





Kinerja sendiri merupakan hasil kerja dari tingkah laku<sup>2</sup>. Pengertian kinerja ini mengaitkan antara hasil kerja dengan tingkah laku. Butte dalam Abu bakar juga menjelaskan retensi pelanggan merupakan bentuk loyalitas yang berhubungan dengan perilaku setia yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk. Sementara itu, loyalitas sendiri lebih mengacu pada sikap setia yang diukur berdasarkan komponen-komponen sikap, keyakinan, perasaan, dan kehendak untuk melakukan pembelian<sup>3</sup>.

Perlu diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, diantaranya adalah meningkatkan loyalitas pelanggan, retensi pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan<sup>4</sup>. Dalam mencapai sebuah keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar. Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen, yang diimplementasikan ke dalam harapan dan keinginannya. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan. Dengan kata lain, pihak pemasar harus mengaktualisasikan setiap harapan konsumen menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang

---

<sup>2</sup> Mischael Amstrong, *Manajemen Sumber daya manusia*. Terjemahan Sofyan Dan Haryant (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo ,1999), 15.

<sup>3</sup> Abu Bakar, *Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention*, *Skripsi*. Universitas Diponegoro, 2010, 32.

<sup>4</sup> Lupiyoadi dan A. Hamdani., *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006). 64.



membentuk sebuah kinerja yang ujung-ujungnya nanti akan berdampak pada meningkatnya tingkat retensi pelanggan. Tingkat retensi adalah tingkat yang menunjukkan seberapa banyak pelanggan bisa ditahan pada tahun tertentu dibandingkan pelanggan yang berhasil diakuisisi pada tahun sebelumnya<sup>7</sup>. Dapat di katakan apabila orientasi layanan terpenuhi maka retensi pelanggan akan naik, artinya di sini adalah bahwa semakin tinggi orientasi layanan yang di dukung dengan visi layanan terpenuhi, kepemimpinan layanan yang dapat menaungi, perlakuan terhadap pelanggan baik, teknologi layanan yang mendukung dan pelatihan layanan yang kompeten, maka akan semakin tinggi atau semakin meningkat pula retensi pelanggan.

2. Pengaruh visi layanan, kepemimpinan layanan, perlakuan terhadap pelanggan, teknologi layanan dan pelatihan layanan secara parsial terhadap retensi pelanggan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Blauran Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa visi layanan secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap retensi pelanggan. Dilihat dari kecilnya pengaruh visi layanan maka terdapat faktor-faktor lain yang dimungkinkan berpengaruh. Hal tersebut tidak didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Serli Marselia Mahasiswa Universitas Terbuka Bengkulu Fakultas Manajemen pada tahun 2010 yang berjudul “ Pengaruh Unsur-unsur Kepemimpinan Visioner terhadap Standar Pelayanan Minimal (Studi Pada Kantor Kecamatan Boyan Tanjung Kabupaten Kapuas Hulu)”, yang menyimpulkan bahwa analisis data yang dilakukan menunjukkan pengaruh antara faktor-faktor realitas, kepercayaan, dan variabel penampilan

---

<sup>7</sup>Syafruddin Chan, “*Relationship Marketing (Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut)*”, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 91.



maka visi layanan yang telah di tuliskanpun juga tidak akan terlaksana. di PT. Pengadain (persero) Cabang Syariah Blauran Surabaya, visi layanan sudah tertata dengan rapi dan semua karyawan yang berkerja telah sesuai dengan visi layanan yang ada namun bagi para pelanggan yang tidak begitu mengetahui visi dari pengadaian yang ada di sana mereka akan menomor duakan visi layanan yang telah tercantum, bagi mereka yang terpenting bagaimana cara mereka puas terhadap adanya pelayanan yang di berikan oleh para karyawan terhadap mereka dan mereka mendapatkan kenyamanan dalam menggunakan produk dari perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa kepemimpinan layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap retensi pelanggan. Dilihat dari pengaruh hasil variabel kepemimpinan layanan yang memberikan pengaruh terbesar terhadap retensi pelanggan dibandingkan dengan beberapa variabel lainnya. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi Swesty Yunia, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada tahun 2011 yang berjudul “Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Wonosobo)” yang menyimpulkan bahwa hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan pengaruh antara variabel bebas (X) kepemimpinan dan variabel terikat (Y) kinerja sebesar 51,6 %. Pada penelitian terdahulu didapatkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh kepemimpinan lebih kecil dibandingkan dengan penelitian ini dikarenakan subjek dan objek penelitian ini berbeda.

Dalam suatu organisasi atau perusahaan, pemimpin merupakan salah satu faktor penting karena faktor kepemimpinan dapat memberikan pengaruh yang berarti terhadap kinerja karyawan karena pimpinan yang merencanakan, menginformasikan, membuat, dan mengevaluasi berbagai keputusan yang harus dilaksanakan dalam sebuah organisasi. Faktor-faktor yang berhubungan dengan sikap, gaya, dan perilaku pimpinan sangat berpengaruh terhadap karyawan yang dipimpinnya bahkan turut berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

Kepemimpinan menurut Terry adalah aktivitas untuk mempengaruhi orang-orang untuk diajak ke arah mencapai tujuan organisasi. Keberhasilan seorang pemimpin tergantung pada kemampuannya mempengaruhi pihak lain<sup>9</sup>. Sedangkan menurut Siagian “kepemimpinan merupakan keterampilan dan kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain, melalui komunikasi baik langsung maupun tidak langsung dengan maksud untuk menggerakkan orang-orang tersebut agar dengan penuh pengertian dan kesadaran bersedia mengikuti kehendak-kehendak pemimpin tersebut<sup>10</sup>”.

Hasil dari penelitian ini bahwa kemepimpinan layanan merupakan variabel yang mempunyai hasil nilai pengaruh yang cukup besar diantara kelima variabel dalam penelitian ini, sehingga dalam hasil temuannya penelitian ini mendukung teori yang telah dikemukakan oleh Sulistyani bahwasanya pengaruh pemimpin dalam menjalankan tugasnya sangat penting. Secara teoritis konsep gaya kepemimpinan dikenal dengan adanya gaya

---

<sup>9</sup>Terry George R, “*Teknik Menumbuhkan dan Menekan Perilaku Organisasi*”, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1983), 31.

<sup>10</sup>Siagian Sondang P, *Teknik Menumbuhkan dan Menekan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: CV. Haji Masagung, 1995), 43.





yang besar pula terhadap kinerja seorang pegawai. Apabila seorang panutan atau pimpinan memberikan contoh yang baik kepada bawahan atau pegawainya maka akan dengan sendirinya mengikuti apa yang telah menjadi kebiasaan seorang pimpinan. Kesuksesan sebuah perusahaan dipegang erat oleh seorang pemimpin, karena tolok ukur, semangat kerja, dan tanggung jawab seorang karyawan juga berangkat dari adanya seorang pemimpin yang bijaksana.

Demi keberhasilan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Blauran Surabaya, supaya pelanggan tetap setia menggunakan produk ataupun layanan jasa perusahaan, manajemen pimpinan supaya mempertahankan budaya yang telah ada pada pegadaian yaitu lebih dikenal familier dengan masyarakat menengah kebawah terutama pada pimpinan perusahaan yang mau ikut andil dalam melayani nasabah saat bertransaksi.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa perlakuan terhadap pelanggan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap retensi pelanggan. Dilihat dari pengaruh hasil variabel perlakuan terhadap pelanggan yang memberikan pengaruh cukup besar terhadap retensi pelanggan. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bambang Daryoso Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Pada Tahun 2015 Yang Berjudul “ Pengaruh Perlakuan Pelanggan, Respon PLN, Stabilasi Daya Terhadap Retensi Pelanggan Pada PT. PLN Wilayah Bekasi Timur”, yang menyimpulkan bahwa hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan antara pengaruh variabel bebas (X) perlakuan terhadap pelanggan dan variabel





Partisipasi Manajemen, Dan Kemampuan Teknik Pemakai Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Individu”, yang menyimpulkan bahwa hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan antara pengaruh variabel bebas (X) teknologi layanan dan variabel terikat (Y) Kinerja individu 0,285 atau 2,85%. Pada penelitian terdahulu didapatkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh teknologi layanan lebih besar dibandingkan dengan penelitian ini dikarenakan subjek dan objek penelitian ini berbeda.

Teknologi layanan atau teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk mengambil keputusan.<sup>17</sup>

Kemajuan teknologi tentunya akan memudahkan dalam proses pelayanan. Wujud pelayanan sekarang lebih banyak yang berbasis teknologi. Pelayanan berbasis teknologi ini salah satunya adalah penggunaan computer untuk pembayaran, penggunaan media transaksi elektronik guna pembayaran dengan kartu kredit, serta fasilitas jejaring sosial (online) sebagai media promosi yang murah dan cepat. Perusahaan semakin dituntut untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan menyediakan fasilitas-fasilitas supaya tidak kalah bersaing dengan pesaingnya. Dengan adanya

---

<sup>17</sup> Marshall B Romney, *Accounting information sistem (sistem informasi akuntansi)*, edisi 9 (edisi bahasa indonesia) buku 1, (jakarta: Salemba Empat, 2006), 56.

fasilitas ini, tentu konsumen akan semakin mudah dalam melakukan transaksi dan akan meningkatkan kepuasan konsumen serta mempercepat dan canggih dalam proses pelayanan. Faktor teknologi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena faktor teknologi menjadi salah satu faktor yang mendukung kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan<sup>18</sup>.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Marshall di atas bahwasanya di PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Blauran Surabaya juga telah menerapkan teknologi informasi berdasarkan teori dengan adanya teknologi komputer yang telah disediakan oleh perusahaan sehingga pegawai dalam melaksanakan tugasnya dalam melayani nasabah merasa dimudahkan dalam mengambil keputusan, dan juga dengan adanya teknologi layanan yang canggih dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap perusahaan itu sendiri secara tidak langsung tujuan dari suatu perusahaan tersebut dapat dengan cepat mencapai target yang telah ditentukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang selanjutnya menunjukkan bahwa pelatihan layanan secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap retensi pelanggan. Dilihat dari hasilnya yang rendah terhadap pengaruh pelatihan layanan maka terdapat faktor-faktor lain yang dimungkinkan berpengaruh. Hal tersebut tidak didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khairul Akhir Lubis Mahasiswa Universitas Sumatera Utara Medan Fakultas Manajemen pada tahun 2008 yang berjudul “Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Medan”, yang menyimpulkan bahwa analisis data yang

---

<sup>18</sup>Fransisca Andriani, Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran), “*Jurnal Manajemen Pemasaran*”, Universitas Kristen Petra Surabaya, 2007, (Volume 2 No 1.), 37.







- 2) Kepuasan, berhubungan dengan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan terhadap kinerja produk yang diharapkan.

Faktor-faktor lain yang telah dijelaskan diatas menunjukkan bahwa retensi pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting terkait hubungan antara nasabah, karyawan, perusahaan dan juga strategi pemasaran. Seperti halnya faktor kepuasan, faktor tersebut menjelaskan nilai diri, pada suatu perusahaan baik itu yang berkaitan langsung dengan produk, pemberian layanan ataupun faktor yang lain. Apabila nasabah diperlakukan dengan baik, diberikan layanan dengan memuaskan, maka akan merasa berat nasabah untuk beralih keperusahaan lain yang belum tentu dapat memberikan perlakuan yang sama baiknya. Sehingga nasabah tersebut akan tetap setia dengan perusahaan yang memberikan kepuasan pada dirinya yang bisa dikatakan tetap retensi.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Win esti, et al. pada tahun 2013 yang berjudul “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Melalui Kepuasan”, yang menunjukkan hasil analisis data bahwa variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel yang berpengaruh positif dan merupakan variabel yang paling dominan terhadap retensi pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai *standardized coefficients* sebesar 0,538 atau 53,8 % yang paling besar diantara variabel lainnya.

Apabila dihubungkan dengan penelitian ini yakni tentang pengaruh variabel visi layanan, kepemimpinan layanan, perlakuan terhadap pelanggan, teknologi layanan, dan pelatihan layanan di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Blauran Surabaya. Maka relevansinya secara bersama-sama (simultan)

visi layanan, kepemimpinan layanan, perlakuan terhadap pelanggan, teknologi layanan, dan pelatihan layanan ini menunjukkan hasil yang signifikan dengan pengaruh sebesar 42.5%, dan selebihnya 57.5 % merupakan faktor lain yang dijelaskan diatas. Sehingga retensi pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh lima variabel yang dibahas dalam penelitian ini namun juga dipengaruhi oleh variabel lain yang telah dipaparkan diatas.

Variabel bebas yang memberikan pengaruh terbesar terhadap variabel terikat yaitu retensi pelanggan adalah variabel kepemimpinan layanan yang ditunjukkan dengan nilai *standardized coefficients* sebesar 0.245 atau 24.5 % yang paling besar diantara variabel lainnya yaitu kepemimpinan layanan dan perlakuan terhadap pelanggan. Maka, semakin tinggi orientasi layanan yang didukung dengan visi layanan terpenuhi, kepemimpinan layanan yang dapat menaungi karyawan dan nasabahnya, perlakuan terhadap pelanggan yang baik, teknologi layanan yang canggih dan mendukung serta pelatihan layanan yang kompeten, maka akan semakin tinggi juga semakin meningkat pula retensi pelanggan suatu perusahaan.

PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Blauran Surabaya, terkenal akan pelayanan karyawannya yang cepat dan ramah terhadap nasabah. Sehingga nasabah yang melakukan transaksi di perusahaan jasa tersebut telah memiliki ikatan persaudaraan yang kuat dengan para pegawai untuk menjaga hubungan ikatan yang baik dengan nasabah tersebut tidak mudah. Oleh karena itu sesuai dengan faktor retensi yang telah dibahas diatas bahwa diantaranya untuk menjaga nasabah agar tetap beretensi dengan perusahaan dengan cara memberikan kepuasan pelayanan yang baik.