

**PENGARUH *SERVICE CONVENIENCE* PADA
PRODUK KCA (KREDIT CEPAT AMAN) TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG TEGALBOTO JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

NURUL FADILAH
NIM. 083 143 194

Dosen Pembimbing:

Daru Anondo, SE., M.Si
NIP.19750303 200901 1 009

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2018**

**PENGARUH *SERVICE CONVENIENCE* PADA
PRODUK KCA (KREDIT CEPAT AMAN) TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG TEGALBOTO JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

NURUL FADILAH
NIM. 083 143 194

Disetujui Pembimbing



Daru Anondo, SE., M.Si
NIP.19750303 200901 1 009

**PENGARUH *SERVICE CONVENIENCE* PADA
PRODUK KCA (KREDIT CEPAT AMAN) TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG TEGALBOTO JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Senin

Tanggal : 14 Mei 2018

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



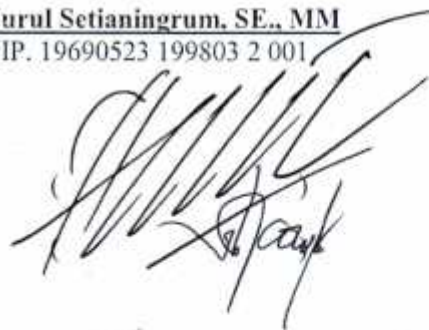
Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001



Nurul Setianingrum, SE., MM
NIP. 19690523 199803 2 001

Anggota :

1. Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM
2. Daru Anondo, SE., M.Si



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM
NIP. 19710727 200212 1 003

MOTTO

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami (Ali bin 'Ayyasy) telah menceritakan kepada kami (Abu Ghossan Muhammad bin Muthorrif) berkata, telah menceritakan kepada saya (Muhammad bin Al Munkadir) dari Jabir bin Abdullah ra: Bahwasanya Rasulullah Saw bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan”. (HR. Bukhari: 1934)¹

IAIN JEMBER

¹ NurAsnawi&Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Malang Press,2009),96.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil' alamin, segenap rasa syukur atas nikmat dan karunia yang Allah berikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, dan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu saya Siti Masikah yang sangat saya cintai dan sayangi, yang selalu sabar, memberikan semangat serta mendoakan saya dalam segala urusan yang saya hadapi, yang tak pernah mengenal lelah dalam mendidik saya, semoga selalu diberikan keberkahan dalam hidupnya.
2. Bapak saya Nur Hamid yang saya cintai dan sayangi, yang telah membiayai pendidikan saya hingga saat ini, yang tak pernah kenal lelah, dan selalu ikhlas menuruti kemauan saya. Semoga selalu diberikan keberkahan dalam hidupnya.
3. Adik saya Muhammad Rizal Habibi dan Adela Sabira Anastasya yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk mengerjakan skripsi.
4. Teman-teman saya putri arumsari, ina, warda, shofi , intan, dea dan laili istighfaroh yang memberikan selalu memberikan support dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Seluruh teman seperjuangan mulai semester awal hingga akhir kelas J4 angkatan 2014 yang selalu saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Nurul Setianingrum, S.E., MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
5. Bapak Daru Anondo, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan penulis serta memotivasi dalam penulisan skripsi.
6. Segenap dosen penguji skripsi, bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si selaku Ketua Sidang, bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM selaku Penguji Utama, bapak Daru Anondo, SE., M.Si selaku Penguji Pendamping dan Ibu Nurul Setianingrum, SE., MM selaku sekretaris.

7. Segenap bapak dan ibu dosen IAIN Jember yang sudah memberi ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan mendapatkan keberkahan.
8. Bapak Agung Arri Prabowo selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian skripsi ini.
9. Seluruh karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto yang sudah banyak membantu dalam proses penelitian skripsi, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Semoga amal baik yang telah bapak dan ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini ada kekurangan, baik dari segi bahasa, penyusunan, maupun teori yang tertulis. Oleh sebab itu, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun kepada pembaca agar selanjutnya lebih baik lagi. Semoga apa yang sudah ditulis dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya penulis. Amin.

Jember, 14 Mei 2018

IAIN JEMBER Penulis

ABSTRAK

Nurul Fadilah, Daru Anondo, SE., M.Si, 2018: *Pengaruh Service Convenience Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.*

Salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan menawarkan pelayanan yang maksimal serta memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi secara cepat, aman dan efisien. Yang disebut dalam istilah pemasaran dengan *service convenience*. Menurut Berry, *service convenience* adalah persepsi konsumen terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa. Program *service convenience* yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember adalah dengan mengembangkan produk pembiayaan KCA (Kredit Cepat Aman) dimana persyaratan sangat sederhana dan proses pencairan barang gadai sangat cepat yakni hanya membutuhkan waktu 15 menit.

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain: 1) Apakah *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember? 2) Seberapa besar pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember?

Tujuan dari penelitian ini antara lain: 1) Untuk mengetahui apakah *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember 2) Untuk mengetahui besar pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian *field research*. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. Adapun teknik Pengumpulan data menggunakan observasi, angket/kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa: 1) *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember. 2) pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Persero Cabang Tegalboto Jember adalah sebesar 45,5 %.

Kata Kunci: *Service Convenience, Produk KCA (Kredit Cepat Aman), Kepuasan Nasabah*

ABSTRACT

Nurul Fadilah, Daru Anondo, SE., M.Si, 2018: *The Influence of Service Convenience on KCA Product (Safe Fast Credit) to Customer Satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember.*

One strategy to increase customer satisfaction is by offering maximum services and provide ease in conducting transactions quickly, safely and efficiently. It called in terms of marketing with service convenience. According to Berry, service convenience is the consumer's perception of time and effort associated with the purchase or use of a service. Service convenience program conducted by PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember is to develop a product financing KCA (Safe Fast Credit) where the requirement are very simple and the liquefaction process of lien is very fast that takes only 15 minutes.

The formulation of the problem in this research are: 1) Is service convenience on KCA product (Safe Fast Credit) has a significant influence to customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember? 2) How much the influence of service convenience on KCA product (Safe Fast Credit) to customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember?

The purpose of this study include: 1) For determine whether service convenience on KCA product (Safe Fast Credit) has a significant influence to customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember 2) for know the influence of service convenience on KCA product (Safe Fast Credit) to customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember.

The approach used at this study is a quantitative approach, with the type of research field research. The sampling technique used is purposive sampling. The data collection techniques using observation, questionnaires and documentation. The data were analyzed by using research instrument test, classical assumption test, simple linear regression analysis, and hypothesis test.

The results of this study concluded that: 1) service convenience on KCA product (Safe Fast Credit) has a significant influence to customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) Branch Tegalboto Jember. 2) the influence of service convenience on KCA product (Safe Fast Credit) to customer satisfaction at PT. Pegadaian Persero Branch Tegalboto Jember is 45.5%.

Keywords : *Service Convenience, KCA Product (Safe Fast Credit), Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
1. Variabel Penelitian.....	8
2. Indikator Variabel	9
F. Definisi Operasional	10
G. Asumsi Penelitian	10
H. Hipotesis	11

I. Metode Penelitian	11
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	11
2. Populasi dan Sampel	12
3. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data	14
4. Analisis Data	16
J. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	25
A. Penelitian Terdahulu	25
B. Kajian Teori	32
1. Pemasaran	32
a. Pemasaran jasa	33
b. <i>Service Convenience</i>	34
2. Kepuasan Pelanggan atau Nasabah	39
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan atau Nasabah	39
b. Manfaat Kepuasan Pelanggan atau Nasabah	42
c. Mengukur Kepuasan Pelanggan atau Nasabah	44
d. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan atau Nasabah	45
e. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan	47
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	48
A. Gambaran Obyek Penelitian	48
B. Penyajian Data	64
C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis	71
D. Pembahasan	77

BAB IV PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Surat Izin Penelitian Skripsi dari IAIN Jember
4. Surat Keterangan Selesai Kegiatan Penelitian dari PT. Pegadaian (Persero)
Cabang Tegalboto
5. Jurnal Kegiatan Penelitian
6. Kuesioner Penelitian
7. Tabulasi Penelitian
8. Output SPSS
9. Lampiran r tabel
10. Lampiran t tabel
11. Data Produk Pembiayaan KCA (Kredit Cepat Aman)
12. Dokumentasi
13. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
1.1	Jumlah Nasabah Pembiayaan Produk KCA.....	5
1.2	Indikator Variabel	9
1.3	Skala <i>Likert</i>	15
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	31
3.1	Skala <i>Likert</i>	65
3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
3.3	Karakteristik Responden Lama Menjadi Nasabah.....	66
3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	67
3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
3.6	Nilai Hasil Uji Validitas.....	69
3.7	Nilai Hasil Uji Reliabilitas X.....	70
3.8	Nilai Hasil Uji Reliabilitas Y	71
3.9	Hasil Uji Normalitas	72
3.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
3.11	Hasil Uji Linier Sederhana.....	74
3.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
3.13	Hasil Uji Signifikansi T (Parsial).....	76

DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal
3.1	Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Tegalboto	53



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kegiatan sehari-hari, uang selalu saja dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Tetapi, yang menjadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimilikinya. Kalau sudah demikian, maka mau tidak mau kita mengurangi untuk membeli berbagai keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada. Jika kebutuhan dana jumlahnya besar, maka dalam jangka pendek sulit untuk dipenuhi, apalagi jika harus dipenuhi lewat lembaga perbankan. Namun, jika dana yang dibutuhkan relatif kecil tidak jadi masalah, karena banyak tersedia sumber dana yang murah dan cepat. Kegiatan meminjam dari berbagai sumber dana tersebut biasanya dilakukan dengan cara kredit.¹

Menurut Undang-Undang Perbankan No 10 Tahun 1998 kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.² Selain Perbankan ada juga Pegadaian yang merupakan lembaga keuangan non bank yang termasuk

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 232.

² Sekretariat Negara RI, Undang-Undang No. 10 tahun 1998, Tentang Perbankan Indonesia.

dalam klasifikasi perantara investasi yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia (BUMN). Pegadaian banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dan pengusaha golongan kecil menengah sebagai alternatif sumber pendanaan selain bank.³

Menurut undang-undang 1150 KUHP Perdata, gadai adalah “hak yang diperoleh seorang kreditur atas suatu barang bergerak yang diserahkan kepadanya oleh seorang debitur atau oleh orang lain atas namanya, yang memberikan kekuasaan kepada kreditur untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut didahulukan dari kreditur-kreditur lainnya, dengan pengecualian biaya lelang barang tersebut dan biaya pemeliharaan setelah barang itu digadaikan harus dilunasi terlebih dahulu”.⁴ Tugas Pegadaian adalah memberikan bantuan dana khusus masyarakat kecil dengan menerapkan teknik pegadaian yaitu dengan hukum gadai. Pihak yang menghendaki dana cukup datang ke kantor Pegadaian membawa barang berharga kemudian mendapatkan uang sesuai dengan ketentuan Pegadaian.⁵ Dengan usaha gadai masyarakat tidak perlu takut kehilangan barang-barang berharganya dan jumlah yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga barang yang dijaminan.⁶

Industri keuangan di era pengetahuan saat ini semakin membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki manajemen pengetahuan, ketrampilan serta sikap dalam rangka menciptakan sumber daya manusia yang memiliki kinerja yang tinggi. Hal ini terkait dengan persaingan di dunia industri

³ Ktut Silvanita Mangani, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009),64.

⁴ Abdulkadir Muhammad dan Rilda Murniati, *Segi Hukum Lembaga Keuangan Dan Pembiayaan* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 105-106.

⁵ Syarif Arbi, *Perbankan Keuangan Pembiayaan Lembaga* (Yogyakarta :BPFE, 2013),319.

⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2009) , 262.

finansial yang membutuhkan sumber daya manusia kelas satu yang mampu mengolah informasi dan pengetahuan, memiliki ketrampilan tentang informasi dan pengetahuan, serta memiliki sikap yang baik dan positif terkait dengan pelayanan prima kepada nasabah.⁷

Persaingan pada lembaga keuangan sangatlah ketat dalam memperoleh nasabah, selain itu menuntut lembaga keuangan untuk dapat meningkatkan layanan yang professional yang sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong lembaga keuangan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya, sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari lembaga keuangan. Pemberian layanan yang baik dan memuaskan, maka nasabah akan merasa diperhatikan dan tidak diabaikan haknya. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja.⁸

Salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan menawarkan pelayanan yang maksimal serta memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi yang aman, cepat, dan efisien. Cara tersebut seringkali disebut dalam istilah pemasaran dengan *service convenience*.⁹ Menurut Berry, *service convenience* adalah persepsi konsumen terhadap

⁷ Yunita Lidya Kandou, "Pengaruh Knowledge Management, Skill dan Attitude Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Bank Sulutgo Kantor Pusat Di Manado)", *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16 No.1, (2016), 148

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 262.

⁹ Hermawan Maulana, "Service Convenience Pada PT. Bank Kesejahteraan Ekonomi (Survey Pada Pegawai Negeri Di Pontianak)", *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, Vol 1 No.1, (2012), 2.

waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa. Konseptualisasi ini menggunakan dimensi waktu dan usaha sebagai manfaat kenyamanan (penghematan waktu dan/ usaha) atau biaya/ beban ketidaknyamanan (pemborosan waktu dan atau usaha).

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto merupakan Pegadaian Cabang yang berasal dari perkembangan Pegadaian (Persero) Cabang Jember yang berlokasi di Jl. Samanhudi No.47, tetapi kini telah membawahi seluruh Unit Pegadaian di wilayah Jember bagian utara.

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember memiliki lokasi yang sangat strategis dimana letaknya berada diantara beberapa Universitas di Jember dan ditengah- tengah para pedagang makanan, minuman dan juga para pengusaha cafe, distro, fotokopi dan lain-lain. Dengan usaha-usaha tersebut, banyak masyarakat yang membutuhkan dana lebih untuk memperbesar usaha maupun membangun usaha. Salah satu cara yang pengusaha lakukan adalah dengan mengajukan pinjaman di Pegadaian dengan menggadaikan barang. Sehingga PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto memiliki kesempatan untuk mengembangkan produk pembiayaannya dan mampu meningkatkan profitabilitas.

Dalam hal ini *service convenience* yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto adalah dengan mengembangkan produk pembiayaan KCA (Kredit Cepat Aman), dimana persyaratannya sangat sederhana yakni hanya perlu membawa kartu identitas resmi KTP dll, serta menyerahkan barang jaminan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil,

sepada motor, laptop, handphone dan barang elektronik lainnya. Selain itu, proses pengajuan pencairan barang sangat cepat yakni hanya membutuhkan waktu selama 15 menit. Sehingga dapat memudahkan nasabah yang ingin mengajukan pinjaman.

Berikut ini merupakan data jumlah nasabah pembiayaan produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Tahun 2015-2017

No	Tahun	Jumlah
1	2015	7.810
2	2016	8.949
3	2017	11.163

Sumber: Data Diolah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember memiliki jumlah pertumbuhan yang baik dalam pembiayaan produk KCA (Kredit Cepat Aman) dimana tahun 2015 ke tahun 2016 memiliki jumlah pertumbuhan nasabah sebanyak 1.139 nasabah, dari tahun 2016 ke tahun 2017 memiliki jumlah pertumbuhan nasabah sebanyak 2.214 nasabah.

Namun, dari hasil pra observasi yang dilakukan oleh peneliti di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember dihasilkan bahwa ada beberapa nasabah yang melakukan komplain terhadap karyawan karena merasa pelayanan produk KCA (Kredit Cepat Aman) yang diberikan kurang memuaskan karena membutuhkan waktu melebihi 15 menit. Tetapi hal

tersebut terjadi dikarenakan proses antri yang sedang berjalan, atau biasanya karena sedang diadakan lelang.¹⁰

Maka, berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengkaji pelayanan produk pembiayaan ini dengan judul **“PENGARUH SERVICE CONVENIENCE PADA PRODUK KCA (KREDIT CEPAT AMAN) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG TEGALBOTO JEMBER”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember?
2. Seberapa besar pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember
2. Untuk mengetahui besar pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

¹⁰ Observasi, Pegadaian Cabang Tegalboto Jember, 10 Januari 2018.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian.¹¹ Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan keilmuan, khususnya bagi penulis dan diharapkan dapat mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan dalam bidang pelayanan Pegadaian, khususnya mengenai *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) dan kepuasan nasabah .
- b. Sebagai bahan, saran, evaluasi, dan penilaian mengenai pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah.
- c. Dapat memberikan inovasi, meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi pengembangan ilmu ekonomi khususnya dalam hal lembaga keuangan Pegadaian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

¹¹Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2017), 45.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menambah wawasan para akademisi serta para pihak yang berkepentingan. Dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan informasi perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Juga sebagai bahan untuk menambah referensi bacaan dan kajian ilmu, khususnya bagi para mahasiswa jurusan ekonomi islam Prodi Perbankan Syariah.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.¹² Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dengan uraian sebagai berikut:

a. Variabel independen / Bebas (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah *service convenience* (X).

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

b. Variabel dependen/ Terikat (Y)

Variabel dependen sering disebut variabel out put , kriteria konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹³ Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Indikator Variabel

Indikator variabel merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, interview dan observasi.¹⁴

Indikator variabelnya adalah :

Tabel 1.2
Indikator Variabel *Service Convenience* Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh <i>Service Convenience</i> Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember	1. <i>Service convenience</i> (X)	1. <i>Decision convenience</i> 2. <i>Acces convenience</i> 3. <i>Transaction convenience</i> 4. <i>Benefit convenience</i> 5. <i>Postbenefit convenience</i>
	2. Kepuasan Nasabah (Y)	1. Minat beli ulang 2. Kesiediaan untuk merekomendasikan

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 39

¹⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2017), 61.

F. Definisi Operasional

Beberapa definisi operasional yang perlu diuraikan adalah sebagai berikut:

1. *Service Convenience*

Service convenience adalah persepsi konsumen terhadap kemudahan waktu dan usaha yang berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa. *Service convenience* dapat dilakukan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat menjadikan pelanggan merasakan kemudahan dari apa yang mereka dapatkan selama berada di tempat pemberian jasa.¹⁵

2. Kepuasan Pelanggan/ Nasabah

Menurut Howard dan Sheth dalam Buku Fandy Djiptono mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan/ nasabah adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kespadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan pengorbanan yang dilakukan.¹⁶

G. Asumsi Peneliti

Asumsi peneliti biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.¹⁷

¹⁵ Hermawan Maulana, "Service Convenience Pada PT. Bank Kesejahteraan Ekonomi (Survei Pada Koperasi Pegawai Negeri Pontianak)", *Jurnal Manajemen*, (2012), 2.

¹⁶ Fandy Djiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2015), 353-354.

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman*, 62.

Anggapan dasar penelitian ini adalah *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

H. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.¹⁸ Berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini:

1. Ha : Ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan.
2. Ho : Tidak ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹⁹

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik.²⁰ Sedangkan jenis penelitian ini adalah *field research* yaitu penelitian yang dilakukan dalam situasi alamiah akan tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 110-111.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2017), 3.

²⁰ Ibid., 13.

Intervensi ini dimaksudkan agar fenomena yang dikehendaki oleh peneliti dapat segera tampak dan diamati. Dengan demikian terjadi semacam kendali atau kontrol parsial terhadap situasi di lapangan.²¹

2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²² Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mencakup seluruh nasabah aktif produk pembiayaan KCA (Kredit Cepat Aman) selama 2 tahun terakhir di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember dengan jumlah nasabah sebanyak 16.626.²³

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.²⁴ Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *sampling purposive* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan

²¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2016), 21.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta,2010), 117.

²³ Dokumentasi. Data Jumlah Nasabah Diambil Dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember Bulan Maret 2018.

²⁴ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : ANDI Offset,2010),186.

pertimbangan tertentu.²⁵ Adapun sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk pembiayaan KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

Dalam penentuan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu

sebagai berikut
$$n = \frac{N}{1 + N(\epsilon)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Contoh

N= Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan (10%).²⁶

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{16.626}{1 + 16.626 (10\%)^2} = 99,402$$

Jumlah nasabah aktif produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember selama 2 tahun terakhir adalah sebanyak 16.626 nasabah. Dalam penelitian ini, Jumlah responden yang diambil dari data populasi berdasarkan rumus Slovin adalah 99,402 dibulatkan menjadi 100 responden.

²⁵ Etta Mamang Sangadji & Sopiha, *Metodologi Penelitian*, 189.

²⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 34.

3. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan indera sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata. Mendengarkan, mencium mengecap dan meraba termasuk bentuk observasi.²⁷ Adapun dalam penelitian ini menggunakan observasi non partisipan dimana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.²⁸

Penelitian ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung di Kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember. Adapun data-data yang ingin diperoleh melalui metode observasi adalah terkait dengan:

- 1) Letak geografis PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember
- 2) Situasi dan kondisi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember
- 3) *Service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

b. Kuesioner/ angket

Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab dibawah pengawasan peneliti. Responden ditentukan berdasarkan teknik sampling. Angket pada umumnya meminta

²⁷ Etta Mamang Sangadji, *Metode Penelitian*, 192.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung :Alfabeta, 2016), 197.

keterangan tentang fakta yang diketahui oleh responden atau juga mengenai pendapat atau sikap.²⁹

Data yang ingin diperoleh dari kuesioner ini adalah hasil atau skor statistik yang merupakan interpretasi jawaban dari responden terkait dengan variabel penelitian.

Kuesioner ini nantinya akan menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial³⁰.

Tabel 1.3
Skala *likert*

Kode	Keterangan	Skor
SS	(Sangat Setuju)	5
S	(Setuju)	4
KS	(Kurang Setuju)	3
TS	(Tidak Setuju)	2
STS	(Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Data Diolah

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Adapun yang akan didokumentasikan adalah:

- 1) Visi dan misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember
- 2) Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.
- 3) Data jumlah nasabah pembiayaan produk KCA (Kredit Cepat Aman) PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

²⁹ Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 128.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 93.

- 4) Struktur organisasi PT. Pegadaian (Persero) Tegalboto Jember
- 5) Formulir pengajuan pembiayaan KCA (Kredit Cepat Aman) dan SBK (Surat Bukti Kredit)
- 6) Data-data yang dibutuhkan

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ialah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data berdasarkan variabel dari variabel seluruh responden. Menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.³¹ Untuk mempermudah dalam menganalisis data maka peneliti menggunakan program SPSS versi 24.

Berikut merupakan alat untuk menguji residual, yaitu:

a. Uji Instrument Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument utama yaitu angket. Sebelum mengolah instrument, maka harus dilakukan uji coba untuk mendapatkan kualitas alat ukur yang memenuhi syarat sebagai alat ukur manusia. Kriteria alat ukur yang baik dan dapat diterima merupakan target yang harus terlebih dahulu ditentukan sebelum uji coba dilakukan. Kualitas instrumen, data dan hasil penelitian kuantitatif harus memenuhi syarat valid dan reliabel

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 207.

sehingga kriteria kualitas instrumen berhubungan dengan ukuran validitas dan reliabilitas.³²

1) Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.³³ Jadi, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini pengujian validitas butir menggunakan korelasi *product moment*, rumusnya sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

dimana:

n = Jumlah Responden

X = Skor variabel (jawaban responden)

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden)

Kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur (valid atau tidak), yaitu: Jika koefisien korelasi *product moment* >

r-tabel (α ; n-2) n= jumlah sampel.³⁴

³² Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 196.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*, 121.

³⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian*, 46-48.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Dalam penelitian ini untuk menghitung reliabilitas instrument digunakan metode *Alpha Cronbach* untuk menentukan apakah instrument penelitian *reliabel* atau tidak. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,60$. Rumus *Alpha* :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_b^2}{s^2 t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum s_b^2$ = Jumlah varians butir

$s^2 t$ = varians total³⁵

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan model regresi yang baik, maka harus terbebas dari penyimpangan data yang diantaranya adalah terhindar dari adanya normalitas, heteroskedastisitas dan autokolerasi.

³⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian*, 55-57.

1) Uji Normalitas

Menurut Santoso dalam buku Asnawi dan Masyhuri, uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent* atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.³⁶

Salah satu acara untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik non parametrik *kolmogorov-smirnov* yang merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika nilai Sig. > alpha.³⁷

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaiknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas, yang diharapkan pada model regresi adalah homoskedastisitas.³⁸

Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode Glejser yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai

³⁶ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Malang Press, 2009),178.

³⁷ Sulyanto, *Ekonometrika Terapan* (Yogyakarta: CV Andi, 2011), 75.

³⁸ *Ibid.*, 95.

mutlak residualnya.³⁹ Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. >), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.⁴⁰ Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 24.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kausal atau variabel bebas terhadap satu variabel tergantung (terikat).

Adapun variabel bebas dari penelitian ini adalah *service convenience*, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah.

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta atau intercept

B = Koefisien regresi

x = *Service Convenience*

³⁹ Sulyanto, *Ekonometrika*, 98.

⁴⁰ *Ibid.*, 102.

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS versi 24.

1) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya.⁴¹

Pada intinya nilai koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan dependent dalam menjelaskan variabel sangat terbatas. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *Adjusted R square*.⁴²

IAIN JEMBER

⁴¹ Suliyanto, *Ekonometrika*, 39.

⁴² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2001), 83.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi T (Parsial)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini , uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis

(a) H_a : Ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan.

(b) H_o : Tidak ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan.

b) Menentukan derajat kebebasan 5% dari t tabel

c) Menentukan t hitung dengan rumus:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

r : nilai koefisien korelasi

n : jumlah sampel

d) Menentukan t tabel (diambil dari nilai distribusi pada $\alpha=5\%$. Rumus t tabel (n-k).

e) Membuat kesimpulan

Kriteria uji t:

(a) Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

(b) Jika nilai signifikansinya $<$ 0,05 , maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Jika nilai signifikasinya $>$ 0,05, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.⁴³

J. Sistematika Pembahasan

Bagian ini berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar skripsi. Secara global sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan berisi tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator variabel), definisi

⁴³ Henky Latan, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi* (Bandung:Alfabeta,2013),81.

operasional, asumsi peneliti, hipotesis dan metode penelitian, (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrument pengumpulan data, analisis data dan sitematika pembahasan.

BAB II: Kajian Pustaka berisi tentang : penelitian terdahulu, dan kajian teori .

BAB III: Penyajian data dan analisis : gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB IV: Penutup: berisi tentang : kesimpulan dan saran.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sangat mungkin ditemui bahwa sebelumnya telah ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas tema atau topik yang serupa, baik penelitian terdahulu yang sudah dipublikasikan atau yang belum dipublikasikan. Dengan melakukan kajian terdahulu maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan penelitian yang hendak dilakukan.

Sebagai bahan perbandingan peneliti menyajikan beberapa judul penelitian terdahulu yang relevan yaitu:

1. Wanda pradika, 2013. "*Pengaruh Service Conveniense Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Mcdonalds Kings Dept. Store*". Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verikatif dengan desain riset penelitian eksplanatori. Adapun rumusan masalah yang dikaji adalah: a) Bagaimana gambaran *service convenience* McDonalds cabang King's Dept Store Bandung?, b) Bagaimana gambaran keputusan pembelian konsumen Kings Dept Store Bandung?, c) Berapa besar pengaruh *service convenience* McDonalds terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk McDonalds cabang King's Dept Store Bandung?

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *service convenience* berada pada kategori sedang dan keputusan pembelian berada pada

kategori sedang. Hasil penghitungan korelasi sebesar 0,727, artinya terdapat hubungan tinggi atau kuat antara *service convenience* dengan Keputusan Pembelian. Hasil penghitungan analisis regresi sederhana didapat persamaan $Y=2,480 + 0,456X$ dan $KD = 52,9\%$, artinya *service convenience* dipengaruhi oleh keputusan pembelian sebesar 52,9% sedangkan sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti.⁴⁴ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan membahas tentang *service convenience* dan kepuasan pelanggan/nasabah.

2. Teddy Harta Suryana, 2014. "*Pengaruh Service Convenience Dalam Bentuk ATM Drive Thru Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI*". Metode penelitian yang digunakan yakni menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun rumusan masalah yang dikaji adalah: a) Bagaimana karakteristik responden dari nasabah BRI pengguna layanan *drive thru* ATM Bogor Botanical?, b) Variabel dari *service convenience* dalam bentuk *drive thru* ATM manakah yang memiliki faktor paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI pengguna layanan *drive thru* ATM BRI Bogor Botanical?

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, karakteristik responden yang menggunakan fasilitas *drive thru* ATM Bogor Botanical lebih didominasi oleh laki-laki sebesar 55%. Sedangkan untuk usia yang terbanyak berada pada usia 26-35 tahun dengan persentase 33%,

⁴⁴ Wanda Pradika, "Pengaruh Service Convenience Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada konsumen Mc Donals Kings Dept. Store)", (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2013)

Pekerjaan lebih banyak didominasi oleh pegawai swasta yaitu sebanyak 45% dan berpenghasilan rata-rata per bulan antara Rp. 3.000.000 – Rp. 6.000.000 yaitu sebanyak 56 %. Fasilitas *drive thru* ATM Bogor Botanical juga lebih banyak digunakan oleh para pejalan kaki dengan persentase 45%. Variabel independen yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *transaction convenience* karena berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan nasabah karena memiliki nilai-p < alfa 10%, serta memiliki rasio odd yang paling besar diantara variabel lainnya yaitu sebesar 8,336.⁴⁵ Persamaan dalam penelitian ini adalah peneliti sama-sama menggunakan kuantitatif, dan membahas tentang *service convenience* dan kepuasan nasabah .

3. Sugiyatik, 2015. “*Pelayanan Costumer Service (CS) PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jember Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah*”. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Adapun rumusan masalah yang dikaji adalah: a) Bagaimana peran *costumer service* (CS) PT. Bank BRI syariah kantor cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah?, b) Apa tugas *costumer service* (CS) PT. Bank BRI syariah kantor cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah?, dan c) Bagaimana upaya PT. Bank BRI

⁴⁵ Teddy Harta Suryana, “Pengaruh Service Convenience Dalam Bentuk ATM Drive Thru Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI”, (Skripsi, Institut Pertanian Bogor,2014)

syariah kantor cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah?

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: peran *Costumer Service* (CS) PT. Bank BRI Syariah kantor cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah ialah sangatlah vital karena dengan mutu pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah akan mampu meningkatkan nasabah. Tugas *Costumer Service* (CS) PT. Bank BRI syariah kantor cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah ialah memberikan layanan dan informasi kepada nasabah/calon nasabah mengenai produk untuk menunjang pemasaran BRI Syariah dan menerima, menginventarisir dan menindaklanjuti komplain nasabah untuk dieskalasi dan ditindaklanjuti oleh pejabat yang berwenang. Upaya *Costumer Service* (CS) PT. Bank BRI syariah kantor cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah ialah memberikan beberapa pelayanan prima: kecepatan, ketepatan, kenyamanan fisik atau psikis dan *Costumer Service* (CS) di Bank BRI Syariah ini selalu dituntut untuk selalu memperbaiki dan memberikan pelayanannya terhadap nasabah/pun calon nasabah.⁴⁶ Persamaan dalam peneltiian ini adalah sama-sama membahas tentang pelayanan .

4. Jianette Pricilla Daniel, 2015. "*Pengaruh service convenience dan costumer experience terhadap costumer satisfaction di Mall Surabaya*".

Metode penelitian yang digunakan yakni menggunakan pendekatan

⁴⁶ Sugiyatik, "Pelayanan *Costumer Service* (CS) PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jember Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah", (Skripsi, IAIN Jember, 2015)

kuantitatif. Adapun rumusan masalah yang dikaji adalah: apakah ada pengaruh *service convenience* terhadap *hedonic* dan *utilitarian*, apakah *hedonic* dan *utilitarian* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Dan apakah *hedonic* dan *utilitarian* berpengaruh terhadap *repatronage intention*, *word of mouth* dan *desire to stay* pada pelanggan Mall di Surabaya?

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *service convenience* mempunyai hubungan signifikan terhadap *hedonic* dan *utilitarian*, *hedonic* dan *utilitarian* mempunyai hubungan signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Hedonic* mempunyai hubungan signifikan terhadap *repatronage intention*, *word of mouth* dan *desire to stay*. *Utilitarian* tidak mempunyai hubungan signifikan dengan terhadap *repatronage intention*, *word of mouth* dan *desire to stay*. *Customer Satisfaction* mempunyai hubungan signifikan terhadap *repatronage intention*, *word of mouth* dan *desire to stay*.⁴⁷ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan membahas tentang *service convenience* dan kepuasan pelanggan/nasabah.

5. Bella Octariana Faturrachma. 2017 “Pengaruh *Service Convenience Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Kasus Di Mall Sadang Terminal Square Kota Purwakarta)”. Metode penelitian yang digunakan yakni menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun rumusan masalah yang dikaji adalah: a) Bagaimana *service convenience* di mall Sadang Terminal

⁴⁷ Jianne Pricilla Daniel, “Pengaruh *Service Convenience dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction*”, *Jurnal Ilmiah Universitas Surabaya*, (2015), Vol.4 No.2 .

Square?, b) Bagaimana kepuasan nasabah di *mall Sadang Terminal Square?*, c) Bagaimana pengaruh *service convenience* terhadap kepuasan pelanggan di *mall Sadang Terminal Square?*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa *service convenience* berada pada kategori cukup baik atau cukup tinggi dengan nilai *mean* sebesar 3,29 dan kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup baik atau cukup tinggi dengan nilai *mean* sebesar 3,24. Selain itu, pada uji korelasi diperoleh hasil sebesar 0,691 yang berarti terdapat hubungan positif yang kuat antara *service convenience* dengan kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa *service convenience* dapat menerangkan kepuasan pelanggan sebesar 47,7% sedangkan sisanya 52,3% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji regresi linear diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 0,778 + 0,181X$. Hal ini berarti apabila *service convenience* mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,181. Selain itu, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *service convenience* terhadap kepuasan pelanggan di *mall Sadang Terminal Square*.⁴⁸ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan membahas tentang *service convenience* dan kepuasan pelanggan/nasabah.

⁴⁸ Bella Octariana Faturrachma, "Pengaruh Service Convenience Terhadap Kepuasan Pelanggan", (Skripsi : Politeknik Negeri Bandung, 2017)

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian sebagaimana dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENULIS	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Wanda Pradika "Universitas Pendidikan Indonesia, 2013"	Pengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen McDons King's Dept. Store	1. Menggunakan pendekatan kuantitatif 2. Menggunakan analisis data regresi linier sederhana	1. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verikatif dengan desain riset penelitian eksplanatori. 2. Analisis data lain yang digunakan koefisien korelasi <i>product moment</i>
2	Teddy Harta Suryana "Institut Pertanian Bogor, 2014"	Pengaruh <i>Service Convenience</i> Dalam Bentuk <i>ATM Drive Thru</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI	1. Menggunakan pendekatan kuantitatif	1. Analisis data yang digunakan regresi logistik biner
3	Sugiyatik "IAIN Jember, 2015"	Peran <i>Costumer Service (CS)</i> PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jember Dalam Peningkatan Mutu	1. Sama-sama membahas tentang pelayanan	1. Menggunakan pendekatan kualitatif.

		Pelayanan Terhadap Nasabah		
4	Jianette Pricilia Daniel, "Universitas Surabaya, 2015"	Pengaruh <i>Service Convenience</i> dan <i>Costumer Experience</i> Terhadap <i>Costumer Satisfaction</i> di Mall Surabaya	1. Menggunakan pendekatan kuantitatif	1. Analisis data menggunakan <i>SEM (Structural Equation Modelling)</i>
5	Bella Melinda Octariana Fathurrachma "Politeknik Negeri Bandung, 2017"	Pengaruh <i>Service Convenience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Mall Sadang Terminal Square Kota Purwakarta)	1. Menggunakan pendekatan kuantitatif 2. Menggunakan analisis data regresi linier sederhana	1. Analisis data lain yang digunakan koefisien korelasi sederhana

Sumber: Data diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. Pemasaran

Keberhasilan keuangan sering tergantung pada kemampuan pemasaran. Operasional keuangan, akunting, dan fungsi bisnis lainnya sesungguhnya tidak berarti kalau tidak ada permintaan akan produk dan jasa sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba. Menurut Asosiasi Amerika pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang

menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.⁴⁹ Sedangkan menurut Maynard and Beckman dalam bukunya *Principles Of Marketing* menyatakan marketing (pemasaran) berarti segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi.⁵⁰

a. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa muncul dan berkembang sebagai sub disiplin tersendiri dalam ilmu pemasaran. Ada lima alasan pokok mengapa pemasaran jasa perlu dipelajari. Pertama, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/layanan. Kedua, jasa (layanan) memiliki karakteristik unik yang membedakannya dengan produk fisik (barang). Ketiga, jasa (layanan) dapat dimanfaatkan untuk menciptakan *differential advantages* melalui perancangan dan penyampaian layanan spesifik. Keempat, sektor jasa berkembang pesat dan berkontribusi signifikan bagi perekonomian global. Dan kelima, telah terjadi pergeseran paradigma dari yang semula *good-dominant logic* (SDL) dimana dari yang semula menekankan produk berupa barang fisik dengan menekankan fitur spesifik, bergeser menjadi fokus pada layanan dengan aspek utama pengalaman dan solusi.⁵¹

Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti

⁴⁹ Phillip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 6.

⁵⁰ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 1.

⁵¹ Fandy Djiptono, *Pemasaran*, 17-19.

dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi yang mungkin terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produksi fisik.⁵² Sedangkan menurut William J Stanton jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.⁵³ Ada empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa:

- 1) Tidak berwujud (jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud)
- 2) Heterogenitas (jasa merupakan variabel non-standart dan sangat variasi)
- 3) Tidak dapat dipisahkan (jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan dengan partisipasi dalam proses tersebut)
- 4) Tidak tahan lama (jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan).⁵⁴

b. *Service Convenience*

1) *Pengertian Service Convenience*

Menurut Berry et.al, dalam *Journal of Marketing* yang berjudul *Understanding Service Convenience*, menyatakan bahwa “*service convenience* adalah persepsi konsumen terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu jasa.

⁵² Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: CPAS, 2015), 8.

⁵³ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran*, 243.

⁵⁴ Danang Sunyoto, *Manajemen*, 9.

Konseptualisasi ini menggunakan dimensi waktu dan usaha sebagai manfaat kenyamanan (penghematan waktu dan/ atau usaha) atau biaya/ beban ketidaknyamanan (pemborosan waktu dan / atau usaha). Waktu dan usaha merupakan *opportunity cost* yang timbul karena konsumen tidak mungkin berpartisipasi pada aktivitas aktivitas lain.”⁵⁵

Selanjutnya Seiders et.al., dalam *Journal of Academic Marketing* yang berjudul *Development And Validation Of a Multidimensional Service Convenience* “mengemukakan dua hal utama, waktu dan biaya konsumen yang mendasari konsep jasa yang beranekaragam secara jelas dan lengkap. *Service convenience* adalah konseptualisasi terbaik dalam aktivitas konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa, yang merupakan evaluasi terhadap kemudahan yang dipandang penting bagi konsumen dalam tahapan pengalaman penggunaan jasa.”⁵⁶

Sedangkan menurut Mpinganjira dalam *Journal Of Economics And Behavioral Studies* yang berjudul *Online Store Service Convenience Costumer Satisfaction, And Behavioral Intentions: a Focus On Utilitarian Oriented Shoppers*, menyatakan bahwa “*service convenience* merupakan salah satu cara dimana pebisnis dapat meningkatkan nilai pelanggan. Jadi, konsep *service convenience*

⁵⁵ Berry et. al, “Understanding Service Convenience”, *Journal of Marketing Vol 66*, (2002),5.

⁵⁶ Seiders et.al, “Development And Validation Of a Multidimensional Service Convenience”, *Journal of Academic Marketing*, (2007),145.

merupakan waktu dan usaha yang dihabiskan oleh pelanggan dalam proses memperoleh produk dan jasa.”⁵⁷

Service convenience berpengaruh terhadap evaluasi keseluruhan pelanggan terhadap jasa, diantaranya kepuasan pelanggan, persepsi terhadap kualitas jasa, dan keadilan (*fairness*). Apabila konsumen meyakini bahwa penyedia jasa memiliki kendali atas ketidaknyamanan jasa, maka penilaiannya terhadap kualitas, kepuasan dan keadilan akan cenderung negatif.⁵⁸

2) Jenis – Jenis *Service Convenience*

Menurut Berry et,al yang dikutip Fandy Djiptono mengidentifikasi lima jenis *service convenience*, yaitu *decision convenience*, *acces convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *postbenefit convenience*. masing-masing tipe kenyamanan ini mencerminkan tahap-tahap aktivitas konsumen berkaitan dengan pembelian atau pemakaian sebuah jasa yaitu:

a) *Decision Convenience*

Merupakan persepsi konsumen terhadap biaya waktu dan usaha untuk membuat keputusan pembelian atau pemakaian jasa.

⁵⁷ Mpinganjira, “Online Store Service Convenience Costumer Satisfaction, And Behavioral Intentions: A Focus On Utilitarian Oriented Shoppers”, *Journal Of Economics And Behavioral Studies* vol 7 No. 1, (2015), 36.

⁵⁸ Fandy djiptono, *Pemasaran Jasa*, 74-75.

b) *Access convenience*

Yaitu persepsi konsumen terhadap biaya waktu dan usaha untuk menginisiasi penyampaian jasa. Termasuk didalamnya adalah tindakan-tindakan yang harus dilakukan pelanggan untuk memesan atau meminta jasa/layanan (misalnya datang langsung, via telepon, internet, fax dan seterusnya).

c) *Transaction convenience*

Yaitu persepsi pelanggan terhadap biaya waktu dan usaha untuk mengadakan sebuah transaksi. Tipe kenyamanan ini berfokus pada tindakan-tindakan yang harus dilakukan pelanggan untuk mendapatkan hak atas pemakaian jasa.

d) *Benefit convenience*

Adalah persepsi pelanggan terhadap biaya waktu dan usaha untuk merasakan manfaat inti jasa.

e) *Postbenefit convenience*

Yaitu persepsi pelanggan terhadap biaya waktu dan usaha sewaktu mengontak kembali penyedia jasa setelah tahap manfaat jasa (*benefit stage*). Tipe kenyamanan ini berhubungan dengan kebutuhan konsumen akan reparasi, pemeliharaan atau penukaran produk.⁵⁹

⁵⁹ Fandy Djiptono, *Pemasaran*, 73-74.

Sedangkan menurut Seiders et.al, dalam *Journal Of Academic Marketing* yang berjudul *Development And Validation Of a Multidimensional Service Convenience* menyatakan bahwa “ada lima jenis *service convenience*, antara lain:

a) *Decision Convenience*

Adalah usaha dan waktu yang dikeluarkan konsumen yang berkaitan dengan keputusan untuk melakukan pembelian dan menggunakan jasa.

b) *Access Convenience*

Adalah upaya konsumen untuk dapat mengakses jasa yang akan dikonsumsi.

c) *Transaction convenience*

Adalah kemudahan untuk melakukan transaksi dengan penyedia jasa tertentu.

d) *Benefit Convenience*

Adalah pengalaman yang dirasakan konsumen terhadap manfaat inti yang ditawarkan oleh suatu jasa tertentu.

e) *Postbenefit Convenience*

Adalah kemudahan menjadi menonjol setelah mengontak kembali dengan penyedia jasa”.⁶⁰

⁶⁰ Seiders et.al, “Development And Validation Of a Multidimensional Service Convenience”, *Journal of Academic Marketing*, (2007),145.

2. Kepuasan Pelanggan atau Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan atau Nasabah

Saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan merupakan perbedaan/ kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian.⁶¹

Menurut Howard & Sheth dalam buku Fandy Djiptono mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan/nasabah adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan pengorbanan yang dilakukan. Sedangkan Wilkie dalam buku Fandy Djiptono mendefinisikan kepuasan pelanggan/nasabah

⁶¹ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 17-18.

sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.⁶²

Sedangkan Menurut Kotler, secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.⁶³

Secara lebih sederhana, kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah suatu tingkatan dimana sebuah perusahaan memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.⁶⁴ Tujuan semua usaha pemasaran haruslah untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Para pemasar harus pasti memberikan produk/ pelayanan yang sebaik mungkin untuk uang yang dibayarkan dan menghindari memperbesar harapan konsumen terhadap kinerja produk yang melebihi apa yang dapat diberikan produk tersebut.⁶⁵

⁶² Fandy Djiptono, *Pemasaran*, 353-354.

⁶³ Phillip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen*, 177.

⁶⁴ Joseph P. Cannon, *Pemasaran Dasar* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 8.

⁶⁵ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku konsumen*, terj. Zoelkifli Kasip. (Jakarta: PT. Indeks), 192.

Sebagaimana Sabda Rasulullah Saw yang berbunyi :

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عِيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ
الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami (Ali bin 'Ayyasy) telah menceritakan kepada kami (Abu Ghossan Muhammad bin Muthorrif) berkata, telah menceritakan kepada saya (Muhammad bin Al Munkadir) dari Jabir bin Abdullaha: Bahwasanya Rasulullah Saw bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan”. (HR. Bukhari: 1934)⁶⁶

Sebagaimana Hadist Nabi Saw yang lain yang berbunyi:

تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

Artinya: “Senyummu di muka saudaramu merupakan shodaqoh bagimu”. (HR Turmudzi: 1879)

Menurut Zaini dalam buku Asnawi dan Masyhuri dari beberapa hadist diatas jelas bahwa islam memberi tuntutan dalam menjalankan bisnis utamanya dalam berinteraksi dengan sesama manusia sebagai *partner* kerja, hendaklah dalam menjalankan bisnis untuk memberikan pelayanan kepada rekan bisnis kita dengan sebaik-baiknya, agar jalinan kerjasama semakin kokoh tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan.⁶⁷

⁶⁶ Nur Asnawi & Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Malang Press,2009),96.

⁶⁷ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset*, 96.

b. Manfaat Kepuasan Pelanggan atau Nasabah

1) Reaksi Terhadap Produsen Berbiaya Rendah

Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati bahwa cukup banyak pelanggan yang sebenarnya bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.

2) Manfaat Ekonomik Retensi Pelanggan Versus *Perpetual Prospecting*

Mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibanding upaya terus menerus menarik atau memprospek pelanggan baru menunjukkan bahwa mempertahankan pelanggan lebih murah 4 sampai 6 kali lipat dibandingkan biaya mencari pelanggan baru.

3) Nilai Kumulatif Dari Relasi Berkelanjutan

Upaya mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individu.

4) Daya Persuasif (*Word Of Mouth*)

Dalam banyak industri (terutama sektor jasa). Pendapat atau opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif

dan kredibel dibanding iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. *Word of mouth* negatif dapat merusak citra positif perusahaan, pelanggan yang tidak puas bisa mempengaruhi sikap dan penilaian negatif rekan atau keluarganya terhadap barang dan jasa perusahaan.

5) Reduksi Sensitifitas Harga

Pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga ke pelayanan dan kualitas.

6) Kepuasan Pelanggan Sebagai Indikator Kesuksesan Bisnis di Masa Depan.

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditunjukkan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa

depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang.⁶⁸

Dalam praktiknya apabila pelanggan/nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank/ perusahaan, ada dua keuntungan yang diterima, yaitu sebagai berikut:

- 1) Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank/perusahaan lain) atau dengan kata lain nasabah loyal. Hal ini sama dengan yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- 2) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.⁶⁹

c. Mengukur Kepuasan Pelanggan atau Nasabah

Ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan/nasabah. Survei berkala dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung diantaranya:

1) Minat Beli Ulang

Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci

⁶⁸ Fandy Djiptono, *Pemasaran*, 357-358.

⁶⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 262-263.

untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.⁷⁰

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

2) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.⁷¹

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.⁷²

d. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan atau Nasabah

Ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan/nasabah menurut Kotler dalam buku Buchori Alma :

1) *Complaint And Suggestion System* (Sistem Keluhan dan Saran)

Banyak perusahaan yang membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggan. Ada juga

⁷⁰ Kevin Lane Keller & Philip, *Manajemen*, 179.

⁷¹ Fandy Djiptono, *Pemasaran*, 368.

⁷² Kevin Lane Keller & Philip, *Manajemen*, 179.

perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan yang digunakan untuk menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut juga dapat disampaikan melalui kartu komentar, *costumer hot line*, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberi ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

2) *Costumer Satisfaction Survey* (Survey Kepuasan Pelanggan)

Dalam hal ini perusahaan melakukan survei untuk mendekteksi komentar pelanggan. Survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

3) *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)

Dalam hal ini pelanggan menaruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan, tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan.

4) *Lost Costumer Analysis* (Analisis Pelanggan Yang Lari)

Langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti. Pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

e. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan

Tentu banyak sebab-sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu, antara lain:

- 1) Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- 3) Perilaku personil kurang memuaskan
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- 5) Cost terlalu tinggi, karena jarak jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- 6) Promosi/ iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.⁷³

⁷³ Buchori Alma, *Manajemen*, 285-286.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Obyek dalam penyusunan skripsi ini adalah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto di Jember. Kemudian untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang obyek penelitian ini dapat dikemukakan secara sistematis sebagai berikut:

1. Sejarah Pegadaian
 - a. Sejarah Berdirinya Pegadaian

PT. Pegadaian (Persero) pada awalnya ialah sebuah bank yang didirikan oleh kolonial Belanda yang dinamakan Bank Van Leening.

Setelah pemerintah Hindia Belanda mengusulkan agar kegiatan Pegadaian ditangani Pemerintah maka sesuai peraturan Staatsblad (Stbl) No. 131 tanggal 12 Maret 1901 berdirilah Lembaga Pegadaian Negara Pertama di Sukabumi, Jawa Barat yang menjadikan tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun PT. Pegadaian (Persero).

Pegadaian telah mengalami sejumlah pergantian status, mulai dari Perusahaan Negara (PN) pada tanggal 1 Januari 1961, menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) pada tahun 1969 berdasarkan PP nomor 7 tahun 1969.

Pada masa awal pemerintahan Republik Indonesia, kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah di Karanganyar, Kebumen karena

situasi perang yang kian memanas. Agresi militer Belanda II memaksa kantor Jawatan Pegadaian dipindah lagi ke Magelang. Pasca perang kemerdekaan kantor Jawatan Pegadaian kembali lagi ke Jakarta dan Pegadaian dikelola oleh Pemerintah Republik Indonesia. Dalam masa ini, Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7/1969 Perusahaan Jawatan (Perjan) dan selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 10/1990 (yang diperbaharui dengan peraturan pemerintah No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (Perum). Kemudian pada tahun 2011, perubahan status kembali terjadi yakni dari Perum kemudian Perseroan (PT) yang telah ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 51/2011 yang ditandatangani oleh Presiden Bambang Yudhoyono pada 13 Desember 2011. Namun, perubahan tersebut efektif setelah anggaran dasar diserahkan ke pejabat yang berwenang yaitu pada 1 April 2012.

Berdasarkan Akta Pendirian Perusahaan Perseroan (Persero) Nomor 1 Tanggal 1 April 2012 yang dibuat di hadapan Notaris Nanda Fauz Iwan, SH., M.Kn yang berkedudukan di Jakarta dan kemudian di sahkan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-17525.AH.01.1 Tahun 2012 tanggal 4 April 2012 tentang Pengesahan Badan Hukum Perseroan, telah disahkan Badan Hukum Perusahaan Perseroan

(Persero), PT. Pegadaian (Persero), Akta Nomor 10 tanggal 12 Agustus 2015 yang dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan, SH., M.Kn, Notaris di Jakarta Selatan yang telah diterima pemberitaannya oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Nomor AHU-AHA.01.03-0956467 Tanggal 12 Agustus 2015.

Pegadaian menyelenggarakan kekuatan usaha utama penyaluran pinjaman berdasarkan hukum gadai termasuk gadai efek, penyaluran pinjaman berdasarkan jaminan fidusia, pelayanan jasa titipan, pelayanan jasa taksiran, sertifikat dan perdagangan logam mulia serta batu adi. Selain itu, kegiatan usaha administrasi pinjaman serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya (Persero).

b. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto di Jember berdiri sejak tahun 1995 yang pada saat itu berlokasi di Jl. Karimata, dan merupakan bagian dari Unit PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember yang berlokasi di Jl. Samanhudi No.47.

Kemudian pada tahun 2000 PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto berpindah di lokasi Jl. Panjahitan Jember. Selanjutnya, pada tahun 2001 pimpinan dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember berinisiatif untuk membuka Cabang baru, dan memilih

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto sebagai Anak Cabang dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Jember .

Pada tahun 2002, PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto tidak lagi menjadi anak Cabang dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang jember, tetapi telah berdiri sendiri dan membawahi seluruh Unit Pegadaian di Jember bagian utara, dan berpindah lokasi yang lebih strategis yaitu di Jl. Kalimantan No. 84 Sumbersari-Tegalboto Jember sampai saat ini.⁷⁴

2. Visi dan Misi Pegadaian

a. Visi

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

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

⁷⁴ Dokumentasi Sejarah. data diambil di Kantor Cabang PT.Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember, 19 Maret 2018.

3) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.⁷⁵

3. Letak Geografis PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

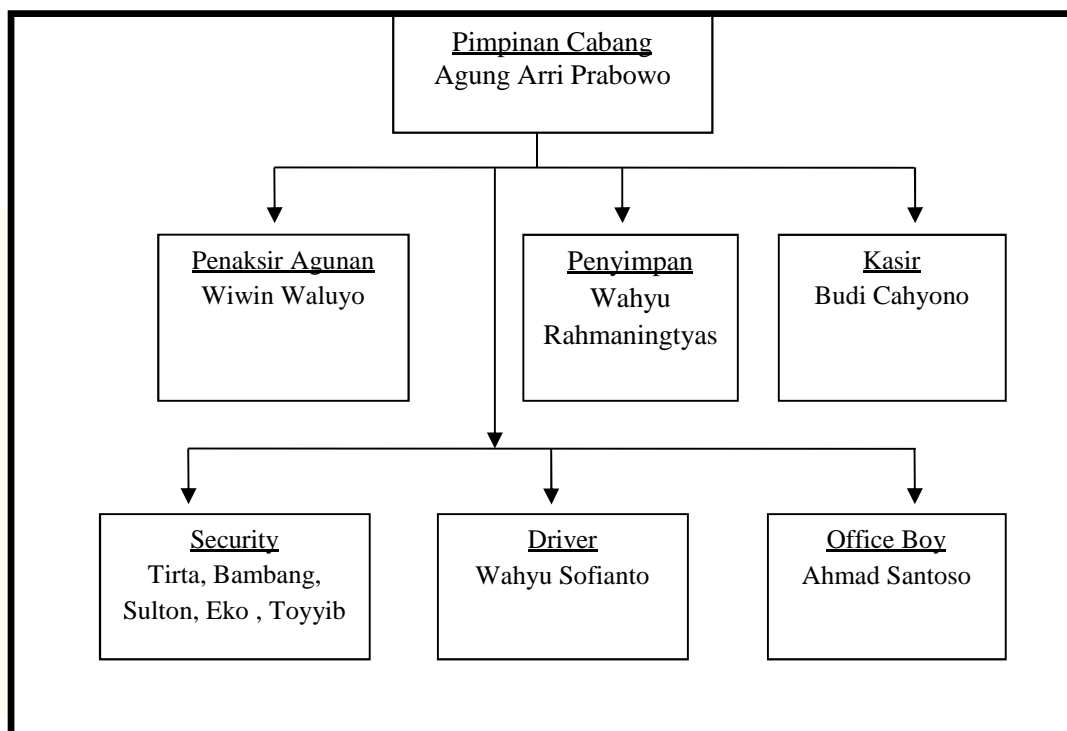
Pemilihan lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor yang harus diprioritaskan arena lokasi perusahaan memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan tersebut dan agar dapat menunjang kelancaran kegiatan operasional perusahaan.

Adapun lokasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto di Jember, terletak di area strategis dan mudah dijangkau, yaitu di Jl. Kalimantan No. 84 Summersari-Tegalboto Jember, telp (0331) 3373356. Kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto berada di sebelah utara Kantor DPRD Tegalboto dan selatan: Kantor dinas Perindustrian, Kampus Universitas Jember, Perdagangan dan ESDM Tegalboto, serta pertokoan di sekitar Kantor Pegadaian.

⁷⁵ Dokumentasi Visi dan Misi . data diambil di Kantor Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember, 19 Maret 2018.

4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

Gambar 3.1 Struktur Organisasi⁷⁶



Sumber: Data Diolah Dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto

5. *Job Description*

a. Pimpinan Cabang

Pimpinan cabang mempunyai fungsi yaitu merencanakan, mengkoordinasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kegiatan operasional, administrasi dan keuangan kantor unit cabang. Pimpinan Cabang mempunyai tugas yaitu:

- 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran kantor Unit Cabang berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.

⁷⁶ Dokumentasi Struktur Organisasi. Data diambil di Kantor Cabang PT.Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember , 19 Maret 2018.

- 2) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha ini.
- 3) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan barang jaminan.
- 4) Merencanakan, mengkoordinasikan, menyelenggarakan dan mengawasi lelang barang jaminan.
- 5) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan pengelolaan modal kerja.
- 6) Merencanakan, mengorganisasi, menyelenggarakan dan mengendalikan pemasaran dan pelayanan konsumen.
- 7) Mengkoordinasi pelaksanaan tugas pekerja bawahan
- 8) Membimbing bawahan dalam rangka pembinaan pegawai
- 9) Menyelenggarakan penatausahaan dan laporan Kantor Unit Cabang.

b. Penaksir Agunan

1) Tugas Pokok

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

2) Uraian Tugas

Adapun tugas-tugas penaksir antara lain:

- a) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang, menetapkan dan menentukan uang kredit gadai.
- b) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang, untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentkan harga pasar yang dilelang.
- c) Merencanakan dan menyimpan barang yang akan disimpan guna kewananan

c. Penyimpanan

1) Tugas Pokok

Penyimpanan mempunyai fungsi yaitu mengurus gudang barang jaminan emas dengan cara menerima, menyimpan, merawat dan mengeluarkan.

2) Uraian Tugas

Adapun tugas-tugas penyimpan barang jaminan antara lain:

- a) Secara berkala memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan emas dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka keamanan dan keutuhan barang jaminan.
- b) Menerima barang jaminan emas dan perhiasan dari manajer cabang atau asisten manajer untuk disimpan dalam gudang penyimpan barang jaminan emas.

- c) Mengeluarkan barang jaminan emas dan perhiasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- d) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman.
- e) Mencatat mutasi penerimaan atau pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya.

d. Kasir

1) Tugas Pokok

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

2) Uraian Tugas

Adapun tugas-tugas kasir antara lain:

- a) Menyimpan peralatan dan perlengkapan kerja
- b) Menerima modal kerja harian dari atasan sesuai ketentuan yang berlaku
- c) Menyiapkan uang kecil untuk kelancaran pelaksanaan tugas
- d) Mencatat penerimaan dari transfer
- e) Mencatat penerimaan dari penjualan lelang
- f) Mencatat penerimaan lain-lain
- g) Melaksanakan pembayaran untuk pinjaman kredit

- h) Mencatat pembayaran pengeluaran lain-lain
- i) Mencatat pembayaran uang kelebihan
- j) Mencatat pembayaran pinjaman pegawai
- k) Melayani nasabah yang akan melakukan pelunasan, peminjaman, dan gadai uang.

e. *Driver*

Tugas kerja dari *driver* antara lain:

- 1) Menjangkau kelancaran transportasi yang diperlukan kantor Cabang.
- 2) Mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai
- 3) Melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan

f. *Office Boy*

- 1) Tugas Pokok

Office Boy mempunyai fungsi yaitu menjaga kebersihan dan kerapian di kantor Cabang.

- 2) Uraian Tugas

- a) Membersihkan kantor Cabang pagi hari sebelum kegiatan dimulai
- b) Merapikan peralatan kerja yang akan digunakan
- c) Membantu staf jika diperlukan demi kelancaran kegiatan kerja

d) Membersihkan peralatan-peralatan yang berada di Kantor Cabang.

g. *Security*

1) Tugas Pokok

Security mempunyai fungsi yaitu melaksanakan dan mengendalikan ketertiban dan keamanan di Kantor Cabang.

2) Uraian Tugas

a) Melaksanakan ketertiban dan keamanan di lingkungan Kantor Cabang.

b) Memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan.

c) Mengatur dan mengawasi keluar masuknya kendaraan dinas/ non dinas dari dan dalam lingkungan Kantor Cabang.⁷⁷

6. Prosedur Layanan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

Adapun prosedur layanan sesuai dengan pengamatan dari peneliti pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember jam operasional atau layanan untuk nasabah yaitu :⁷⁸

- a. Hari Senin – Jum'at : Pukul 07.30 – 15.00 Wib
- b. Sabtu : Pukul 07.30- 13.00 Wib

⁷⁷ Dokumentasi *Job Descripton* ini diambil di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember, 19 Maret 2018.

⁷⁸ Dokumentasi Prosedur Layanan Ini diambil di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember , 19 Maret 2018.

7. Produk Produk Pegadaian

a. Pembiayaan

1) KCA (Kredit Cepat Aman)

Jenis produk Pegadaian yang satu ini menjadi yang paling dikenal oleh masyarakat. Layanan ini memberikan kemudahan untuk mendapatkan dana cair dengan cara menjaminkan suatu barang ke Pegadaian. Kegiatan gadai konvensional yang diterapkan di Pegadaian dilandaskan kepada hukum gadai yang terdapat di Kita Undang-Undang Hukum Perdata 1150-1160. Karena itulah, Anda akan merasa lebih aman dan terjamin ketika memutuskan memilih produk ini untuk mendapatkan dana cair. Bunga yang diberlakukan untuk produk Pegadaian satu ini relatif rendah, yaitu 0,75-1,15 persen per 15 hari.

Kredit Cepat Aman (KCA) adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya.

2) Gadai Bisnis

Merupakan fitur layanan Kredit Cepat dan Aman yang tepat untuk pendanaan bisnis dengan proses mudah, cepat dan aman.

3) Gadai Fleksi

Adalah fitur layanan kredit yang cepat dan aman sebagai solusi pendanaan yang fleksibel untuk membuat hidup lebih mudah.

4) KRASIDA (Kredit Gadai Sistem Angsuran)

Merupakan kredit angsuran bulanan untuk keperluan konsumtif dan produktif yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem gadai. Dengan jaminan emas yang menjadi solusi tepat untuk mendapatkan fasilitas kredit dengan cara cepat, mudah dan murah.

5) KREASI (Kredit Mikro Pegadaian)

Adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada usaha kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia. Sistem fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga masih bisa digunakan untuk usaha. KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.

b. Emas

1) MULIA

Adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. MULIA dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

2) Konsinyasi Emas

Konsinyasi emas adalah layanan titip jual emas batangan di Pegadaian sehingga menjadikan investasi emas milik nasabah lebih aman karena di simpan di Pegadaian. Keuntungan dari hasil penjualan emas batangan diberikan kepada nasabah, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.

3) Tabungan Emas

Adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

c. Aneka Jasa

1) Remittance

Adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif, bekerjasama dengan beberapa remiten berskala nasional dan internasional seperti Western Union, Telkom Delima, BNI Smart *Remittance*, dan Mandiri *Remittance*. Pegadaian *Remittance* merupakan solusi terpercaya untuk kirim dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat, dan aman.

2) Multi Payment Online (MPO)

Adalah layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan (listrik, telepon, PDAM), pembelian pulsa, pembelian tiket kereta api, pembayaran premi asuransi BPJS kesehatan, pembayaran Finance, pembayaran TV berlangganan, dll.

3) Pegadaian Mobile

Merupakan Mitra MPO atau Pegadaian Mobile adalah program kemitraan dari Pegadaian dimana nasabah Pegadaian bisa mendapatkan peluang bisnis electronic payment langsung dari smartphone Android yang dimiliki. Pegadaian mobile memanfaatkan aplikasi smartphone untuk berbagai macam transaksi pembayaran sehingga transaksi jadi lebih praktis. Dengan Pegadaian mobile nasabah dapat menjadi agen multi pembayaran online Pegadaian.

4) Pegadaian SDB (Save Deposit Box)

Adalah jasa penyewaan kotak penyimpanan barang atau surat-surat berharga yang dirancang secara khusus. Keamanan barang dan surat berharga terjamin ditempatkan di ruangan khusus yang kokoh, tahan bongkar, dan tahan api.

Bagi yang sering merasa khawatir terhadap keamanan barang berharga yang dimiliki, Anda kini dapat menemukan solusi penyimpanannya melalui produk jasa titipan yang dikeluarkan oleh Pegadaian. Dengan produk ini, Anda dapat menyimpan barang berharga Anda di Pegadaian dengan membayar sewa tempat

Jika mendapatkan kesulitan dalam mengamankan barang berharga di rumah sendiri saat akan keluar kota atau luar negeri, melaksanakan ibadah haji, sekolah di luar negeri, dan kepentingan lainnya. Percayakan barang berharga milik Anda untuk dititipkan di Pegadaian karena keamanan menjadi prioritas kami.

5) Pegadaian *Virtual Account*

Merupakan jasa layanan pembayaran angsuran produk pegadaian menggunakan seluruh fasilitas perbankan yang ada di Indonesia.

6) Pegadaian G-Lab

Adalah laboratorium untuk melakukan pengujian tentang keaslian dan jenis batu permata serta spesifikasi yang berguna untuk kepentingan investasi dan kepastian jual beli batu permata.⁷⁹

B. Penyajian Data

1. Deskriptif Variabel Penelitian

Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga gambaran yang jelas mengenai *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) yang mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk kuesioner atau angket, jumlah item pernyataan berupa 15 butir pernyataan untuk variabel X dan 4 butir pernyataan untuk variabel Y. Jadi jumlah keseluruhan pernyataan berjumlah 19 pernyataan. Kuesioner atau angket yang disebarkan pada responden (nasabah) berisikan pernyataan-pernyataan mengenai *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember dan kepuasan nasabah.

⁷⁹ <http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-gadai.php> (03 Maret 2018 pukul 14:05)

Penelitian ini memberikan alternatif jawaban kepada responden atau nasabah, maka penelitian menggunakan skala *likert* yang memiliki skor 1-5, bobot jawabannya pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skala *likert*

Kode	Keterangan	Skor
SS	(Sangat Setuju)	5
S	(Setuju)	4
KS	(Kurang Setuju)	3
TS	(Tidak Setuju)	2
STS	(Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Data Diolah

a. Karakteristik Responden berdasarkan jenis Kelamin

Responden yang telah diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	35	35 %
Perempuan	65	65%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 3.2 diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 65 orang (65%), sedangkan laki-laki sebanyak 35 orang (35%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan yang menjadi nasabah produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember adalah perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan dari data 100 responden atau nasabah. Maka uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan lama menjadi nasabah dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
<1th	22	22%
1-2 th	27	27%
3-4 th	26	26%
5-6 th	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 3.3 diatas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan lama menjadi nasabah <1 tahun sebanyak 22 orang dengan presentase 22%, responden yang menjadi nasabah 1-2 th sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, responden yang menjadi nasabah 3-4 tahun sebanyak 26 orang atau 26%, dan responden yang menjadi nasabah selama 5-6 tahun adalah sebanyak 25 orang dengan presentase 25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah orang yang telah menjadi nasabah produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember selama 1-2 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan dari data 100 responden atau nasabah. Maka uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SD	3	3%
SMP	8	8%
SMA	50	50%
S1/D3	39	39%
Total	100	100%

Sumber :Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 3.4 diatas menunjukkan bahwa nasabah produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember yang berlatar belakang pendidikan SD adalah sebanyak 3 orang atau 3%, nasabah yang berlatar belakang pendidikan pendidikan SMP adalah sebanyak 8 orang atau 8%, dan SMA sebanyak 50 orang atau 50%, sedangkan nasabah yang berlatar belakang pendidikan pendidikan hingga jenjang D3/S1 adalah sebanyak 39 orang atau 39%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember terbanyak berasal dari lulusan SMA dengan jumlah 50 orang.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan dari data 100 responden atau nasabah. Maka uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	10	10%
Wiraswasta	41	41%
PNS	5	5%
Ibu Rumah Tangga	31	31%
Lainnya	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa 10 orang atau 10% diantaranya merupakan pelajar/ mahasiswa, 41 orang atau 41% merupakan wirswasta, 5 orang atau 5% merupakan PNS, 31 orang atau 31% merupakan Ibu rumah tangga, 13 orang atau 13% merupakan orang yang mempunyai pekerjaan dalam kategori lainnya .

Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yang menjadi nasabah produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember merupakan nasabah yang berlatar belakang pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 41 orang.

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *product moment* yang dibantu dengan aplikasi SPSS versi 24 dengan kriteria, Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (5% ; 30-2) atau r tabel sebesar 0,361, maka kuesioner dinyatakan valid. Sebaliknya koefisien korelasi *product moment* < r-tabel (5% ; 30-2) atau r tabel sebesar 0,361 maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Adapun nilai hasil uji validitas instrument penelitian disajikan dalam table berikut ini :

Tabel 3.6 Nilai Hasil Uji Validitas

Uji Validitas <i>Service Convenience</i> (X)			
Pernyataan	Koefisien korelasi <i>product moment</i>	R-tabel	Keterangan
DC_1	0,628	0,361	Valid
DC_2	0,718	0,361	Valid
AC_1	0,684	0,361	Valid
AC_2	0,548	0,361	Valid
AC_3	0,580	0,361	Valid
TC_1	0,523	0,361	Valid
TC_2	0,619	0,361	Valid
TC_3	0,770	0,361	Valid
TC_4	0,791	0,361	Valid
BC_1	0,539	0,361	Valid
BC_2	0,755	0,361	Valid
BC_3	0,615	0,361	Valid
PC_1	0,525	0,361	Valid
PC_2	0,814	0,361	Valid

PC_3	0,693	0,361	Valid
Uji Validitas Kepuasan Nasabah(Y)			
Y1	0,638	0,361	Valid
Y2	0,841	0,361	Valid
Y3	0,853	0,361	Valid
Y4	0,800	0,361	Valid

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan keterangan dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa uji validitas di katakan valid apabila koefisien korelasi *product moment* > r-tabel yakni sebesar 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 19 butir pernyataan diatas adalah valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Program SPSS 24 memberikan fasilitas untuk menguji reliabilitas yaitu dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu instrument penelitian dikatakan reliable bila koefisien reliabilitas > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas instrument *service convenience* dan kepuasan nasabah disajikan dalam tabel

berikut ini :

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	15

Sumber: Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 3.7 di atas nilai koefisien reliabilitas

0,898 > 0,60, maka instrument *service convenience* dinyatakan reliable.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	4

Sumber: Data Diolah SPSS

Berdasarkan table 3.8 di atas nilai koefisien reliabilitas 0,782 > 0,60, maka instrument kepuasan nasabah dinyatakan reliable.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan model regresi yang baik, maka harus terbebas dari penyimpangan data yang diantaranya adalah terhindar dari adanya normalitas, heteroskedastisitas dan autokolerasi.

a. Uji Normalitas

Menurut Santoso dalam buku Asnawi dan Masyhuri uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent* atau keduanya mempunyai distribusi normal atukah tidak. Model regresi baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Salah satu cara untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik non parametrik *kolmogorov-smirnov* yang merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif.

Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika nilai Sig. >alpha.

Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS versi 24

Tabel 3.9
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99493668
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.037
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel di atas terdapat nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,068 dan diperoleh nilai Sig.= 0,200>0,05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Sehingga layak digunakan untuk memprediksi pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaiknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut

homoskedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah homoskedastisitas.

Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode Glejser yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig.} > \alpha$), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 24.

Tabel 3.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.984	.981		1.003	.319
	Service Convenience	.002	.016	.010	.098	.923

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini karena $\text{Sig.} > \alpha$. Variabel *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap absolute residual sebesar $0,923 > 0,05$. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kausal atau variabel bebas terhadap satu variabel tergantung (terikat). Hasil yang diperoleh dari perhitungan analisis regresi linear sederhana tampak pada tabel berikut:

Tabel 3.11
Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.149	1.626		.706	.482
	Service Convenience	.240	.026	.679	9.153	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS

Dari hasil diatas dapat dilihat model regresi sederhana dimana

$Y = a+Bx$ berdasarkan hasil perhitungan maka persamaan sebagai berikut

$$Y = 1,149 + 0,240X.$$

dimana:

$$a = 1,149$$

$$B = 0,240$$

Tingkat signifikan = 0,000 dengan ketentuan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 1,149 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai variabel *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) atau di anggap sama dengan nol, maka nilai variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 1,149.

- b. Koefisien regresi variabel X sebesar 0,240 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman), maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,240.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Hasil yang diperoleh dari perhitungan analisis regresi linear sederhana tampak pada tabel berikut:

Tabel 3.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.455	1.36756

a. Predictors: (Constant), Service Convenience

Sumber: Data Diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan output yang diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,455. Sehingga dalam hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah mampu dijelaskan oleh variabel *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) sebesar 45,5%. Sedangkan sisanya (100% - 45,5% = 54,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Signifikansi T (Parsial)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Statistik uji yang digunakan pada pengujian parsial adalah uji t, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

- a. H_a : Ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan.
- b. H_o : Tidak ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan.

Tabel 3.13
Hasil Uji Signifikansi T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.149	1.626		.706	.482
	Service Convenience	.240	.026	.679	9.153	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Maka berdasarkan Hasil uji T (parsial) yang diperoleh dari SPSS diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember, ditunjukkan dengan hasil perhitungan t tabel, yang ditentukan dengan derajat kebebasan $df = n - k$, dimana signifikansi 0,05 atau 5%; $n=100$; $k=2$, sehingga besar df adalah $100-2= 98$ dan

didapat nilai t tabel sebesar 1,664. Untuk perhitungan t hitung sebesar 9,153. Maka, nilai t hitung > t tabel atau $9,153 > 1,664$. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan oleh variabel *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan diterima.

D. Pembahasan

1. Pengaruh *Service Convenience* Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS, dimana ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) adalah 0,000. Karena nilai signifikansinya di bawah 0,05, maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember secara signifikan diterima.

Service convenience adalah konseptualisasi terbaik dalam aktivitas konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa, yang merupakan evaluasi terhadap kemudahan yang dipandang penting bagi konsumen

dalam tahapan pengalaman penggunaan jasa. *Service convenience* berpengaruh terhadap evaluasi keseluruhan pelanggan terhadap jasa, diantaranya kepuasan pelanggan/nasabah. Sehingga apabila konsumen meyakini bahwa penyedia jasa memiliki kendali atas ketidaknyamanan jasa, maka penilaiannya kepuasan akan cenderung negatif.⁸⁰

Berdasarkan interpretasi yang dihasilkan dari nilai SPSS di atas dapat disimpulkan bahwa *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa penilaian responden terhadap *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember positif atau nasabah merasakan kenyamanan, sehingga penilaian terhadap kepuasan nasabah positif.

Hal ini sesuai dengan teori pelayanan menurut Zaini dalam buku Asnawi dan Masyhuri yang menyatakan bahwa dalam menjalankan bisnis, islam memberi tuntutan utamanya saat berinteraksi dengan sesama manusia sebagai *partner* kerja, hendaklah menjalankan bisnis untuk memberikan pelayanan kepada rekan bisnis kita dengan sebaik-baiknya, agar jalinan kerjasama semakin kokoh tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan.⁸¹

⁸⁰ Fandy djiptono, *Pemasaran Jasa*, 74-75.

⁸¹ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi*, 96.

2. Persentase Pengaruh *Service Convenience* Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah

Besarnya pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember adalah sebesar 45,5%. Sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Ini memberikan gambaran bahwa dengan upaya penerapan *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) yang baik maka akan menciptakan kepuasan nasabah yang tinggi pula, karena dalam penelitian ini hanya memasukkan salah satu faktor untuk mengukur kepuasan nasabah yakni *service convenience* yang terdiri dari 5 indikator antara lain, *decision convenience*, *access convenience*, *transaction convenience*, *benefit convenience* dan *postbenefit convenience*.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wanda Pradika tahun 2013, yang menerangkan bahwa *service convenience* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen Mc Donalds Kings dept. store), pengaruh dalam penelitian tersebut adalah sebesar 52,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bella Octariana Faturrachma tahun 2017, juga menerangkan bahwa *service convenience*

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus di Mall Sadang Terminal Square Kota Purwakarta), pengaruh dalam penelitian tersebut yaitu sebesar 47,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. *Service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember.

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS, dimana ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) adalah $0,000 > 0,05$.

2. Besarnya pengaruh *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember adalah sebesar 45,5%. Sedangkan sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

B. Saran

Penelitian ini merupakan penelitian yang terbatas, sehingga jika ada penelitian yang baru maka akan menunjukkan hasil yang berbeda pula. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) yang memiliki 5 indikator, yaitu *decision*

convenience, access convenience, transaction convenience, benefit convenience dan postbenefit convenience berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember sebesar 45,5%. Akan tetapi masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, seperti faktor internal yang berasal dari perilaku konsumen itu sendiri. Oleh karena itu disarankan untuk sebaiknya dilakukan perbaikan-perbaikan secara menyeluruh terhadap *service convenience* pada produk KCA (Kredit Cepat Aman) serta melakukan penelitian kembali agar memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alma, Buchori. 2014. *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arbi, Syarif. 2013. *Perbankan Keuangan Pembiayaan Lembaga*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. 2002. *Understanding Service Convenience*. *Journal of Marketing*. Vol 66. 1-17.
- Cannon, P. Joseph. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daniel, Pricilla Jianette. 2015. "Pengaruh Service Convenience dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction", *Jurnal Ilmiah Universitas Surabaya*. Vol.4 No.2. Surabaya: Universitas Surabaya
- Djiptono, Fandy. 2015. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andy Yogyakarta.
- Faturrachma, Octariana Bella. 2017. "Pengaruh Service Convenience Terhadap Kepuasan Pelanggan". Bandung: Politeknik Negeri Bandung
- Henky Latan. 2013. *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- <http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-gadai.php>
- Kasmir. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- _____. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kandou, "Lidya Yunita. 2012. "Pengaruh Knowledge Management, Skill Dan Attitude Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Bank Sulutgo

- Kantor Pusat Di Manado)”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol 16 No.1. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado
- Kotler, Phillip dan Lane, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Indeks.
- Mangani, Silvanita Ktut. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Maulana, Hermawan. 2012. “Service Convenience Pada PT. Bank Kesejahteraan Ekonomi (Survey Pada Pegawai Negeri Di Pontianak)”, *Jurnal Mahasiswa Manajemen*. Vol 1 No.1. Pontianak : Universitas Tanjungpura
- Mpinganjira, Mercy. 2015. *Online Store Service Convenience, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions: A Focus on Utilitarian Oriented Shoppers*. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. Vol. 7. 36-49.
- Muhammad, Abdulkadir dan Murniati, Rilda. 2000. *Segi Hukum Lembaga Keuangan Dan Pembiayaan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Nasution. 2011. *Metode Research*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nazir. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Penyusun, Tim. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember.
- Pradika, Wanda. 2013. “Pengaruh Service Conveniene Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada konsumen McDonalds Kings Dept. Store)”. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Purwanto. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sangadji, Mamang Etta & Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Schifman, Leon dan Kanuk, Lazar Leslie. 2007. *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. indeks.
- Sekretariat Negara RI. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, Tentang Perbankan Indonesia.
- Seiders, K., Voss, Glenn B., Godfrey, A.L., & Grewal, D. 2007. *SERVCON: Development and Validation of a Multidimensional Service Convenience Scale*. *Journal of the Academic Marketing Science*. Vol 35. 144-156.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Kencana.

- Sugiyono. 2010 *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2014. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyatik. 2015. “Pelayanan Costumer Service (CS) PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Jember Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Terhadap Nasabah”. Jember : IAIN Jember
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan*. Yogyakarta: CV Andi
- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CPAS.
- Suryana, Harta Teddy. 2014. “Pengaruh Service Convenience Dalam Bentuk ATM Drive Thru Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI”. Bogor: Institut Pertanian Bogor



MATRIX PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
<p>Pengaruh Service Convenience Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember</p>	<p>1. <i>Service Convenience</i> (X)</p> <p>2. Kepuasan Nasabah (Y)</p>	<p>1. <i>Decision convenience</i></p> <p>2. <i>Access convenience</i></p> <p>3. <i>Transaction convenience</i></p> <p>4. <i>Benefit convenience</i></p> <p>5. <i>Postbenefit convenience</i></p> <p>1. Minat beli ulang</p> <p>2. Kesiediaan untuk merekomendasikan</p>	<p>1. Primer :</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Angket</p> <p>2. Sekunder :</p> <p>a. Kepustakaan</p> <p>b. Dokumentasi</p> <p>c. Internet</p>	<p>1. Pendekatan kuantitatif</p> <p>2. Penentuan Sampel: menggunakan teknik <i>sampling purposive</i></p> <p>3. Metode Pengumpulan Data:</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Angket</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>4. Metode Analisis Data:</p> <p>a. Uji Instrument Penelitian</p> <p>b. Uji asumsi Klasik</p> <p>c. Analisis Regresi linier sederhana</p> <p>d. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Apakah <i>Service Convenience</i> Pada Produk KCA(Kredit Cepat Aman) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember?</p> <p>2. Seberapa Besar Pengaruh <i>Service Convenience</i> Pada Produk KCA(Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember ?</p>

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Fadilah

NIM : 083143194

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Convenience* Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember” adalah hasil penelitian karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Jember, 14 Mei 2018



Nurul Fadilah
NIM. 083143194



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B-494/In.20/7.a/PP.00.9/2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto
di-
TEMPAT

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Nurul Fadilah
NIM : 083143194
Semester : VIII (delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 081249152076
Dosen Pembimbing : Daru Anondo, SE., M.Si
NIP : 19750303 200901 1 009
Judul Penelitian : Pengaruh *Service Convenience* Pada Produk KCA (Kredit Cepat Aman) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Jember, 07 Maret 2018

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhm, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002



Pegadaian

Nomor : 82 /12.00759.05/2018
Lampiran : 1 (satu) berkas
Urgensi : S

Jember , 11 Maret 2018

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas/Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
di –
Jember

Hal : Ijin Pelaksanaan Penelitian

Dengan hormat

Sehubungan dengan surat saudara nomor : B-275/In.20/7/PP.00.9/03/2018 tanggal 07 Maret 2018 perihal seperti tersebut pada pokok surat, serta beberapa proposal yang di tujukan ke PT Pegadaian (Persero) Deputy Bisnis Jember, dengan ini diberitahukan hal-hal sebagai berikut :

1. Diberikan Ijin kepada Saudara Nurul Fadilah NIM: 083143194 Program Jurusan Ekonomi Islam untuk melaksanakan Penelitian di PT. PEGADAIAN (Persero) Cabang Tegalboto,
2. Praktek kerja lapangan (PKL)/Penelitian hanya dapat dilaksanakan maksima 1 (satu) bulan, dan akan dimulai terhitung mulai tanggal 11 Maret 2018 sampai dengan tanggal 31 Maret 2018.
3. Sebelum melakukan kegiatan Penelitian, kepada mahasiswa diwajibkan untuk melakukan transaksi produk yang memungkinkan dan dilampirkan pada surat pengajuan permohonan.
4. Selama melakukan kegiatan Penelitian, peserta wajib mematuhi peraturan/tata tertib yang berlaku di PT. Pegadaian (Persero).
5. Laporan hasil kegiatan PKL/Penelitian hanya digunakan untuk memenuhi syarat kurikulum, tidak untuk dipublikasikan atau untuk kepentingan lain dan dikirim 1 (satu) eksemplar ke Kantor Area Jember Jl. Syamanhudi No.47 Kaliwates - Jember
6. Seterima surat ini kepada yang bersangkutan agar segera menghadap Pemimpin Cabang dimana dilaksanakannya kegiatan PKL/Penelitian untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut.

Demikian untuk diketahui dan digunakan sebagaimana mestinya.

PT PEGADAIAN (Persero)
Deputy Bisnis Area Jember


Pegadaian
EDWIN S INKIRIWANG
NIK.P.80109

Revisi :

1. Pemimpin Cabang PT PEGADAIAN (Persero) Cabang Tegalboto
2. Siswa yang bersangkutan.

PT PEGADAIAN (PERSERO) –
JALAN SAMANHUDI NO.47
KALIWATES – JEMBER

TELP : 0331 – 487476
FAX : 0331 – 187476

KANTOR DEPUTY BIDANG BISNIS AREA JEMBER
www.pegadaian.co.id
deputybisnis.jember@pegadaian.co.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 099/14200.00/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- Nama : AGUNG ARRI PRABOWO
- NIK : P.79000
- JABATAN : PEMIMPIN CABANG
- SATUAN ORGANISASI : PT.PEGADAIAN (Persero) CABANG TEGALBOTO

Dengan ini menerangkan bahwa :

1. Nama : NURUL FADILAH
NIM : 083143194
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MAHASISWI : IAIN JEMBER

Pada tanggal 14 MARET 2018 sampai dengan 07 APRIL 2018 telah selesai melaksanakan Penelitian di Kantor Cabang PT.PEGADAIAN (Persero) TEGALBOTO .

Demikian surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 APRIL 2018

PT.PEGADAIAN (Persero) Tegalboto
Pemimpin Cabang










AGUNG ARRI PRABOWO

NIK.P79000

PT.PEGADAIAN (Persero) – Kantor Cabang Tegalboto

Kalimantan No.84 ,Sumbersari – Jember , Telp/Fax : 0331-337356

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG TEGAL BOTO**

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1	07 Maret 2018	Penyerahan surat izin penelitian kepada PT. Pegadaian Persero Cabang Tegal Boto dan mendapat izin penelitian	
2	09 Maret 2018	Menembusi Deputy Bisnis Area Jember untuk memohon surat pengantar izin penelitian	
3	14 Maret 2018	Menghadap pimpinan Cabang Tegal Boto untuk konfirmasi surat izin penelitian dari Deputy Bisnis Area Jember	
4	16 Maret 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
5	19 Maret 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
6	21 Maret 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
7	23 Maret 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
8	24 Maret 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
9	28 Maret 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
10	02-07 April 2018	Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)	
11	25 April 2018	Memohon surat selesai penelitian	

Jember, 25 April 2018

Mengetahui,

PT. Pegadaian (Persero) Cabang
Tegal Boto



Pegadaian
LPC, Kalbar


AGUNG ARRI PRABOWO

NIK. P79000

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *SERVICE CONVENIENCE* PADA PRODUK KCA (KREDIT CEPAT AMAN) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG TEGALBOTO JEMBER

Identitas Responden:

Nama :(Boleh tidak diisi)

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah produk KCA (Kredit Cepat Aman) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tegalboto Jember:
 - a. <1 tahun
 - b. 1-2 tahun
 - c. 3-4 tahun
 - d. 5-6 tahun
3. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. S1/D3
4. Pekerjaan :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. PNS
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Lainnya.....

Berikan tanda () pada kolom yang anda pilih !

Keterangan :

SS : Sangat Setuju KS : Kurang Setuju STS: Sangat Tidak Setuju
S : Setuju TS : Tidak Setuju

Variabel *Service Convenience* (X)

No	Indikator Variabel <i>Service Convenience</i>	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
Decision Convenience (Kenyamanan Keputusan)						
1.	Informasi produk KCA (Kredit Cepat Aman) mudah didapat					
2.	Anda mudah memutuskan menjadi nasabah produk KCA dengan cepat					

No	<i>Access Convenience (Kenyamanan Akses)</i>	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Mudah berinteraksi dan mendapatkan pelayanan produk KCA pada saat jam kerja					
2.	Mudah berkomunikasi melalui telepon					
3.	Lokasi Pegadaian Tegalboto dapat dijangkau dengan cepat					
<i>Transaction Convenience (Kenyamanan Bertransaksi)</i>						
1.	Biaya transaksi produk KCA murah					
2.	Mudah ketika bertransaksi produk KCA melalui online					
3.	Transaksi gadai produk KCA aman					
4.	Proses transaksi permohonan produk KCA cepat					
<i>Benefit Convenience (Kenyamanan Manfaat)</i>						
1.	Mudah memperoleh pinjaman produk KCA dalam waktu singkat.					
2.	Kemudahan persyaratan administrasi produk KCA					
3.	Jangka waktu pembayaran produk KCA sudah tepat.					
<i>Postbenefit Convenience (Kenyamanan Setelah Merasakan Manfaat)</i>						
1.	Produk KCA menjadi alternatif ketika membutuhkan dana mendesak					
2.	Persyaratan administrasi produk KCA lebih mudah saat anda ingin melakukan gadai kembali					
3.	Mudah bernegosiasi untuk mendapatkan gadai produk KCA yang maksimal, dari nilai gadai yang ditentukan penaksir.					

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Indikator Variabel Kepuasan Nasabah	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
Minat Beli Ulang						
1.	Saya akan menggunakan produk KCA kembali dikemudian hari					
2.	Saya tidak terpengaruh dengan produk gadai selain KCA					
Kesediaan Untuk Merekomendasikan						
3.	Saya akan merekomendasikan produk KCA kepada teman dan sanak famili					
4.	Saya akan merekomendasikan produk KCA kepada orang lain					

No. Resp	Jenis Kelamin															SKOR
		DC 1	DC 2	AC 1	AC 2	AC 3	TC 1	TC 2	TC 3	TC 4	BC 1	BC 2	BC 3	PC 1	PC 2	
resp 1	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	63
resp 2	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	59
resp 3	1	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	65
resp 4	2	5	5	4	3	5	4	3	4	5	2	5	4	5	5	64
resp 5	1	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	71
resp 6	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 7	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 8	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	55
resp 9	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
resp 10	2	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	70
resp 11	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	62
resp 12	2	5	4	4	2	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	64
resp 13	1	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	68
resp 14	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	67
resp 15	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
resp 16	1	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	69
resp 17	1	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	65
resp 18	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	59
resp 19	1	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	61
resp 20	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
resp 21	2	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	58
resp 22	2	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	5	64
resp 23	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	67
resp 24	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
resp 25	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 26	1	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	51
resp 27	2	5	5	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	68
resp 28	1	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	72
resp 29	2	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4	3	3	5	3	52
resp 30	2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	65
resp 31	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
resp 32	2	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	68
resp 33	2	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	66
resp 34	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	71
resp 35	1	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	67
resp 36	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
resp 37	1	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 38	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 39	1	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	56
resp 40	1	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	68
resp 41	1	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 42	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
resp 43	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 44	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58
resp 45	2	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	64
resp 46	2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	62
resp 47	1	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	68
resp 48	1	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	57
resp 49	2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	65
resp 50	2	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	67
resp 51	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	5	4	56

VARIABEL Y				
Y1	Y2	Y3	Y4	SKOR
4	4	4	4	16
4	3	3	2	12
4	4	4	4	16
5	3	5	3	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	4	4	2	15
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
5	4	5	4	18
5	5	5	3	18
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	2	3	4	13
5	5	5	5	20
4	3	3	2	12
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
5	4	4	4	17
4	5	5	3	17
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16

resp 52	2	5	4	4	3	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	61
resp 53	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	60
resp 54	1	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
resp 55	2	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	70
resp 56	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	59
resp 57	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	61
resp 58	2	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	60
resp 59	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	61
resp 60	1	4	4	4	3	5	1	5	4	4	5	5	4	5	4	1	58
resp 61	1	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	56
resp 62	2	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	61
resp 63	2	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	65
resp 64	2	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	3	57
resp 65	1	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	3	62
resp 66	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	61
resp 67	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	63
resp 68	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	72
resp 69	2	4	4	4	4	3	2	4	1	4	3	4	4	4	4	4	53
resp 70	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58
resp 71	2	4	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	54
resp 72	2	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	59
resp 73	2	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	5	5	4	60
resp 74	1	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	53
resp 75	2	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	59
resp 76	2	4	3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	66
resp 77	2	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	57
resp 78	2	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	57
resp 79	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	56
resp 80	2	4	4	5	4	5	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	67
resp 81	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	64
resp 82	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
resp 83	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	57
resp 84	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59
resp 85	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	56
resp 86	1	5	4	3	3	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	3	61
resp 87	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
resp 88	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	56
resp 89	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
resp 90	1	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	52
resp 91	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	60
resp 92	1	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	62
resp 93	2	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	3	66
resp 94	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
resp 95	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57
resp 96	2	4	3	3	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	59
resp 97	2	5	5	3	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	66
resp 98	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
resp 99	1	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	65
resp 100	2	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	62
JUMLAH	433	409	407	383	436	382	370	413	429	424	423	400	444	426	398		

5	4	2	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	3	2	3	12
4	3	2	4	13
4	4	5	5	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	3	3	2	13
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	3	3	3	14
4	5	4	3	16
4	3	4	3	14
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15
5	4	4	3	16
4	4	4	3	15
3	4	3	3	13
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	3	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
432	399	392	375	

OUTPUT SPSS BERDASARKAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistics					
		Jenis Kelamin	Lama Menjadi Nasabah	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama Menjadi Nasabah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 tahun	22	22.0	22.0	22.0
	1-2 tahun	27	27.0	27.0	49.0
	3-4 tahun	26	26.0	26.0	75.0
	5-6 tahun	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	3.0	3.0	3.0
	SMP	8	8.0	8.0	11.0
	SMA	50	50.0	50.0	61.0
	S1/D3	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	10	10.0	10.0	10.0
	Wiraswasta	41	41.0	41.0	51.0
	PNS	5	5.0	5.0	56.0
	Ibu Rumah Tangga	31	31.0	31.0	87.0
	Lainnya	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TABEL OUTPUT SPSS VERSI 24
Uji Validitas *Service Convenience* (X)

		Correlations															
		DC_1	DC_2	AC_1	AC_2	AC_3	TC_1	TC_2	TC_3	TC_4	BC_1	BC_2	BC_3	PC_1	PC_2	PC_3	SKOR
DC_1	Pearson Correlation	1	0,356	0,327	0,135	.418*	0,230	.437*	0,321	.642**	0,283	.365*	.395*	0,316	.556**	.441*	.628**
	Sig. (2-tailed)		0,053	0,078	0,476	0,021	0,221	0,016	0,084	0,000	0,130	0,048	0,031	0,089	0,001	0,015	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DC_2	Pearson Correlation	0,356	1	.526**	.450*	.443*	0,099	0,235	.620**	.620**	0,243	.646**	0,286	.476**	.635**	.584**	.718**
	Sig. (2-tailed)	0,053		0,003	0,013	0,014	0,603	0,212	0,000	0,000	0,196	0,000	0,125	0,008	0,000	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
AC_1	Pearson Correlation	0,327	.526**	1	.466**	.420*	.413*	0,301	.531**	.531**	0,312	.490**	.490**	0,218	.565**	0,263	.684**
	Sig. (2-tailed)	0,078	0,003		0,009	0,021	0,023	0,106	0,003	0,003	0,094	0,006	0,006	0,247	0,001	0,159	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
AC_2	Pearson Correlation	0,135	.450*	.466**	1	0,249	0,258	0,233	.494**	0,311	0,344	0,182	0,186	.403*	.372*	0,282	.548**
	Sig. (2-tailed)	0,476	0,013	0,009		0,185	0,168	0,216	0,005	0,094	0,063	0,336	0,325	0,027	0,043	0,131	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
AC_3	Pearson Correlation	.418*	.443*	.420*	0,249	1	.424*	0,204	0,340	0,340	0,271	0,276	.381*	0,232	0,356	.471**	.580**
	Sig. (2-tailed)	0,021	0,014	0,021	0,185		0,019	0,280	0,066	0,066	0,148	0,140	0,038	0,218	0,054	0,009	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TC_1	Pearson Correlation	0,230	0,099	.413*	0,258	.424*	1	.556**	0,218	0,296	0,174	0,310	0,173	-0,005	.413*	0,267	.523**

	Sig. (2-tailed)	0,221	0,603	0,023	0,168	0,019		0,001	0,246	0,112	0,358	0,095	0,361	0,979	0,023	0,154	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TC_2	Pearson Correlation	.437*	0,235	0,301	0,233	0,204	.556**	1	0,311	0,311	.399	.483**	.451*	0,053	0,308	.402*	.619**
	Sig. (2-tailed)	0,016	0,212	0,106	0,216	0,280	0,001		0,095	0,095	0,029	0,007	0,012	0,779	0,098	0,028	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TC_3	Pearson Correlation	0,321	.620**	.531**	.494**	0,340	0,218	0,311	1	.674**	.459*	.741**	.361*	.471**	.657**	.458*	.770**
	Sig. (2-tailed)	0,084	0,000	0,003	0,005	0,066	0,246	0,095		0,000	0,011	0,000	0,050	0,009	0,000	0,011	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TC_4	Pearson Correlation	.642**	.620**	.531**	0,311	0,340	0,296	0,311	.674**	1	0,172	.556**	.361*	.579**	.863**	.657**	.791**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,003	0,094	0,066	0,112	0,095	0,000		0,363	0,001	0,050	0,001	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BC_1	Pearson Correlation	0,283	0,243	0,312	0,344	0,271	0,174	.399*	.459*	0,172	1	0,353	.477**	0,214	0,235	0,269	.539**
	Sig. (2-tailed)	0,130	0,196	0,094	0,063	0,148	0,358	0,029	0,011	0,363		0,055	0,008	0,256	0,211	0,151	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BC_2	Pearson Correlation	.365*	.646**	.490**	0,182	0,276	0,310	.483**	.741**	.556**	0,353	1	.513**	0,304	.700**	.453*	.755**
	Sig. (2-tailed)	0,048	0,000	0,006	0,336	0,140	0,095	0,007	0,000	0,001	0,055		0,004	0,102	0,000	0,012	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BC_3	Pearson Correlation	.395*	0,286	.490**	0,186	.381	0,173	.451*	.361*	.361*	.477**	.513**	1	0,316	.398	0,257	.615**
	Sig. (2-tailed)	0,031	0,125	0,006	0,325	0,038	0,361	0,012	0,050	0,050	0,008	0,004		0,088	0,029	0,170	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PC_1	Pearson Correlation	0,316	.476**	0,218	.403*	0,232	-0,005	0,053	.471**	.579**	0,214	0,304	0,316	1	.385*	.379*	.525**

	Sig. (2-tailed)	0,089	0,008	0,247	0,027	0,218	0,979	0,779	0,009	0,001	0,256	0,102	0,088		0,036	0,039	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PC_2	Pearson Correlation	.556**	.635**	.565**	.372*	0,356	.413*	0,308	.657**	.863**	0,235	.700**	.398*	.385*	1	.630**	.814**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,001	0,043	0,054	0,023	0,098	0,000	0,000	0,211	0,000	0,029	0,036		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PC_3	Pearson Correlation	.441*	.584**	0,263	0,282	.471**	0,267	.402*	.458*	.657**	0,269	.453*	0,257	.379*	.630**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,001	0,159	0,131	0,009	0,154	0,028	0,011	0,000	0,151	0,012	0,170	0,039	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SKOR	Pearson Correlation	.628**	.718**	.684**	.548**	.580**	.523**	.619**	.770**	.791**	.539**	.755**	.615**	.525**	.814**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,002	0,001	0,003	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

IAIN JEMBER

Uji Reliabilitas *Service Convenience* (X)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	15

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DC_1	59.1333	31.913	.565	.892
DC_2	59.4667	31.154	.664	.888
AC_1	59.4667	32.326	.640	.891
AC_2	59.6667	31.954	.462	.896
AC_3	59.2000	32.648	.520	.894
TC_1	59.7000	31.597	.417	.900
TC_2	59.9000	30.438	.523	.896
TC_3	59.2333	31.013	.728	.886
TC_4	59.2333	30.875	.751	.885
BC_1	59.3667	32.171	.457	.896
BC_2	59.3000	30.355	.701	.886
BC_3	59.4333	31.771	.545	.893
PC_1	59.1667	32.626	.451	.896
PC_2	59.3333	30.437	.776	.884
PC_3	59.2667	31.168	.633	.889

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	SKOR
Y1	Pearson Correlation	1	.405*	.571**	.280	.643**
	Sig. (2-tailed)		.026	.001	.135	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.405*	1	.655**	.553**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.026		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.571**	.655**	1	.504**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.005	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.280	.553**	.504**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.135	.002	.005		.000
	N	30	30	30	30	30
SKOR	Pearson Correlation	.643**	.836**	.851**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						



Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	11.9000	3.679	.480	.785
Y2	12.2667	2.754	.688	.677
Y3	12.1333	2.740	.717	.663
Y4	12.5000	2.466	.550	.778

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99493668
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.037
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.984	.981		1.003	.319
	Service Convenience	.002	.016	.010	.098	.923

a. Dependent Variable: RES_2

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.149	1.626		.706	.482
	Service Convenience	.240	.026	.679	9.153	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679a	.461	.455	1.36756

a. Predictors: (Constant), Service Convenience

IAIN JEMBER

Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.149	1.626		.706	.482
	Service Convenience	.240	.026	.679	9.153	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

$df = 1 - 200$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution," Biometrika, Vol. 32, (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustees.



Pegadaian

Mengatasi Masalah Tanpa Masalah!

- PEMBIAYAAN
Lunak & Murah
- EMAS
- ANEKA JASA



KCA

(Kredit Cepat dan Aman)

KCA adalah kredit dengan sistem gadai untuk semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif.

- *Agunan berupa perhiasan emas, Berlian, Mobil, Motor, Laptop, HP, Elektronik dll.*
- *Pinjaman bisa sampai diatas Rp. 200 juta*
- *Jangka waktu pinjaman 120 hari dan bisa diperpanjang atau dicicil.*
- *Pinjaman tunai, tidak perlu buka rekening.*
- *Tarif sewa modal dihitung per 15 hari*
- *Aman diasuransikan*
- *Proses cepat 15 menit*
- *Dana sudah bisa cair.*

FORMULIR PERMINTAAN PEGADAIAN KCA

No 0742229

No 0742229

Nomor CIF

Identitas Yang Dipakai KTP SIM Paspor

Nomor KTP/SIM/PASPOR

Nama Lengkap

Asal Barang Hasil Usaha Hasil Investasi Pinjaman Hibah
 Warisan

Status Transaksi Untuk diri sendiri Untuk orang lain (melengkapi form BO)

Tujuan Transaksi Usaha/Modal Kerja Investasi Pembelian barang /jasa
 Hajatan/Upacara Biaya Pendidikan Lain-lain

Instrumen Pembayaran Tunai Bank (nama rekening orang lain melengkapi form BO)

Produk/Jangka Waktu Yang Diinginkan KCA (Max 120 hari) Gadai Fleksi
 15 hari 180 hari
 30 hari 270 hari
 45 hari 360 hari

Pengambilan Uang Kelebihan Dikirimkan lewat wesel/Bank Datang Sendiri

Jika Terlelang Bank & No. Rekening :

Barang jaminan yang diserahkan :

Nama Singkat

Barang yang diserahkan

Petugas Penerima BJ

Tgl _____ Nasabah

() ()

NO. SBK	Keterangan (diisi oleh petugas)	Penaksir 1 Taks. Rp UP Rp
		KPT I Taks. Rp UP Rp
		KPT II Taks. Rp UP Rp

Tanggal,

Golongan	Penaksir I	Penaksir Validatur		
		KPT 1	KPT 2	KPT 3
	()	()	()	()

Catatan untuk pencetakan dan penggunaan

1) Nomor pada FPK harus dicetak sebagai alat verifikasi antara kita yang diserahkan ke nasabah dengan nomor FPK yang dipegang Penaksir

2) Jika pada saat CIF muncul alamat atau informasi nasabah lainnya tidak sama dengan alamat terakiri yang diisi oleh nasabah maka Formulir Prinsip Mengenai Nasabah (FPMN) harus diupdate, nasabah diminta untuk mengisi kembali FPMN (sesuai dengan Perdir No. 11/KEU/2013 tgl. 17 Juli 2013). Lampiran Kartu identitas yang baru.

 Pegadalan		CABANG/UNIT: CP TEGALBOTO Telp. 0331337336	
SURAT BUKTI KREDIT		NO: 14200-17-01-002274-1	
NOMOR CIF: 1007657894 NAMA: EJJA ALITH REKKA SILLA ALAMAT: JL BELITUNG NO 17 RT/RW: 004/017 KODEROS. 68121 SUMBERSARI	TANGGAL KREDIT: 31-03-2017 TANGGAL JATUH TEMPO: 28-07-2017	PERHATIAN 1. Tarif Sewa Modal per 10 hari untuk 1 hari s.d 10 hari adalah sama dengan 10 hari. 2. Sewa Modal dihitung sejak tanggal kredit sampai dengan tanggal pelunasan, kecuali diizinkan ke atas dengan surat No. 700. 3. Jangka waktu kredit maksimum 120 hari. Kredit dapat diperpanjang atau diperpanjang ulang pada, mengakhiri yang pinjaman, dan bisa tambah ulang pinjaman sampai dengan tanggal jatuh tempo. 4. Bila transaksi penunasan dan pembelian kredit dilakukan oleh NASABAH di Cabang/Unit Pegadalan Online atau tempat lain yang ditunjuk oleh PT PEGADALAN (Persero), maka NASABAH wajib menyerahkan nota transaksi (struk) sebagai addendum perjanjian dan Surat Bukti Kredit ini. 5. Terhadap pembelian kredit untuk tanggal jatuh tempo, tanggal ulang dan besaran ulang pinjaman berdasarkan dalam nota transaksi (struk). 6. Penunasan pembelian ulang dapat diayak sebelum jatuh tempo dengan mengisi formulir yang telah disediakan. Penunasan ulang diberikan biaya sesuai ketentuan yang berlaku di Pegadalan. 7. Penunasan barang jaminan harus menyerahkan Surat Bukti Kredit asli dan menyerahkan kartu jaminan (KTP-BK). 8. Surat Bukti Kredit dan nota transaksi (struk) harus disimpan dengan baik. Jika hilang harus melapor ke Cabang/Unit Pegadalan penunah Surat Bukti Kredit. 9. NASABAH wajib menandatangani perjanjian yang ada di Surat Bukti Kredit beserta addendumnya.	
KETERANGAN BARANG JAMINAN SATU GELANG MATAH DITAKSIR PERHAIASAN EMAS 16 KARAT BERAT 4.274.0 GRAM 1.444		NOMOR TELHP NASABAH: 1002337511158	
TAKSIRAN UANG PINJAMAN: Rp. 1.341.955,- DENGAN HURUF: SATU JUTA DUA RATUS TIGA PULUH RIBU RUPIAH		RUBRIK TGL KREDIT - BKT TAKSIRAN 31-03-2017 UP 1.341.955 1.230.000	
15 136719750		NASABAH  EJJA ALITH REKKA SILLA	KUASA PEMUTUS TAKSIRAN  NINETH HOLIYO

PERNYATAAN SADAU UANG OTOMATIS

Saya setuju menggunakan layanan Gadau Uang Otomatis sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada PT PEGADALAN (Persero)

(Nasabah)

PEMBERIAN KUASA

Pada tanggal: _____

Dengan ini saya memberikan kuasa untuk Uang Gadau / Mata Denda Uang Pinjaman / Akonpon Uang Pinjaman / Penundaan Ulang / Pelunasan dan Menambah barang jaminan / Pengembalian barang jaminan kepada:

Nama: _____

Alamat: _____

No. KTP: _____

Penerima Kuasa: Penerima Kuasa

BUKTI PENYERAHAN BARANG JAMINAN / UANG KELEBIHAN



Nasabah / Penerima Kuasa

Perjanjian Uang Pinjaman Dengan Jaminan Gadau

Kami yang bertandatangan dibawah ini Surat Bukti Kredit (SK) ini, yaitu PT PEGADALAN (Persero) dan Nasabah (pemilik barang jaminan atau kuasa dari pemilik barang jaminan), kepada, menandatangani perjanjian sebagai berikut:

- Nasabah menerima dan setuju terhadap utang barang jaminan, sedangkan besarnya Taksiran Barang Jaminan, Uang Pinjaman, Tarif Sewa Modal dan Biaya Administrasi sebagaimana yang terdapat pada Surat Bukti Kredit (SK) atau Nota Transaksi (struk) dan sebagai tanda bukti yang sah peninjauan Uang Pinjaman.
- Barang yang dijaminkan sebagai jaminan adalah EMAS Nasabah beserta kepemilikan sebagaimana pada SKT dan Perjanjian bukan berasal dari hasil penjualan, nilai tidak cukup sebagai jaminan atau jaminan.
- Nasabah menyetujui bahwa utang kepada PT PEGADALAN (Persero) dan penerima kuasa untuk membayar Uang Pinjaman ditambah Sewa Modal sebesar Tarif Sewa Modal yang berlaku di PT PEGADALAN (Persero) dan biaya proses lelang (bila ada).
- PT PEGADALAN (Persero) dan penerima kuasa untuk membayar utang barang jaminan yang berlaku dalam perjanjian PT PEGADALAN (Persero) mengalami perubahan atau tidak yang tidak didasarkan oleh suatu keputusan yang sah Mahkamah yang diberikan pembatalan. Saat itu diberikan sebuah diperhitung dengan Uang Pinjaman dan Sewa Modal, untuk seluruh perjanjian yang berlaku di PT PEGADALAN (Persero).
- Nasabah setuju untuk mengadopsi Gadau, Gadau Uang Otomatis, Uang Pinjaman, Uang Pinjaman, dan Penunasan ulang, selama nilai jaminan masih memenuhi syarat dengan memperhatikan biaya Modal dan Biaya Administrasi yang telah akan dibayar. Jika terjadi penunahan ke Tolong Barang jaminan pada saat Uang Gadau atau Uang Gadau Otomatis maka Nasabah wajib menyerahkan Uang Pinjaman atau menambah barang jaminan agar sesuai dengan bloker yang baru.
- Tertidag barang jaminan yang telah dijaminkan dan belum dibayar dan Nasabah, bertanggung jawab sepenuhnya sampai dengan selesai dan tidak dibebaskan jika penjaminan telah selesai dibayarkan dan dibebaskan, barang jaminan tetap belum dibayar, maka Nasabah sanggup dibebaskan jika penjaminan, besaran jasa penjaminan yang dengan ketentuan yang berlaku di PT PEGADALAN (Persero) atau dibebaskan yang tercantum dalam nota transaksi (struk).
- Apabila barang jaminan tidak jatuh tempo tidak dibayarkan Penunahan Ulang, Uang Gadau atau Gadau Uang Otomatis, maka PT PEGADALAN (Persero) berhak melakukan penjualan barang jaminan melalui lelang.
- Kami yang setuju dengan lelang barang jaminan setelah dibayar Uang Pinjaman, Sewa Modal, Biaya Proses Lelang (jika ada) dan Biaya Lelang, merupakan kelebihan yang menjadi hak Nasabah, jika ada, yang diberikan yang kemudian lelang akan dilakukan oleh pihak lain yang telah ditentukan waktu pengembalian yang telah ditentukan, setelah lelang selesai untuk memulainya yang kemudian sebagai tanda kepemilikan sesuai yang pelaksanaan lainnya kepada PT PEGADALAN (Persero) dan penerima kuasa untuk membayar utang barang jaminan, menandatangani perjanjian untuk membayar kelebihan nasabah berupa Uang Pinjaman, Sewa Modal, Biaya Proses Lelang (jika ada) dan Biaya Lelang maka nasabah wajib menyetujui lelang tersebut.
- Nasabah dapat dengan bebas menjual Uang Gadau, Mata Denda Uang Pinjaman, Mengajukan Uang Pinjaman, Penundaan Ulang, Pelunasan dan Menambah barang jaminan dan Menambah barang jaminan, atau dengan menyerahkan kuasa kepada orang lain dengan mengisi dan menandatangani tandatangan pada surat yang terdapat, maka menyerahkan nota KTP nasabah dan, peninjauan kuasa serta menyerahkan nota SKT penjaminan kuasa.
- Nasabah atau Kuasanya ke Menambah Uang Gadau, Mengajukan Uang Pinjaman, dan Pelunasan di seluruh Cabang/Unit Pegadalan Online.
- Nasabah atau Kuasanya ke Kantor Cabang/Unit Penunahan Surat Bukti Kredit untuk hal Menambah Uang Pinjaman, pengembalian barang jaminan dan pengembalian uang kelebihan barang.
- Elektronik Nasabah mengisi formulir dan terdapat hak dan kewajiban kepada PT PEGADALAN (Persero) atau sebaliknya, maka hak dan kewajiban dibebaskan kepada ahli waris Nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam buku Kelembagaan.
- Nasabah yang mengajukan pinjaman Gadau Uang Otomatis menandatangani perjanjian pada formulir yang terdapat.
- Nasabah menyetujui dan menyetujui sebagai penunah yang berlaku di PT PEGADALAN (Persero) sebagai ketentuan yang menyangkut Uang Pinjaman Dengan Jaminan Gadau.
- Apabila terjadi perselisihan mengenai hal atau dibebaskan atau sebaliknya atau tidak dapat tidak tercapai kesepakatan akan diselesaikan melalui Pengadilan Negeri Semarang.

Dengan demikian ini berlaku sebagai perjanjian yang sah dan sah sebagai Surat Bukti Kredit (SK) ini ditandatangani oleh kedua belah pihak pada saat yang terdapat di bagian ini.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)



Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)



Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)



Menyebarkan angket pada nasabah khusus produk KCA (Kredit Cepat Aman)



Bersama dengan Bapak Agung selaku Pimpinan
PT. Pegadaian Cabang Tegalboto



Bersama dengan seluruh karyawan PT. Pegadaian Cabang Tegalboto

BIODATA PENULIS

Nama : Nurul Fadilah

NIM : 083143194

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 08 Desember 1995

Alamat : Dusun Watukebo RT 003 RW 009, Desa Andongsari,
Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember

No. Telepon : 081249152076

Riwayat Pendidikan:

1. SDN Pontang 04
2. SMP Plus Al-Amien Sabrang Ambulu
3. SMK 1 Pancasila Ambulu
4. IAIN Jember



IAIN JEMBER