	3	5	3	4	2	4	48
72	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	40
73	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	4	2	3	37
74	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	4	2	3	36
75	4	2	2	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	49
	255	230	240	231	211	195	301	218	308	189	267	195	259	3099

Lampiran 11

TABEL NILAI-NILAI DALAM DISTRIBUSI  $t^1$

$\alpha$ untuk uji dua pihak ( <i>two tail test</i> )						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
$\alpha$ untuk uji satu pihak ( <i>one tail test</i> )						
Dk	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	<b>1,671</b>	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

<sup>1</sup> *Ibid.*, hlm. 372.

Lampiran 12

TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT<sup>2</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	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	<b>0,334</b>	0,430	95	0,202	0,261
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	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>2</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 373.

## Lampiran 13

### LANGKAH-LANGKAH PADA PROGRAM SPSS

#### A. UJI VALIDITAS

1. Masuk Program SPSS.
2. Klik *variable view* pada SPSS data editor.
3. Pada kolom *name* ketik item 1 sampai item 10, kemudian terakhir ketikan skortot (skor total didapat dari penjumlahan item 1 sampai item 10).
4. Pada kolom *decimals* angka ganti menjadi 0 untuk seluruh item.
5. Untu kolom-kolom lainnya boleh dihiraukan.
6. Buka *data view* pada SPSS data editor.
7. Ketikkan data sesuai sesuai variabelnya, untuk skor ketik total skornya.
8. Klik *analyze – correlate – bivariate*.
9. Klik semua variabel da masukkan ke kotak variabel.
10. Klik *ok*.

#### B. UJI RELIABILITAS

1. Klik *analysis – scale – reliability analysis*.
2. Klik item yang tidak gugur dan masukkan ke kotak items. Jika item-item sudah berada di kotak items maka klik simbol arah.
3. Klik *statistics*, pada *descriptive for* klik *scsl if item deleted*.
4. Klik *continue*.
5. Klik *ok*.

#### C. ANALISIS KORELASI

1. Masuk program SPSS.
2. Klik *variable view* pada *SPSS data editor*.
3. Pada kolom *name* ketik x, kolom *name* pada baris kedua ketik y.
4. Pada kolom *decimals* ganti menjadi 0 untuk variabel x dan y.



5. Untuk kolom-kolom lainnya boleh dihiraukan.
6. Buka *data view* pada *SPSS data editor* maka didapat kolom variabel x dan y.
7. Ketikkan data sesuai dengan variabelnya.
8. Klik *analysis – correlate- bivariate*.
9. Klik variabel x dan y dan masukkan ke kotak *variables*.
10. *Klik ok*.

#### **D. STATISTIK DESKRIPTIF**

1. Masukkan program SPSS.
2. Klik *variable view* pada *SPSS data editor*.
3. Pada kolom *name* ketik y, dan pada kolom *name* baris kedua ketik x.
4. Untuk kolom lainnya boleh dihiraukan.
5. Buka *data view* pada *SPSS data editor*, maka didapat kolom variabel y dan x.
6. Ketikkan data sesuai data variabelnya.
7. Klik *analysis – descriptive statistics – descriptive*.
8. Klik variabel y dan x kemudian masukkan ke kotak *variables*.
9. *Klik ok*.

#### **E. Analisis Regresi Linear Sederhana dan Uji T**

1. Masukkan data-data setiap variabel penelitian ke dalam *SPSS Data Editor*. Pilih *Analyze* dan klik *Regression*, seterusnya ke *Linear* untuk membuka format *Linear Regression*.
2. Pilihlah variabel Y, masukkan ke kolom *Dependent*, kemudian masukkan variabel bebas yaitu variabel X ke dalam kolom *Independent*.
3. Seterusnya klik kolom *Statistics* di bawah untuk membuka kolom *Linear Regression Statistics*. Pilih *Estimates* dan *Model Fit*, di bawah *Residuals* untuk klik *Case wise diagnostics*, untuk menjelaskan *outliers outside* dan nilai 3 *standard deviation* muncul.
4. Setelah itu klik *Continue* dan kemudian klik *OK*.