

TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERIKLAMAN DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
KREDIT CEPAT AMAN (KCA)
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG OEPURA**



Oleh

ELISABET SOLYANA MAU WENI

.NIM : 8116121010 MM

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

KUPANG

2018

TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERIKLANAN DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
KREDIT CEPAT AMAN (KCA)
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG OEPURA**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelara Magister Manajemen

Oleh

Nama : ELISABET SOLYANA MAU WENI
NIM : 81121621010MM

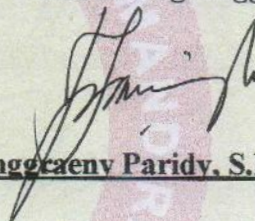
Telah Disetujui Oleh

Pembimbing Utama,



Dr. Johanis Willem Kiuk, MM

Pembimbing Anggota,



Anggota Paridy, S.E., M.Si

Kupang, November 2018

Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandira

Ketua Program Studi,



Dr. Stanis Man, S.E., M.Si

NIDN : 0815086422

TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERIKLANAN DAN
KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
KREDIT CEPAT AMAN (KCA) PADA PT.PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG OEPURA**

Disiapkan dan disusun oleh :

Nama : ELISABET SOLYANA MAU WENI
NIM : 8112161010MM

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal November 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dewan Penguji :

Ketua,

Sekretaris,


Dr. Johannis Willem Kiuk, MM


Anggraeny Paridy, S.E., M.Si.

Anggota :

1. Dr. Stanis Man, SE., M.Si .

2. Dra. Sukamti, MM

Kupang, November 2018


Ketua Program Studi

Dr. Stanis Man, S.E., M.Si
NIDN : 0815086422

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yesus atas kasih setia dan pertolonganNya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Layanan, Periklanan, Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Oepura”**

Selanjutnya pada kesempatan ini, perkenankanlah dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan Strata 2 pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Jou Sewa Adrianus, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
3. Dr. Stanis Man, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen
4. Dr. Johanis Willem Kiuk, SE, M.Si sebagai dosen pembimbing 1 yang dengan tulus, ikhlas dan sabar meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Anggraeny Paridy, S.E.,M.Si selaku pembimbing 2 yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, perbaikan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Dr. Stanis Man, SE, M.Si, selaku penguji 1 yang telah memberikan perbaikan, masukan, dan arahan, yang membantu kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

7. Dra. Sukamti, MM selaku penguji II yang dengan tulus meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, perbaikan, serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan berharga
9. Para pegawai Tata Usaha Program Studi Magister Manajemen yang selalu setia memberikan segala bantuan selama perkuliahan
10. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Widya mandira Kupang Angkatan 27 yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran bagi penyempurnaan tesis ini sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Kupang, 2018

Penulis,

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"MOTO"

"Segala perkara dapat kutanggung dalam Dia yang member kekuatan kepadaku (Filipi 14 :3)

"PERSEMBAHAN"

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- 1. Tuhan Yesus Kristus dengan Kasih-Nya yang selalu menopang segala rencana penulis saat penyelesaian skripsi.*
- 2. Bapak tercinta terima kasih atas semua dukungan dan motivasi yang di berikan*
- 3. Mamaku tersayang (Almarhumah) terima kasih atas kasih sayang, cinta dan pengorbanannya kepada penulis.*
- 4. Kepada kakak kakak tercinta kakak ita dan kakak lince yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi saya*
- 5. Sahabat-sahabatku tercinta MM UDWIRA angkatan 27*
- 6. Almamaterku tercinta UDWIRA Kupang.*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Periklanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PT. Pegadaian Cabang Oepura”, oleh Elisabet S. Mau Weni (NIM 8112161010 MM) dibawah bimbingan Dr. Johanis Willem Kiuk, MM dan Anggraeny Paridy, S.E.,M.Si

Pegadaian sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa mempunyai delapan belas produk yaitu: Kredit Cepat Aman(KCA), Gadai Prima, Gadai Fleksi, Gadai Tabungan Emas, Krasida, Kreasi, Kreasi Ultra Mikro, Amanah, Mulia, Tabungan Emas, Konsinyasi, Pegadaian Remittance, Multi Pembayaran Online, Jasa Taksiran, Jasa Titipan, Kresna, salah satu produk gadai yang paling banyak diminati nasabah adalah Kredit Gadai Cepat dan Aman (KCA). Barang jaminan KCA yang diterima oleh PT. Pegadaian adalah benda bergerak yang bernilai ekonomis dan bisa dalam bentuk emas perhiasan serta berbentuk barang gudang seperti televisi, *HandPhone* (HP), radio, kamera, tape, kulkas, laptop, motor, mobil, kain, gading dan lain-lain. Semua benda tidak bergerak tersebut dilengkapi dengan surat bukti kepemilikan atau kwitansi pembelian. Barang/ benda bergerak yang tidak dapat dijadikan jaminan di Pegadaian yaitu barang milik pemerintah, senjata dan bahan peledak, barang yang mudah busuk, bahan makanan, barang langka, barang yang sulit dinilai harganya, hewan ternak atau peliharaan dan surat berharga. Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana Gambaran persepsi pelanggan tentang kualitas layanan, periklanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Oepura? 2) Apakah kualitas layanan, periklanan, kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Oepura ? 3) Apakah kualitas layanan, periklanan, kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Oepura ?

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung PT. Pegadaian Cabang Oepura. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Teknik analisa data secara analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu teknik analisis deskriptif dan SPSS.

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa kualitas layanan, periklanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah berada pada kategori tinggi. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa variabel profesionalisme berpengaruh signifikan terhadap budaya organisasi, variabel kualitas layanan, periklanan, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sebaiknya perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan informasi-informasi terbaru kepada karyawan, memberikan pelatihan, meningkatkan sarana dan prasarana.

Kata-kata kunci: Kualitas Layanan, Periklanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This study entitled "The Influence of Service Quality, Advertising and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Fast Secure Credit (KCA) at PT. Pawnshop Branch Oepura ", by Elisabet S. Mau Weni (NIM 8112161010 MM) under the guidance of Dr. Johanis Willem Kiuk, MM and Anggraeny Paridy, S.E.,M.Si.

Pawnshop as one of the service providers has eighteen products, namely: Fast Secure Credit (KCA), Prima Pawn, Flexion Pawn, Gold Savings Pawn, Krasida, Creative, Ultra Micro Creation, Amanah, Mulia, Gold Savings, Consignment, Pegadaian Remittance, Multi Payments Online, Estimated Services, Courier Services, Krishna, one of the most popular pawn products for customers is Fast and Safe Pawn Loans (KCA). KCA guaranteed goods received by PT. Pawnshops are movable objects of economic value and can be in the form of gold jewelry and in the form of warehouse goods such as televisions, cellphones (cellphones), radios, cameras, tapes, refrigerators, laptops, motorcycles, cars, fabrics, ivory and others. All immovable objects are furnished with a proof of ownership or receipt of purchase. Moving goods / objects that cannot be used as collateral in pawnshops are government property, weapons and explosives, perishable goods, food ingredients, rare goods, items that are difficult to assess, livestock or pets and securities. The problems in this study are 1) How is the description of customer perceptions of service quality, advertising, customer satisfaction on customer loyalty of PT. Pawnshop (Persero) Oepura Branch? 2) Does service quality, advertising, customer satisfaction partially have a significant effect on customer loyalty at PT. Pawnshop (Persero) Oepura Branch? 3) Is the quality of service, advertising, customer satisfaction simultaneously has a significant effect on customer loyalty at PT. Pawnshop (Persero) Oepura Branch?

The population in this study were visitors to PT. Pawnshop Branch Oepura. The sample in this study were 99 respondents. Data collection is done by questionnaire. Data analysis techniques are descriptive statistical analysis and inferential analysis. There are two analytical tools used in this study, namely descriptive analysis techniques and SPSS.

The results of descriptive statistical analysis show that service quality, advertising, customer satisfaction and customer loyalty are in the high category. The results of inferential statistical analysis show that the professionalism variable has a significant effect on organizational culture, service quality, advertising variables, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. It is better for companies to improve service quality by providing the latest information to employees, providing training, improving advice and infrastructure.

Keywords: Service Quality, Advertising, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Pemasaran	13
2.1.1. Pengertian Pemasaran	13
2.1.2. Teori Bauran Pemasaran	17
2.2. Loyalitas Pelanggan	17
2.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	13
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2.3. Indikator Loyalitas Pelanggan	19
2.3. Kualitas Layanan	19
2.3.1. Pengertian Kualitas Layanan	19
2.3.2. Konsep Kualitas Layanan	20
2.3.3. Indikator Kualitas Layanan	21
2.4. Periklanan	22
2.4.1. Pengertian Periklanan	22
2.4.2. Tujuan Periklanan	23
2.4.3. Jenis Media Periklanan	23
2.4.4. Indikator Periklanan.....	25
2.5. Kepuasan Pelanggan	25
2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	25
2.5.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	26
2.5.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	28
2.6. Penelitian Terdahulu	30
2.7. Kerangka Pemikiran.....	32
2.8. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian	37
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.3. Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian.....	33
3.4. Jenis Data.....	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
3.7. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas Instrumen Penelitian ..	43
3.8. Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	54
4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	57
4.3. Analisis Data Hasil Penelitian.....	63

4.4. Analisis Statistik Inferensial.....	67
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	