

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Sejarah PT. Pegadaian Syariah Cabang Martapura**

PT. Pegadaian Syariah Cabang Martapura adalah bagian dari PT. Pegadaian (Persero), yang menyediakan layanan gadai. Pegadaian memiliki akar sejarah yang panjang, dimulai pada masa pemerintahan kolonial Belanda. Pegadaian berasal dari zaman Hindia Belanda, yang disebut "Algemeene Lands Spaar en Lijfrente Kas" (Kas Tabungan dan Uang Asuransi Umum) yang didirikan pada 1 Agustus 1901. Lembaga ini berfungsi sebagai bank untuk meminjamkan uang kepada masyarakat,. Pada tahun 1950, lembaga ini diubah menjadi "Stichting Algemeene Lands Spaar en Lijfrente Kas" (Yayasan Kas Tabungan dan Uang Asuransi Umum). Ditahun 1960, lembaga ini berubah menjadi "Perusahaan Negara Pegadaian" yang beroperasi di bawah Departemen Keuangan.

Dalam rangka mengikuti perkembangan dan permintaan pasar, Pegadaian mulai mengembangkan layanan berbasis syariah. Pada tahun 2015, Pegadaian Syariah resmi didirikan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Dengan adanya Pegadaian Syariah, masyarakat dapat mengakses layanan jasa gadai yang sesuai dengan tata cara dan prinsip syariah.

Pendirian cabang Pegadaian Syariah di Martapura merupakan bagian dari upaya perluasan layanan mereka ke berbagai daerah. Dengan membuka cabang di Martapura, Pegadaian Syariah memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat setempat untuk menggunakan layanan gadai dan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

### **b. Visi dan Misi Pegadaian Syariah**

Visi :

PT. Pegadaian Syariah adalah menjadi lembaga jasa keuangan berbasis syariah yang terpercaya dan berdaya saing tinggi, serta memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Misi :

- 1) Memberikan Layanan Prima Berbasis Syariah: Pegadaian Syariah berkomitmen untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi kepada nasabah, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
- 2) Inovasi dalam Produk dan Layanan: Pegadaian Syariah terus mengembangkan produk dan layanan baru yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.
- 3) Pendidikan Masyarakat tentang Ekonomi Syariah: Pegadaian Syariah berupaya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep ekonomi syariah dan manfaatnya.
- 4) Pemeliharaan Bisnis yang Berkelanjutan: Pegadaian Syariah menjalankan bisnisnya dengan berpegang pada prinsip-prinsip tanggung jawab sosial,

lingkungan, dan ekonomi.

- 5) Memperkuat Kemitraan dan Kolaborasi: Pegadaian Syariah berupaya menjalin kerja sama dan kemitraan yang kuat dengan berbagai pihak, termasuk institusi keuangan syariah lainnya.
- 6) Mengoptimalkan Teknologi dan Sistem Informasi: Pegadaian Syariah berinvestasi dalam teknologi dan sistem informasi untuk mempermudah akses dan meningkatkan efisiensi dalam layanan kepada nasabah.
- 7) Menyelenggarakan Corporate Governance yang Baik: Pegadaian Syariah menerapkan tata kelola perusahaan yang baik dan transparan, serta mematuhi prinsip-prinsip tata kelola syariah.
- 8) Berperan Aktif dalam Pengembangan Ekonomi Syariah Nasional: Pegadaian Syariah berkontribusi dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia melalui inovasi, edukasi, dan kolaborasi.

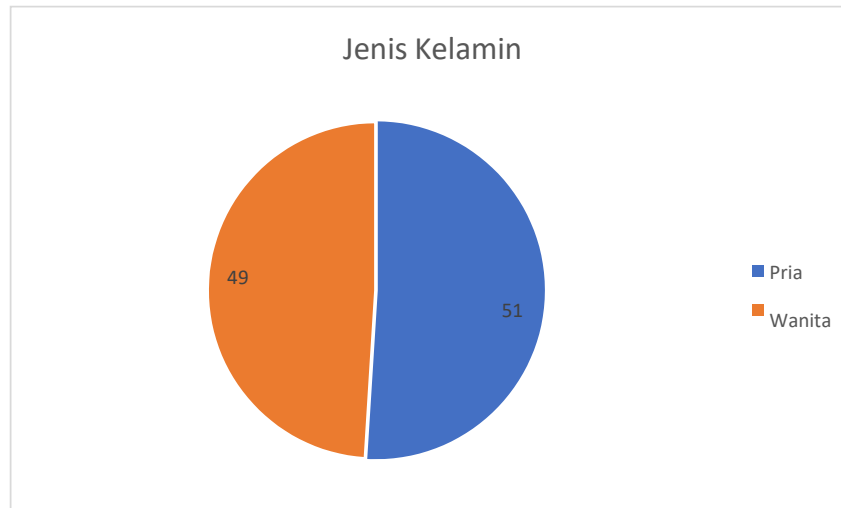
Visi dan misi tersebut mencerminkan komitmen Pegadaian Syariah untuk menjadi lembaga keuangan yang tidak hanya beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, tetapi juga berperan aktif dalam pengembangan dan pemberdayaan ekonomi syariah di Indonesia.

## **2. Karakteristik Responden**

Data mengenai karakteristik responden diperoleh melalui kuisioner, dilakukan menggunakan formulir daring melalui *Google Form* kepada 100 nasabah Pegadaian Syariah. Oleh karena itu, hasil penelitian mengindikasikan ciri-ciri responden:

### a. Jenis Kelamin

Pengelompokan sebaran data berdasarkan jenis kelamin ditampilkan di gambar 4.1

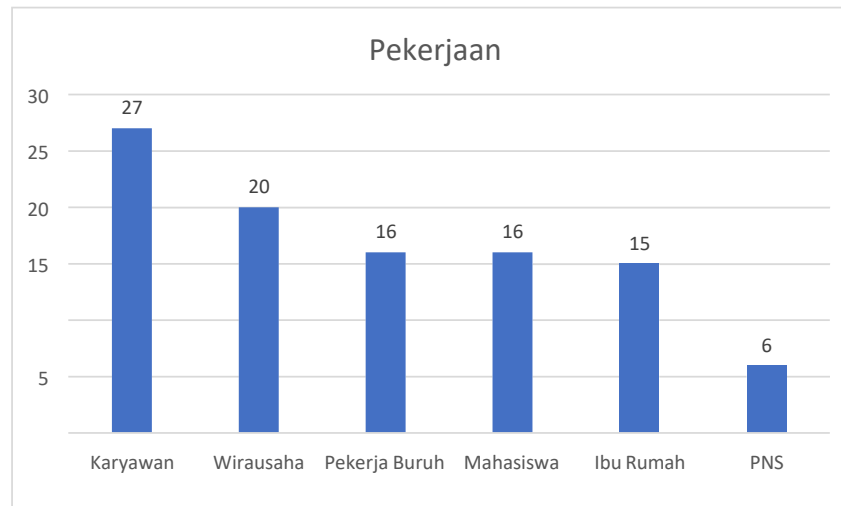


Gambar 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Melalui gambar 4.1 distribusi jenis kelamin responden dalam sampel penelitian ini. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas dari responden yang menjadi fokus penelitian, yakni sejumlah 51 orang atau setara dengan 51%, adalah pria. Di sisi lain, jumlah responden wanita mencapai 49 orang atau sekitar 49%. Dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar partisipan penelitian, yang merupakan nasabah Pegadaian Syariah, memiliki jenis kelamin pria.

### b. Pekerjaan

Pengelompokan sebaran data berdasarkan pekerjaan ditampilkan di gambar 4.2.



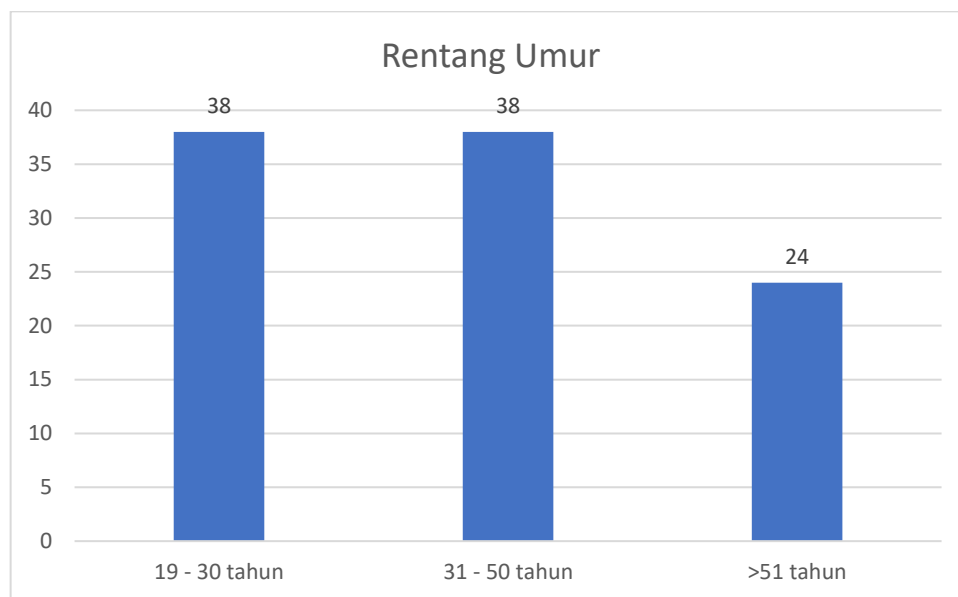
Gambar 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Melalui gambar 4.2 distribusi pekerjaan responden dalam sampel penelitian ini. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas dari responden yang menjadi fokus penelitian, yakni sejumlah 27 pekerja karyawan swasta atau setara dengan 27,00%. Di sisi lain, jumlah distribusi pekerjaan 20 wirausaha atau sekitar 20%, distribusi pekerjaan 16 mahasiswa atau sekitar 16 %, distribusi pekerjaan 16 pekerja buruh atau sekitar 16 %, distribusi pekerjaan 15 ibu rumah tangga atau sekitar 15 % dan distribusi pekerjaan enam PNS atau sekitar 6 %. Dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar partisipan penelitian, yang merupakan nasabah Pegadaian Syariah, memiliki pekerjaan karyawan swasta.

### c. Rentang Umur

Berdasarkan rentang umur jumlah responden dapat dilihat pada gambar 4.3 Melalui gambar yang disajikan di atas, kita dapat memahami distribusi rentang umur responden dalam sampel penelitian ini. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas dari responden yang menjadi fokus penelitian, yakni rentang umur 19-30

tahun sebanyak 38 orang atau setara dengan 38%. Di sisi lain, rentang umur 31 -50 tahun sebanyak 38 orang atau sekitar 38 %, dan rentang umur lebih dari 51 tahun sebanyak 24 orang atau sekitar 24 %. Dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar partisipan penelitian, yang merupakan nasabah Pegadaian Syariah, direntang 19 -30 tahun dan rentang 31-50 tahun.



Gambar 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Umur

### 3. Analisa Data

#### a. Uji Instrumen

Uji instrumen adalah proses untuk mengevaluasi sejauh mana suatu alat pengukuran atau instrumen bertujuan memperoleh data akurat, konsisten, dan dapat diandalkan. Ini merupakan tahap penting dalam penyusunan penelitian karena instrumen yang baik akan menghasilkan data yang berkualitas tinggi, yang pada gilirannya akan mendukung analisis dan interpretasi yang lebih akurat. Uji instrumen dilakukan kepada 100 responden.

### b. Uji Validitas

Untuk menguji validitas, dilakukan analisis korelasi dua variabel antara skor masing-masing indikator dengan total skor keseluruhan konsep yang diukur. Keberhasilan dalam menguji validitas diukur dengan menilai apakah nilai signifikansi hasil analisis tersebut kurang dari 0,05. Hasil validitas dapat dilihat pada tabel 4.1.

Table 4. 1. Hasil Pengujian Validitas Pernyataan Kualitas Pelayanan

<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Signifikasi</b>
Pernyataan 001	0,000
Pernyataan 002	0,000
Pernyataan 003	0,000
Pernyataan 004	0,000
Pernyataan 005	0,000
Pernyataan 006	0,000
Pernyataan 007	0,000
Pernyataan 008	0,000
Pernyataan 009	0,000
Pernyataan 010	0,000
Pernyataan 011	0,000
Pernyataan 012	0,000
Pernyataan 013	0,000
Pernyataan 014	0,000
Pernyataan 015	0,000

Table 4. 2. Hasil Pengujian Validitas Pernyataan Kepuasan Nasabah

<b>Kepuasan Nasabah</b>	<b>Signifikasi</b>
Pernyataan 016	0,000
Pernyataan 017	0,000
Pernyataan 018	0,000
Pernyataan 019	0,000
Pernyataan 020	0,000
Pernyataan 021	0,000
Pernyataan 022	0,000

Berdasarkan data dari tabel 4.1 dan tabel 4.2, diketahui bahwa nilai signifikansi dari pertanyaan-pertanyaan satu hingga 22 memiliki nilai yang lebih rendah dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan telah terbukti valid.

### **c. Uji Reliabilitas**

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji dengan memanfaatkan teknik Cronbach Alpha untuk mengevaluasi apakah setiap instrumen memiliki tingkat keandalan yang memadai atau tidak. Sebuah konsep atau variabel dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha yang melebihi 0,60.



Table 4. 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

## Case Processing Summary

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

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	22

## Item-Total Statistics

Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Reliable
1	84.1900	186.277	.668	.965	Reliable
2	84.2700	187.936	.590	.966	Reliable
3	84.2500	188.008	.606	.966	Reliable
4	84.2700	183.310	.733	.964	Reliable
5	84.3200	185.836	.759	.964	Reliable
6	84.2600	185.225	.788	.964	Reliable
7	84.3300	184.728	.744	.964	Reliable
8	84.2200	184.699	.741	.964	Reliable
9	84.3100	183.065	.763	.964	Reliable
10	84.2100	183.016	.824	.963	Reliable
11	84.3100	185.974	.758	.964	Reliable
12	84.1700	185.355	.771	.964	Reliable
13	84.3100	186.620	.714	.964	Reliable
14	84.3000	184.859	.731	.964	Reliable
15	84.2700	186.644	.700	.965	Reliable
16	84.2900	181.824	.805	.964	Reliable
17	84.3500	182.816	.765	.964	Reliable
18	84.2800	184.628	.803	.964	Reliable
19	84.2000	184.909	.809	.964	Reliable
20	84.3100	184.964	.755	.964	Reliable
21	84.3700	184.963	.714	.964	Reliable
22	84.3000	183.626	.706	.965	Reliable

Dengan merujuk kepada Tabel 4.3, dapat terlihat bahwa hasil pengujian reliabilitas mengindikasikan bahwa nilai Cronbach Alpha yang ditemukan melebihi 0,60. Melalui hasil pengujian reliabilitas ini, dapat disimpulkan bahwa proses pengujian tersebut dapat dianggap memiliki keandalan yang memadai.

#### d. Uji Korelasi

##### 1) Signifikasi hubungan

Hubungan antara dua variabel yang diukur dengan korelasi adalah hasil dari variasi sejalan secara kebetulan atau apakah hubungan tersebut benar-benar mencerminkan hubungan yang signifikan. Signifikansi hubungan antara variabel kualitas antar variabel dapat diketahui apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan tabel 4.4. nilai signifikansi mendapatkan hasil 0.00 dan hasil tersebut lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Table 4. 4. Hasil Pengujian Korelasi Rank Spearman

Correlations			Kualitas_Pelayanan	Kepuasan_Nasabah
Spearman's rho	Kualitas_Pelayanan	Correlation	1.000	.841**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Kepuasan_Nasabah	Correlation	.841**	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

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

## 2) Tingkat Kekuatan Hubungan

Kekuatan hubungan mengacu pada sejauh mana dua atau lebih variabel berkorelasi atau terkait satu sama lain dalam suatu penelitian. Kekuatan hubungan mencerminkan seberapa erat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Kekuatan hubungan biasanya diartikan sebagai:

**Kekuatan Kuat:** Jika korelasinya mendekati 1 (positif) atau -1 (negatif), maka variabel-variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat, artinya perubahan dalam satu variabel cenderung diikuti oleh perubahan yang signifikan dalam variabel lainnya.

**Kekuatan Sedang:** Jika korelasinya berada di antara nilai korelasi kuat dan lemah, maka variabel-variabel tersebut memiliki hubungan sedang. Perubahan dalam satu variabel mungkin masih memiliki dampak pada variabel lain, tetapi tidak semendalam dalam hubungan yang kuat.

**Kekuatan Lemah:** Jika korelasinya mendekati 0, maka variabel-variabel tersebut memiliki hubungan yang lemah, artinya perubahan dalam satu variabel hanya memiliki pengaruh kecil atau bahkan tidak berpengaruh pada variabel lainnya.

Dari hasil koefisien pada tabel 4.4. didapat nilai sebesar 0.841. Nilai tersebut berarti tingkat kekuatan hubungan korelasi sangat kuat antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah sangat kuat.

### 3) Arah Hubungan

Arah jenis hubungan korelasi merujuk pada apakah hubungan antara dua variabel cenderung meningkat bersama-sama, menurun bersama-sama, atau tidak memiliki pola arah tertentu (tidak ada hubungan linier). Ada tiga kemungkinan arah jenis hubungan korelasi:

**Positif (Meningkat Bersama-sama):** Dalam hubungan korelasi positif, kenaikan dalam satu variabel cenderung disertai dengan kenaikan dalam variabel lainnya. Ini berarti bahwa ketika nilai satu variabel naik, nilai variabel lainnya juga cenderung naik. Korelasi positif direpresentasikan oleh angka positif dalam pengukuran korelasi, baik itu korelasi Pearson atau korelasi rank Spearman.

**Negatif (Mengurang Bersama-sama):** Dalam hubungan korelasi negatif, kenaikan dalam satu variabel cenderung disertai dengan penurunan dalam variabel lainnya. Ini berarti bahwa ketika nilai satu variabel naik, nilai variabel lainnya cenderung turun. Korelasi negatif direpresentasikan oleh angka negatif dalam pengukuran korelasi.

**Tidak Ada Hubungan Linier (Tidak Terkait):** Dalam beberapa kasus, dua variabel mungkin tidak memiliki hubungan linier yang jelas. Ini berarti bahwa perubahan dalam satu variabel tidak menghasilkan pola perubahan yang konsisten atau terprediksi dalam variabel lainnya. Korelasi antara kedua variabel mungkin akan mendekati 0.

Interpretasi arah jenis hubungan korelasi penting untuk memahami bagaimana variabel-variabel tersebut berinteraksi. Namun, penting untuk diingat

bahwa korelasi tidak selalu mengindikasikan sebab-akibat, dan interpretasi yang lebih dalam mungkin memerlukan analisis tambahan atau pertimbangan lebih lanjut tentang konteks dan asumsi.

Pada tabel 4.4. didapat angka koefisien korelasi bernilai positif 0,841 sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah. Dapat disimpulkan kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan juga meningkat.

## **B. Pembahasan**

### **1. Hubungan Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan Produk Rahn pada PT.Pegadaian Syariah Cabang Martapura**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan mendapatkan hasil signifikansi sebesar 0.000 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, tingkat keterhubungan mendapatkan hasil korelasi sangat kuat, dan hubungan kedua variabel bersifat searah.

Dapat ditarik kesimpulan H<sub>0</sub> akan ditolak dan H<sub>1</sub> akan diterima yang menyatakan terdapat hubungan antara variabel kepuasan nasabah dengan kualitas pelayanan. Hubungan erat antara kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan dalam persepsi syariah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor:

#### **a. Ketaatan terhadap Prinsip-Prinsip Islam**

Jika suatu entitas atau perusahaan menerapkan prinsip-prinsip Islam dengan baik dalam menyediakan pelayanan, nasabah yang memiliki kesadaran akan prinsip-prinsip tersebut akan cenderung lebih puas. Ini mencakup prinsip-prinsip seperti transparansi, kejujuran, dan ketaatan terhadap hukum syariah.

### **b. Kecocokan dengan Nilai-Nilai Nasabah**

Nasabah yang memiliki nilai-nilai syariah yang kuat akan lebih cenderung merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ketika kualitas pelayanan sejalan dengan nilai-nilai nasabah, tingkat kepuasan nasabah dapat meningkat

### **c. Pengalaman Positif**

Pelayanan yang baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah cenderung memberikan pengalaman positif bagi nasabah. Pengalaman positif ini dapat menciptakan persepsi yang lebih baik terhadap kualitas pelayanan dan secara alami meningkatkan tingkat kepuasan.

Beberapa teori yang dapat mendukung hubungan ini adalah teori Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, serta teori Kepuasan Nasabah dari Perspektif Syariah. Dalam Pegadaian Syariah, beberapa ayat Al-Quran yang relevan termasuk:

. الْمُحْسِنِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ ۖ وَأَحْسِنُوا ۖ التَّهْلُكَةَ إِلَىٰ بِأَيْدِيكُمْ تُلْقُوا وَلَا لِلَّهِ سَبِيلٌ فِي ۖ وَأَنْفِقُوا

Artinya : *“Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan(diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuatbaiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.” (Al-Baqarah, 195).*

تَنْذِيرًا تَنْذِيرًا وَلَا السَّبِيلِ وَأَبْنِ وَالْمَسْكِينِ حَقَّهُ الْقُرْبَىٰ ذَا وَعَاتِ  
كَفُورًا لِرَبِّهِ الشَّيْطَانُ وَكَانَ ۖ الشَّيْطَانُ إِخْوَانًا كَانُوا الْمُبْدِرِينَ إِنَّ

Artinya : *“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghampur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-*

*pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Al-Isra, 26-27)*

تَبِعِي الَّتِي فَفَاتِلُوا الْاٰخِرٰى عَلَىٰ اِحْدٰهُمَا بَعَثَ فَاِنْ بَيْنَهُمَا فَاَصْلِحُوْا فَاصْلِحُوْا الْمُؤْمِنِيْنَ مِنْ طٰبِقَتَيْنِ وَاِنْ  
 الْمُفْسِدِيْنَ يُحِبُّ اللّٰهُ ۗ اِنَّ وَاَقْسَطُوْا بِالْعَدْلِ بَيْنَهُمَا فَاَصْلِحُوْا فَاَعَتْ ۗ فَاِنَّ اللّٰهَ اَمْرٍ اِلٰى تَفِيٍّ حَتّٰى

Artinya : *“Dan apabila dua golongan orang-orang mukmin berperang, maka damaikanlah antara keduanya. Jika salah satu dari keduanya berbuat zalim terhadap (golongan) yang lain, maka perangilah (golongan) yang berbuat zalim itu, sehingga golongan itu kembali kepada perintah Allah. Jika golongan itu telah kembali (kepada perintah Allah), maka damaikanlah antara keduanya dengan adil, dan berlakulah adil. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil.”(Al- Hujuraat, 9)*

Ayat-ayat tersebut menggarisbawahi pentingnya berlaku adil, transparan, dan baik dalam interaksi bisnis, termasuk dalam pelayanan kepada nasabah. Dengan menerapkan nilai-nilai ini dalam kualitas pelayanan, perusahaan pegadaian syariah dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui pemahaman dan kesadaran akan prinsip-prinsip Islam yang dipegang teguh.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterhubungan tingkat kepuasan nasabah di cabang pegadaian syariah Martapura. Ini menegaskan bahwa salah satu cara untuk memenuhi nasabah adalah dengan memberikan layanan yang optimal. Dengan memberikan layanan yang berkualitas, nasabah akan merasa puas. Setelah nasabah puas dengan produk dan layanan yang nasabah terima, nasabah cenderung membandingkan pelayanan yang dapatkan. Jika nasabah benar-benar puas, kemungkinan besar nasabah akan melakukan pembelian

kembali dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi Pegadaian Syariah Cabang Martapura untuk mempertimbangkan secara serius pentingnya pelayanan berkualitas kepada nasabah, karena saat ini semakin dipahami bahwa pelayanan merupakan elemen kunci untuk bertahan dalam dunia bisnis dan berhasil bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ula, 2016) dan (Pramudya, 2019) juga sejalan dengan temuan ini, menunjukkan bahwa memberikan pelayanan terbaik akan membawa kepuasan nasabah, yang pada gilirannya dapat mendorong pembelian berulang dan rekomendasi kepada orang lain.

## **2. Signifikansi, Kekuatan, dan Arah Hubungan Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat arah hubungan korelasi positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Martapura. Dalam konteks ini, semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin besar tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini terbukti dengan koefisien korelasi sebesar 0,841, dengan tingkat signifikansi (P) 0,000 ( $\leq 0,05$ ). Ini berarti sekitar 84,1% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sementara 15,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Analisis ini mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Dengan kata lain, hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Martapura diterima, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh



tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Cabang Martapura.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ekspektasi nasabah dan pengalaman setelah menggunakan jasa atau produk. Ini sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah, sebagaimana dikemukakan oleh (Kotler, Keller, & Chernev, 2022), yang mencakup aspek-aspek seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Ketika nasabah bahwa pelayanan melebihi harapan nasabah, maka ini menandakan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Martapura memberikan pelayanan berkualitas. Sebaliknya, jika nasabah merasa bahwa pelayanan tidak sesuai dengan harapan nasabah, ini mengindikasikan bahwa pelayanan Pegadaian Syariah Cabang Martapura kurang memuaskan.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Martapura, diperlukan analisis yang bertujuan untuk menilai sejauh mana hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di tempat tersebut. Kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam memotivasi nasabah untuk menjalin hubungan kuat dengan kepuasann nasabah. Kualitas pelayanan mencerminkan tingkat keunggulan yang diharapkan, di mana Pegadaian Syariah Cabang Martapura harus mengendalikan dan memenuhi harapan serta kebutuhan nasabah.

(Tjiptono & Diana, 2003) menjelaskan bahwa ketika jasa atau produk yang diterima oleh nasabah sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas tersebut akan

dianggap baik dan memuaskan. Jika jasa atau produk tersebut melebihi harapan nasabah, maka kualitasnya akan dianggap sangat baik. Sebaliknya, jika jasa atau produk yang diterima tidak memenuhi harapan, maka kualitasnya akan dianggap rendah. Oleh karena itu, baik atau buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan jasa atau produk untuk secara konsisten memenuhi harapan nasabah.

Nasabah membentuk harapan atau ekspektasi sebelum nasabah membeli atau menggunakan jasa atau produk dengan merek tertentu. Harapan ini merupakan standar kualitas yang akan dibandingkan dengan pengalaman pelayanan yang nasabah terima. Harapan ini sangat penting dalam menentukan kesuksesan suatu Pegadaian Syariah Cabang Martapura yang beroperasi dalam bidang jasa atau produk. Besar harapan yang harus dipenuhi oleh Pegadaian Syariah Cabang Martapura sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah sangat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, sedangkan kualitas pelayanan yang rendah akan menghasilkan kepuasan yang rendah. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah hasil dari perbandingan antara kinerja aktual suatu jasa atau produk dengan harapan nasabah.

Menurut (Kotler, Keller, & Chernev, 2022), kepuasan nasabah adalah evaluasi perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah nasabah membandingkan pengalaman nasabah dengan kinerja aktual suatu jasa atau produk dengan harapan yang nasabah miliki. Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Martapura harus memahami bahwa nasabah memiliki harapan mengenai sejauh mana jasa yang ditawarkan dapat

memberikan manfaat yang signifikan (harapan kinerja). Kinerja sebenarnya dari jasa tersebut, yang dirasakan oleh nasabah (kinerja aktual), sebenarnya mencerminkan tanggapan nasabah terhadap kualitas jasa atau produk tersebut. Harapan ini menjadi salah satu standar kualitas pelayanan yang akan dibandingkan dengan kualitas jasa atau produk guna menilai tingkat kepuasan nasabah.