

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PT.Pegadaian Cabang Salemba Jakarta Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Serlamita Melida¹, Diah Pramestari²

Teknik Industri, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta^{1,2}

E-mail : mserlamita@gmail.com¹, diah.pramestari@upi-yai.ac.id²

ABSTRAK

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang memiliki tingkat standar tertentu yang telah dibentuk oleh suatu perusahaan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Pada PT Pegadaian cabang Salemba mendapat tiga keluhan pada tahun 2020, empat keluhan pada tahun 2021 dan tiga keluhan pada tahun 2022 yaitu jenis layanan. Kualitas pelayanan harus diciptakan oleh suatu perusahaan karena akan memberikan pengaruh dan berdampak kepada konsumen. Sehingga dapat dikatakan memiliki profitabilitas yang baik dalam memberikan suatu pelayanan. Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, mengetahui kualitas pelayanan, dan mengetahui faktor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pegawai PT Pegadaian di CP Salemba. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian non probability sampling dengan cara purposive sampling. Purposive sampling yaitu teknik pengambil sampel dengan cara acak dimana sampel memiliki atribut tertentu. Berdasarkan hasil penelitian, pada metode Customer Satisfaction Index (CSI) dimensi tangible, empathy, reliability, dan responsiveness mendapatkan kriteria puas, sementara dimensi assurance mendapatkan kriteria sangat puas, sedangkan pada metode Importance Performance Analysis (IPA) ada lima yang menjadi prioritas rendah untuk dilakukan perbaikan. Diharapkan untuk Cabang Salemba melakukan perbaikan pada area parkir, mencantumkan kotak saran ataupun media untuk nasabah memberikan kendala yang terlihat oleh nasabah, dan melakukan proses transaksi dengan cepat.

Kata kunci : *Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.*

ABSTRACT

Quality of service is a level of excellence that has a certain standard level that has been formed by a company to meet the expectations and satisfaction of customers. At PT Pegadaian, the Salemba branch received three complaints in 2020, four in 2021, and three in 2022, which is the type of service. Quality of service must be created by a company because it will influence and impact the consumer. So it can be said to have good profitability in providing a service. This research aims to find out the level of customer satisfaction with the quality of the service, know the service quality, and know the factors that are the priority to be improved about quality of service provided by the staff of PT Pegadaian in CP Salemba. This study uses the type of quantitative research with non-probability research method sampling by means of purposive Sampling. Purposive sampling is a random sample technique where a sample has a specific attribute. Based on research's result, Customer Satisfaction Index (CSI) method, tangible dimensions, empathy, reliability, and responsiveness get satisfaction criteria, while assurance dimensions get highly satisfied criteria while Importance Performance Analysis (IPA) method, there are five low priorities for improvement. It is expected that CP Salemba will make improvements to the parking area, sign up suggestions boxes or media for customers to provide visible obstacles to customer behavior, and process transactions quickly.

Keywords: *Quality of service, customer satisfaction, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.*

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang memiliki tingkat standar tertentu yang telah dibentuk oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Hal tersebut harus diciptakan oleh suatu perusahaan karena akan memberikan pengaruh dan berdampak kepada konsumen, baik untuk konsumen lama maupun konsumen baru. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen pada perusahaan (Agustin, Mahadewi, & Azteria, 2022). Pendapat lain menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah besarnya perbedaan yang didapatkan konsumen antara harapan dan kenyataan yang diinginkan dan didapatkan oleh konsumen. Dalam definisi ini tentu kualitas pelayanan akan dinyatakan memuaskan apabila memenuhi harapan konsumen dan mengecewakan apabila tidak memenuhi harapan konsumen. Dengan kemudahan komunikasi dan informasi akan meningkatkan persaingan antara perusahaan sejenis dan berakibat munculnya pergeseran kebutuhan konsumen menjadi pemenuhan harapan untuk mencapai kepuasan konsumennya (Engkur, 2018).

Setiap perusahaan harus memiliki tujuan untuk memperoleh suatu keuntungan dan pencapaian, sehingga dapat dikatakan memiliki profitabilitas yang baik dalam memberikan suatu pelayanan yang memuaskan termasuk di PT Pegadaian. PT Pegadaian memiliki komitmen untuk mewujudkan kepuasan nasabah dan mempertahankan kepuasan tersebut agar terciptanya nasabah yang loyal. Salah satu kepentingan utama bagi Pegadaian adalah nasabah dengan posisinya yang begitu penting (Pegadaian, 2022). Selain menjaga kualitas produk, kepuasan nasabah juga sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Maka dari itu, untuk mewujudkan kepuasan nasabah dan meminimalkan peluang munculnya kekecewaan, Pegadaian menghimbau kepada seluruh insan Perusahaan agar memberikan produk dan layanan terbaik kepada semua nasabah.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang nasabah rasakan, Pegadaian menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance*

Analysis (IPA). Dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dinilai sesuai untuk perusahaan dalam kasus ini karena menyediakan pandangan yang lebih lengkap tentang kepuasan pelanggan, memungkinkan perbaikan yang lebih terarah, meningkatkan efektivitas operasional, memperkuat posisi kompetitif. Penulis mengambil salah satu sampel yakni Pegadaian Cabang Salemba yang merupakan tempat dilakukannya penelitian.

Permasalahan yang ada di PT Pegadaian cabang Salemba adanya pengaduan di portal pengaduan pegadaian di website MONEV (Monitoring dan Evaluasi) pada periode tahun 2020-2022 didapatkan total delapan keluhan. Permasalahan ini bisa diatasi dengan melihat bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai, melihat kualitas pelayanan yang diberikan, dan faktor apa yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan dalam kualitas pelayanannya.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pegawai, untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan, dan untuk mengetahui faktor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan terhadap kualitas pelayanan.

2. LANDASAN TEORI

Kepuasan pelanggan

Keberhasilan suatu pelayanan diukur dari tingkat kepuasan pelanggan. Tercapainya kepuasan pelanggan diperoleh apabila pelanggan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhannya dan yang diharapkannya (Indrasari, 2019). Kepuasan pelanggan adalah ungkapan kesenangan atau kekecewaan yang timbul setelah membandingkan hasil produk dari kinerja dengan hasil produk yang diharapkan pelanggan (Sumarsid & Paryanti, 2022). Pengertian ini dapat diterapkan untuk menilai kepuasan bagi suatu perusahaan tertentu, karena keduanya saling berkaitan dengan konsep kepuasan pelanggan.

Memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan tujuan semua perusahaan. Selain menjadi faktor yang sangat berpengaruh bagi bisnis perusahaan, terpenuhinya kebutuhan pelanggan bisa memberikan keunggulan untuk

bersaing dengan perusahaan yang lain. Pelanggan yang merasa puas terhadap produk dan pelayanan yang di berikan, suatu saat mereka akan kembali memilih produk dan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini menjadikan kepuasan sebagai faktor penting bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mendorong perilaku pelanggan untuk loyal dalam melakukan pembelian secara berulang-ulang (Indrasari, 2019). Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan:

- 1) Kualitas produk: Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang digunakannya berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan: Pelayanan yang baik dan memuaskan akan menciptakan kepuasan terhadap pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan produk atau jasa yang kita berikan
- 3) Emosional: Merupakan perasaan puas dan percaya diri yang dimiliki pelanggan ketika menggunakan produk tertentu dan merasa bahwa orang lain akan kagum terhadap dirinya.
- 4) Harga: Pelanggan akan membandingkan suatu produk dengan produk yang lainnya. Produk yang relatif lebih murah tetapi mempunyai kualitas akan menjadi daya tarik dan kepuasan untuk pelanggan.
- 5) Biaya dan kemudahan: Pelanggan akan merasa puas jika produk yang diinginkan didapatkan dengan mudah dan tidak adanya biaya tambahan yang dikeluarkan oleh pelanggan dalam proses transaksi.

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain (Indrasari, 2019) :

- 1) Sistem keluhan dan saran: Perusahaan yang mengutamakan kepentingan pelanggannya akan memberikan banyak kesempatan bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik dan saran mereka. Informasi ini dapat membantu perusahaan menemukan solusi dan memungkinkannya untuk menanggapi masalah dengan cepat.
- 2) *Ghost Shopping*: Merupakan salah satu cara untuk mengetahui gambaran kepuasan pelanggan dengan memberi pekerjaan kepada beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli *product* di perusahaan pesaing. Kemudian

memberikan keterangan mengenai kelebihan dan kelemahan dari *product* yang mereka beli. Selain itu *Ghost Shopper* juga dapat mengamati bagaimana setiap keluhan diselesaikan.

- 3) *Lost Customer Analysis*: Ketika perusahaan menyadari bahwa terdapat pelanggan yang telah beralih pemasok, pihak perusahaan harus mengambil langkah cepat dengan menghubungi para pelanggannya untuk memahami alasan pelanggan tersebut beralih ke pemasok lain. Hal tersebut dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk dan layanan serta perusahaan dapat mencari solusi agar pelanggannya dapat kembali.
- 4) *Customer Satisfaction Survey*: *Survey* merupakan cara paling umum yang dilakukan pada penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan akan memberikan tanggapan langsung sebagai tanda kepedulian dan perhatian kepada pelanggannya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana layanan dapat memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono & Fandy, 2011). Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dan memotivasi mereka untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Penyedia layanan yang berkualitas adalah penyedia yang dapat memberikan pelanggan pengalaman yang memuaskan dalam jangka waktu yang lama. Pelayanan ini adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk.

Kualitas pelayanan yang dituju dalam penelitian ini adalah ukuran kualitas tingkat pelayanan yang dilakukan oleh karyawan PT Pegadaian di cabang Salemba mampu memenuhi keinginan atau harapan dari pelanggannya. Kualitas pelayanan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan lima indeks meliputi : Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati (Sumarsid & Paryanti, 2022). Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat diukur:

- 1) *Tangible* / Bukti fisik: Adalah sebuah aspek dari perusahaan yang terlihat secara fisik yang ditujukan kepada external.

- 2) *Reliability* / Keandalan: Merupakan kemampuan perusahaan untuk melayani pelanggan dengan akurat dan memuaskan.
- 3) *Responsiveness* / Daya Tanggap: Merupakan kesediaan dan keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dengan cepat dan responsive melalui komunikasi yang baik.
- 4) *Assurance* / Jaminan: Kemampuan pegawai untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap Perusahaan melalui pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya.
- 5) *Empathy* / Empati: kesadaran yang dimiliki pegawai dalam memberikan empati yang tulus kepada pelanggan dengan berusaha memahami kebutuhan pelanggan, seperti kemudahan hubungan, komunikasi yang baik, dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan.

Terdapat beberapa karakteristik pelayanan, antara lain:

- 1) Tidak Berwujud: Pelayanan / jasa memiliki sifat tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba dan dicium. Berbeda dengan produk yang memiliki wujud.
- 2) Tidak terpisahkan: Setiap pelayanan / jasa dapat dirasakan oleh semua pelanggan, karena pelanggan hadir pada saat pelayanan itu diberikan. Oleh sebab itu pelayanan dan pelanggan tidak dapat dipisahkan satu sama lain.
- 3) Bervariasi: Pelayanan memiliki variasi yang sangat beragam, semua itu bergantung pada siapa yang memberikan pelayanan, kapan dan dimana pelayanan itu diberikan.
- 4) Tidak tahan lama: Sifat jasa yang mudah mengalami perubahan baik dan buruk, semua itu bergantung pada bagaimana cara melakukan pelayanan / jasa itu sendiri. Oleh karena itu jasa memiliki karakter yang tidak tahan lama.

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan indikator untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan dengan pendekatan yang memperhitungkan pentingnya atribut yang diukur (Syukri, 2014). Metode *Customer Satisfaction Index* CSI mempunyai beberapa kelebihan diantaranya

efisien dalam index kepuasan, dapat memperoleh informasi tentang atribut yang diinginkan, dan menggunakan skala yang memiliki reliabilitas yang tinggi. Dibalik kelebihan yang dimiliki, metode *Customer Satisfaction Index* CSI juga mempunyai kelemahan yaitu tidak dapat menentukan atribut prioritas dari atribut-atribut yang dihasilkan.

Untuk dapat melihat tingkat kepuasan secara menyeluruh dilakukan dengan melihat kriteria tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan hasil *survey* dari kuesioner penelitian. Berikut ini merupakan index kepuasan yang dimiliki metode *Customer Satisfaction Index* (CSI):

Tabel 1 Kriteria Index Kepuasan CSI

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81%-100%	Sangat Puas
2	66%-80.99%	Puas
3	51%-65.99%	Cukup puas
4	35%-50.99%	Kurang Puas
5	0%-34.99%	Tidak Puas

Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan nilai rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat harapan dari masing-masing atribut. Adapun rumus *Customer Satisfaction Index* CSI sebagai berikut :

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

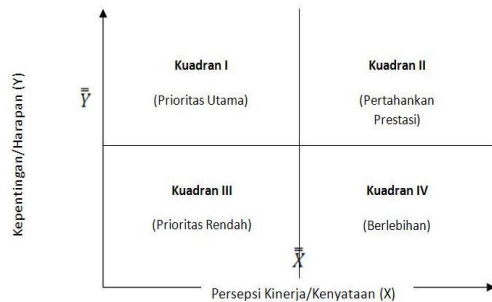
T = nilai skor dari IxP

5 = Angka terbesar dari skala *Likert*

Y = Hasil total dari kolom harapan

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali dibuat oleh Martilla dan James (1997) untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa, yang juga dikenal sebagai analisis quadrant (Purbobinuko & Wurianing, 2020). Analisis kinerja penting digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan perbedaan antara kinerja dengan harapan. Seperti yang tertera pada gambar dibawah ini :



Gambar 1 Diagram Kartesius IPA

Diagram Kartesius adalah diagram yang dibagi menjadi 4 (empat) bagian dan dibatasi oleh 2 (dua) garis yang berpotongan tegak lurus di titik (x,y) , dimana X adalah rata-rata skor penilaian kinerja/kinerja, sedangkan Y adalah skor rata-rata kepentingan/harapan pengguna jasa. Hasil perhitungan tersebut ditempatkan pada kuadran pada diagram Cartesian, yaitu:

- 1) Kuadran I (Prioritas Utama): Kuadran ini berisi atribut-atribut yang dianggap penting oleh nasabah namun pada kenyataannya atribut tersebut tidak sesuai dengan harapan nasabah. Tingkat kinerja atribut tersebut lebih rendah dari tingkat harapan pelanggan terhadap atribut tersebut. Kinerja atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi agar dapat memuaskan pelanggan.
- 2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Tingkat harapan dan kinerja atribut ini sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan berhasil. Itu juga harus dipertahankan untuk waktu yang lama karena dianggap penting dan diharapkan nasabah serta hasilnya sangat memuaskan.
- 3) Kuadran III (Prioritas Rendah): Nasabah menganggap atribut di kuadran ini tidak penting dan kinerjanya tidak istimewa atau biasa-biasa saja. Artinya, atribut di kuadran ini tidak penting dan kinerjanya juga dianggap rendah oleh nasabah. Perbaikan terhadap atribut yang termasuk dalam kuadran ini harus dilakukan kembali untuk memastikan bahwa atribut atau pernyataan berdampak besar atau kecil terhadap manfaat yang dirasakan nasabah dan untuk mencegah atribut tersebut tidak bergeser ke kuadran I, dan juga untuk mencegah atribut tersebut bergeser ke kuadran I.

- 4) Kuadran IV (Berlebihan): Atribut pada kuadran ini memiliki tingkat harapan yang rendah menurut nasabah tetapi melakukannya dengan baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Ini menunjukkan bahwa atribut atau pernyataan yang mempengaruhi kepuasan konsumen digunakan terlalu banyak, karena pelanggan menganggap fitur tersebut tidak terlalu penting atau kurang diharapkan.

3. METODOLOGI

Pada penelitian pendahuluan dilakukan agar memperoleh gambaran awal tentang kondisi perusahaan dan permasalahan yang dihadapi oleh Pegadain Cabang Salemba. Penelitian pendahuluan dilakukan dengan berbagai cara mulai dari studi lapangan, wawancara dan mengumpulkan data-data yang relevan mengenai kondisi perusahaan dan permasalahan yang akan dibahas.

Penelitian ini peneliti melakukan identifikasi masalah terhadap PT Pegadain Cabang Salemba. Identifikasi faktor apa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* dan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, kuisisioner, dan observasi.

Teknik pengolahan data pada penelitian ini yaitu skala pengukuran interumen dimana menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap dan pendapatan individu. Kemudian uji validitas dan uji reabilitas untuk mengetahui keakuratan suatu kuesioner yang telah dibagikan dan untuk mengevaluasi konsistensi. Yang terakhir melakukan pengolahan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan pengolahan *Importance Performance Analysis (IPA)*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Berdasarkan hasil pengolahan data *Customer Satisfaction Index (CSI)* pada dimensi tangible memiliki persentase paling

rendah yaitu 73,74% dikarenakan pada atribut area parkir yang memadai (PT3) memiliki total nilai 229 dan rata-rata 3,13 dan memiliki nilai harapan dengan total 307 dan rata-rata 4,20. Hal ini menyebabkan rendahnya skor *Customer Satisfaction Index* (CSI), walaupun begitu dimensi *tangible* memiliki kriteria puas.

Dan untuk dimensi *assurance* memiliki persentase paling tinggi yaitu 84,20%, dikarenakan nilai-nilai pada atribut ini mendapatkan skor *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang tinggi seperti pada atribut adakah satpam yang berjaga mendapatkan total nilai 316 dengan rata-rata 4,32, atribut nasabah merasa aman saat bertransaksi di outlet mendapatkan total nilai 315 dengan rata-rata 4,31, dan atribut nasabah merasa aman menitipkan barang jaminan mendapatkan total nilai 315 dengan rata-rata 4,31. Dengan begitu dimensi *assurance* mendapatkan kriteria sangat puas.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Pada pengolahan data *Importance Performance Analysis* (IPA) memperjelas atribut apa saja yang menjadi prioritas perbaikan untuk dilakukan. Atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan berada pada dimensi *Tangible* yaitu pada atribut "Area parkir yang luas". Atribut ini menyangkut kenyamanan nasabah dalam mengunjungi outlet. Untuk itu perusahaan harus mengevaluasi dan memperbaiki sarana parkir di cabang Salemba. Seluruh kenyamanan nasabah sangat penting bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnis perusahaan. Dengan harapan kualitas pelayanan yang diberikan PT Pegadaian Cabang Salemba dapat ditingkatkan kembali serta dapat memenuhi harapan nasabah.

Pembahasan Customer Satisfaction Index (CSI)

Setelah mendapatkan total nilai dan rata-rata pada setiap atribut kemudian diolah data pada setiap dimensi dan didapatkannya jumlah dari kepuasan (P), harapan (I), dan skor (S) sebagai berikut:

- 1) Pada dimensi *tangible* mendapat skor *Customer Satisfaction Index* (CSI) paling rendah daripada dimensi lainnya dengan skor 73,64%, hal ini karena rendahnya nilai pada atribut area parkir yang

memadai (PT3), dimensi *tangible* tetap mendapatkan kriteria puas.

- 2) Pada dimensi *empathy* dan dimensi *reliability* mendapatkan skor *Customer Satisfaction Index* (CSI) 79,40 untuk dimensi *empathy* dan 79,15% untuk dimensi *reliability*. Keduanya mendapatkan kriteria puas karena pada dimensi-dimensi ini nasabah sudah merasa puas, seperti pada atribut karyawan bersikap ramah kepada nasabah (PE3) di dimensi *empathy* dan atribut karyawan membantu proses transaksi hingga selesai (PR2)
- 3) Pada dimensi *responsiveness* mendapatkan skor terendah pada skor *Customer Satisfaction Index* (CSI) terendah dengan nilai 77,54% dikarenakan rendahnya atribut tersedianya kotak saran/media lain untuk memberikan saran (PRS4), dimensi *responsiveness* tetap mendapatkan kriteria puas
- 4) Pada dimensi *assurance* mendapatkan skor *Customer Satisfaction Index* (CSI) tertinggi dengan skor 84,20% dikarenakan atribut-atribut pada dimensi ini mendapatkan nilai tinggi seperti atribut adakah satpam yang berjaga, nasabah merasa aman saat bertransaksi di outlet, nasabah merasa aman menitipkan barang jaminan. Dimensi ini mendapatkan kriteria sangat puas.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis (IPA) berguna untuk memetakan atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki. Pada gambar 4.3 diagram kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran dimana masing-masing kuadran memiliki skala prioritas tertentu. Berikut ini merupakan hasil pengelompokan atribut perbaikan kualitas pelayanan melalui hasil diagram kartesius:

- 1) Kuadran I (Prioritas Utama): Kuadran I didapatkan karena tingginya harapan nasabah tetapi rendahnya kepuasan yang dirasakan, di PT Pegadaian cabang Salemba tidak ada atribut yang berada di kuadran I (Prioritas Utama).
- 2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi): Di PT Pegadaian cabang Salemba ada beberapa yang berada di kuadran II, kuadran II didapatkan karena hasil rata-rata sudah

merasa puas, dan yang diharapkan oleh nasabahpun sudah sesuai, hal ini dirasa nasabah harus dipertahankan oleh perusahaan untuk berlangsungnya kualitas pelayanan seperti pada atribut:

- a. Kebersihan Outlet PT. Pegadaian Cabang Salemba.
 - b. Karyawan menyambut dengan senyum dan salam.
 - c. Penampilan Karyawan bersih dan rapih.
 - d. Karyawan bersikap ramah dengan nasabah.
 - e. Karyawan melayani nasabah dengan baik.
 - f. Karyawan membantu proses transaksi nasabah hingga selesai.
 - g. Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.
 - h. Adanya satpam yang berjaga.
 - i. Saat melakukan transaksi nasabah merasa aman di outlet.
 - j. Nasabah merasa aman menitipkan barang jaminan.
- 3) Kuadran III (Prioritas Rendah): Di PT Pegadaian cabang Salemba ada beberapa atribut yang berada di kuadran III, pada kuadran III didapatkan karena tingginya harapan nasabah dan cukup rendahnya kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, sehingga atribut-atribut ini dianggap masih perlu dilakukan perbaikan guna untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang maksimal, seperti pada atribut:
- a. Area parkir yang memadai
 - b. Toilet bersih dan nyaman
 - c. Karyawan merespon permintaan nasabah dengan cepat
 - d. Tersedianya brosur/pamphlet untuk memudahkan nasabah memahami produk
 - e. Tersedianya kotak saran/media lain untuk memberikan saran
 - f. Tersedianya channel pengaduan/nomor telpon yang dapat dihubungi jika ada kendala
- 4) Kuadran IV (Berlebihan): Di PT Pegadaian cabang Salemba ada beberapa atribut yang berada di kuadran IV, karena pada kuadran IV tingginya kepuasan nasabah dan harapan yang nasabah dapatkan sudah sesuai, berikut atribut yang berada pada kuadran IV:
- a. Kenyamanan ruang tunggu nasabah (kursi, AC, dan fasilitas lainnya)

- b. Petugas memberikan informasi ketentuan produk dengan jelas
- c. Ketelitian karyawan saat berinteraksi
- d. Produk yang ditawarkan memuaskan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Pegadaian Cabang Salemba, peneliti memperoleh kesimpulan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Kesimpulan yang diperoleh sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan
Pada pengolahan *Customer satisfaction Index* (CSI) meskipun dimensi *Tangible* memiliki kriteria yang puas tetapi skornya berada di paling bawah dengan nilai 73,74%. Dan dimensi *Assurance* memiliki skor tertinggi dengan nilai 84,20% dengan kriteria sangat puas. Dengan begitu secara keseluruhan PT Pegadaian cabang Salemba memiliki kriteria puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Kualitas Pelayanan Yang Diberikan
Dari hasil pengolahan data kuesioner tingkat kepuasan dan tingkat harapan didapat pada keseluruhan atribut, pada atribut area parkir yang memadai kode PT3 berada di paling bawah dalam tingkat kepuasan dengan jumlah total bobot poin 229, hal ini dapat dilihat pada atribut area parkir yang memadai dengan kode PT3 memiliki prioritas rendah, sehingga tetap butuh perbaikan guna memaksimalkan kualitas pelayanan pada cabang Salemba.
3. Faktor Yang Menjadi Prioritas Untuk Ditingkatkan
Dari hasil pengolahan data yang didapatkan, terlihat bahwa atribut area parkir yang memadai, toilet bersih dan nyaman, karyawan merespon permintaan nasabah dengan cepat, tersedianya brosur/pamphlet, tersedianya kotak saran/media saran lainnya, dan tersedianya *channel* pengaduan/nomor telpon yang dapat dihubungi jika ada kendala merupakan faktor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kembali, karena atribut-atribut tersebut berada di kuadran III. Walaupun atribut tersebut tidak termasuk dalam prioritas utama dalam perbaikan tetapi atribut ini perlu perbaikan untuk meningkatkan pelayanan di PT Pegadaian cabang Salemba.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, K. R., Mahadewi, E. P., & Azteria, V. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction PT.CAR Life insurance During the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Health and Pharmaceutical*, 2(2), 357-366.
- Engkur. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 14(1), 23-35.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Pegadaian. (2022). *Perluasan Ekosistem yang Inklusif dan Empowering*. Pegadaian.
- Purbobinuko, Z. K., & Wurianing, R. (2020). Analisis Kepuasan dengan Metode CSI dan IPA Terhadap Pelayanan Rekam Medis Rawat Jalan di RS Dr Soetarto Yogyakarta. *Indonesian of Health Information Management Journal*, 8(2), 80-91.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *jurnal ilmiah M-Progress*, 12(1), 70-83.
- Syukri, S. A. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2), 103-111.
- Tjiptono, & Fandy. (2011). *Service Quality and Satisfaction* (3 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.