

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah (Studi Kasus di Perum Pegadaian Syariah Cabang Kramat Raya Jakarta)

Seli Septiani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=50631&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAKSI

Kualitas pelayanan didalam sebuah perusahaan merupakan kunci dari kesuksesan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, sebab tanpa kualitas pelayanan yang maksimal maka nasabah tidak mungkin akan bekerjasama kembali dengan perusahaan tersebut. Sudah seharusnya perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah sehingga nasabah akan merasa terpuaskan oleh pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah merupakan dua hal yang berkaitan erat, sebab tanpa kualitas pelayanan yang bagus maka tidak akan timbul kepuasan nasabah maupun sebaliknya. Kualitas pelayanan didalam perusahaan memang tidak segampang membalikan telapak tangan perlu kerja keras dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam memuaskan hati nasabah.

Untuk mengetahui apakah berpengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah maka penelitian dilakukan di Perum Pegadaian Syariah Kramat Raya. Untuk memecahkan masalah penulis menggunakan dua metode. Pertama metode pengumpulan data dan berupa penelitian lapangan dan riset kepustakaan. Kedua metode analisis data menggunakan uji chi square dan kontigensi.

Hasil analisis dari pembahasan menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Ini ditunjukkan dengan uji chi square dimana nilai χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel ($41.144 > 3.841$) maka ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Jika dilihat dari uji koefisien korelasi kontigensi menunjukkan nilai kontigensinya 0.608 apabila mendekati angka 1 maka hubungan yang diperoleh semakin kuat tetapi jika mendekati 0 hubungannya semakin lemah, dapat dilihat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah terjadi semakin kuat. Jadi H_0 ditolak H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.