

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Cikampek

Siti Syafa'at^{1*}, Agus Sumitra²

^{1,2} Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri, Indonesia

Alamat: Jl. By Pass Jomin No.69, Jomin Bar., Kec. Kota Baru, Karawang, Jawa Barat

Korespondensi penulis: syafaatsiti@gmail.com*

Abstract. PT Pegadaian (persero) is a non-banking financial services company in Indonesia that is controlled by the state and operates on a pawn system to provide loans to the general public. Analysis of service quality and customer satisfaction is very necessary, companies must be able to develop customer-oriented marketing concepts. The research objective is to determine the effect of service quality and customer satisfaction. The research method used is quantitative, with data collection through questionnaires to respondents. The research population is active customers of Ultra Micro Creation products from March to April 2024, totaling 177 people, obtained a sample of 64 respondents calculated using the Slovin formula. Based on simple linear regression analysis and forecasting, a significant value of 0.03 (<0.05) was obtained, which indicates that service quality has a significant influence on customer satisfaction. The correlation coefficient test results show a value of 0.25, while the determination test results in an R square value of 0.0522 or 5.22%. This means that service quality affects customer satisfaction by 5.22%, while the remaining 94.78% is influenced by other factors.

Keywords: Customer, Satisfaction, Service, Quality.

Abstrak. PT Pegadaian (persero) merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan non-perbankan di Indonesia yang dikendalikan oleh negara dan beroperasi atas sistem gadai untuk memberikan pinjaman kepada masyarakat umum. Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat diperlukan perusahaan harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi kepada nasabah. Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada responden. Populasi penelitian adalah nasabah aktif produk Kreasi Ultra Mikro sejak Maret hingga April 2024, berjumlah 177 orang, diperoleh sampel sebanyak 64 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana dan forecasting, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,03 ($< 0,05$), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai 0,25, sementara uji determinasi menghasilkan nilai R square sebesar 0,0522 atau 5,22%. Artinya, kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan nasabah sebesar 5,22%, sedangkan sisanya, yaitu 94,78%, dipengaruhi oleh faktor lain

Kata kunci: Kepuasan, Nasabah, Kualitas, Pelayanan.

1. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi saat ini, industri jasa memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan semakin berkembangnya kegiatan ekonomi, persaingan di industri jasa semakin ketat dan kompetitif. Produsen dituntut untuk menciptakan produk yang kreatif dan inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan tidak tertinggal dari pesaing. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dan *up-to-date*, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata nasabah. Lembaga keuangan merupakan salah satu contoh perusahaan jasa yang selalu dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, karena kebutuhan nasabah yang semakin beragam.

Perusahaan jasa berlomba-lomba memberikan layanan terbaik untuk mendukung kemajuan perusahaan dan menjaga loyalitas konsumen.

Aktivitas ekonomi suatu negara tak terpisahkan dari keberadaan lembaga keuangan. Lembaga keuangan memegang peranan strategis dalam perekonomian, yaitu sebagai pihak yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif untuk mencapai taraf hidup yang layak dan sejahtera. Lembaga keuangan, sebagai badan yang mengumpulkan dana dari masyarakat untuk kemudian disalurkan dalam bentuk pendanaan, terbagi menjadi dua jenis di Indonesia: lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Keduanya memiliki peran penting dalam mendistribusikan keuangan di masyarakat. Salah satu contoh lembaga keuangan bukan bank yang banyak dikenal adalah pegadaian (Akbar et al., 2021).

Banyak strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan salah satunya dengan memberikan kepuasan kepada nasabah melalui penyampaian jasa yang bermutu dan berkualitas. Perubahan paradigma telah mendorong setiap organisasi jasa untuk melakukan berbagai perbaikan. Kotler dalam (Hamid et al., 2024) definisi layanan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas layanan tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas atau penampilan fisik, tetapi juga dari efisiensi, efektivitas, dan ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah (Palandi et al., 2022). Analisis terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah sangat penting, karena keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan faktor yang sangat menentukan bagi perusahaan, sedangkan kekecewaan nasabah dapat menyebabkan kehancuran perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan dan memenuhi tuntutan mereka akan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan. (Sarmin et al., 2024)



Gambar 1. Komplain Nasabah

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan, pelayanan yang diberikan oleh PT Pegadaian (persero) Cabang Cikampek belum maksimal baik dari segi daya tanggapnya, empati, dan keandalannya. Dilihat dari ulasan gambar 1 diatas yang ditujukan kepada Pegadaian Cabang Cikampek terdapat beberapa nasabah yang memberikan ulasan tidak puas dengan kinerja karyawan PT. Pegadaian Cabang Cikampek pada tahun 2023. Nasabah tersebut menuliskan “pelayanan sangat lambat, data tidak ada kejelasan”. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai dimensi kualitas pelayanan, seperti keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) (Worek & Sepang, 2021). Nasabah mengharapkan pelayanan yang cepat, tepat, aman, dan profesional. Namun, keluhan terkait waktu pelayanan yang lama, kurangnya ketanggapan petugas, dan kurangnya informasi yang jelas masih menjadi isu yang perlu diperhatikan.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sebagaimana penelitian (Budiyanto, 2023) pada PT. Pegadaian Cab.Gubug, dan penelitian (Karwur et al., 2022) yang menunjukkan hasil kualitas pelayanan berkontribusi 26,5% terhadap kepuasan nasabah PT.Pegadaian UPC Tumpaan Di Desa Pinamorongan. Namun pada penelitian (Hidayatullah & Solekah, 2024) kualitas pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah melalui variabel intervening kepuasan nasabah di Koperasi BMT UGT Nusantara, sejalan dengan penelitian (Ibrahim & Thawil, 2019) dengan hasil penelitian kualitas layanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan di MNC Vision.

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat bervariasi tergantung pada konteks, lokasi, dan faktor-faktor lainnya. Oleh karena itu, penelitian tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Cikampek menjadi penting untuk dilakukan. Batasan masalah pada penelitian hanya pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan mengambil data nasabah aktif dari jenis Produk Kreasi Ultra Mikro dan melakukan pengambilan data melalui kuesioner di bulan Mei 2024. Untuk mengetahui jumlah nasabah aktif di bulan Juni 2024 untuk produk Kreasi Ultra Mikro menggunakan metode *forecasting*/peramalan di PT Pegadaian (persero) Cabang Cikampek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Cabang Cikampek, serta memberikan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merujuk pada upaya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penyediaan layanan yang unggul. Menurut Kotler & Keller (2016:442) “Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat” (Kharisma et al., 2023). Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, terdapat lima dimensi utama yang sering digunakan, yaitu: (1) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan konsisten. (2) Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan kesediaan dan kemampuan untuk membantu pelanggan serta memberikan layanan dengan cepat. (3) Jaminan (*Assurance*): Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. (4) Empati (*Empathy*) yaitu perhatian yang tulus dan individual kepada pelanggan. (5) Bukti fisik (*Tangibles*) meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengukur kualitas pelayanan berdasarkan kelima dimensi tersebut (Febriana et al., 2024).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah respon emosional terhadap pengalaman- pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku belanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual (Adhari, 2021). Sudaryono (2016: 78), “kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”. Menurut Tjiptono dan Diana (2016: 138) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”. (Kharisma et al., 2023). Fandy Tjiptono (2014: 368) tidak ada satupun ukuran tunggal “terbaik” mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak di beberapa indikator yaitu : (1) Perbandingan situasi (2) Konfirmasi harapan. Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut penting (3)

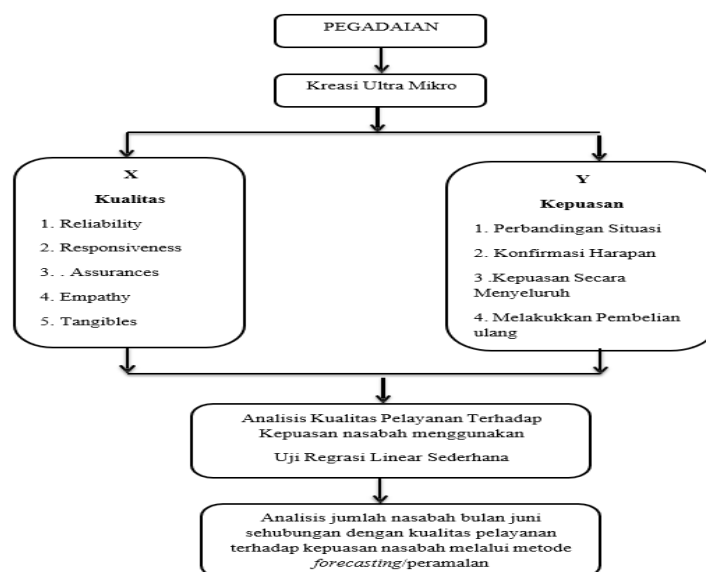
Kepuasan secara menyeluruh, yaitu dengan langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. (4) Melakukan pembelian ulang. Adalah kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi (Nelly & Pebrianti, 2024).

Metode Forecasting/Peramalan

Metode *Forecasting* adalah salah satu metode untuk melakukan perencanaan serta pengendalian produksi. *Forecasting* juga didefinisikan sebagai alat bantu untuk melakukan perencanaan yang efektif dan efisien. Fungsi perkiraan atau forecasting terlihat pada saat pengambilan keputusan. Keputusan yang baik adalah keputusan yang didasarkan atas pertimbangan apa yang akan terjadi pada waktu keputusan itu dilaksanakan. Metode *Forecasting* Kuantitatif meliputi : (1) *Time Series*. Metode *time series* atau deret waktu merupakan metode peramalan yang menghubungkan keterkaitan antara variabel dependen (variabel yang dicari) dengan variabel independen atau variabel yang mempengaruhinya kemudian dihubungkan dengan waktu, mingguan, bulan atau tahun. Jadi di dalam metode deret waktu, variabel yang dicari berupa waktu. Untuk menggunakan metode peramalan ini dapat menggunakan metode smoothing, metode box jenkins, atau metode proyeksi tren dengan regresi (2) Metode Kasual (Sebab Akibat). Metode ini didasarkan pada keterkaitan antara variabel yang diperkirakan dengan variabel lain yang mempengaruhinya. Namun, variabelnya bukan dalam bentuk waktu. Untuk menghitung atau meramalnya dapat menggunakan metode regresi dan korelasi, metode input output, atau metode ekonometri.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian dapat dilihat pada gambar 1 dibawah



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Lokasi

Lokasi penelitian adalah Kantor Pegadaian Cabang Cikampek Jl.Ir.H.Djuanda Sukaseuri Cikampek Kabupaten Karawang Provinsi Jawa barat.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi sebanyak 177 orang dari data nasabah Kreasi Ultra Mikro di pegadaian cabang Cikampek. Untuk menentukan sampel dari populasi menggunakan rumus Slovin dalam dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$ sehingga diperoleh sampel 64.

Teknik Model Analisis

Teknik analisis data dalam metode kuantitatif adalah dengan menggunakan statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam laporan ini adalah Uji Regresi Linear Sederhana. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait dan memprediksi variabel terkait dengan menggunakan variabel bebas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Sederhana

Pengambilan keputusan dalam Uji Regresi Linear Sederhana dapat mengacu pada dua hal dengan membandingkan nilai signifikan dengan probabilitas 0,05

- Jika nilai signifikan $< 0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
- Jika nilai signifikan $> 0,05$ artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
<i>Regression</i>	1	165.1291145	165.1291145	4.475424706	0.038410129
<i>Residual</i>	62	2287.60526	36.89685904		
<i>Total</i>	63	2452.734375			

(Sumber: Data Anova Analysis Excel)

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel 1 di atas bahwa nilai F dihitung = 4,475 dengan tingkat signifikan sebesar $0,03 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X) memiliki hubungan signifikan dengan variabel (Y).

Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (R) bertujuan untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Untuk memberikan interpretasi koefisien tersebut, maka dapatlah dilihat data tabel 2 di bawah.

Tabel 2. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2021)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Regression Statistics	
Multiple R	0.259469651
R Square	0.0673245
Adjusted R Square	0.052281346
Standard Error	6.074278479
Observations	64

(Sumber: Data Model Summary Analysis Excel)

Berdasarkan tabel 3 Hasil Uji Koefisien Korelasi di atas diperoleh nilai korelasi antara variabel (X) dengan variabel (Y) sebesar 0,25 hal ini dapat dikategorikan dalam tingkat hubungan yang rendah sesuai pada tabel 2 pedoman interpretasi koefisien korelasi

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan berapa persen pengaruh yang diberikan variabel (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel (Y) atau seberapa besar kemampuan variabel (X) menggambarkan variabel (Y), nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 – 1 (Sugiyono, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Regression Statistics</i>	
<i>Multiple R</i>	0.259469651
<i>R Square</i>	0.0673245
<i>Adjusted R Square</i>	0.052281346
<i>Standard Error</i>	6.074278479
<i>Observations</i>	64

(Sumber: Data Model Summary Analysis Excel)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji koefisien determinasi di atas diperoleh nilai determinasi (R^2) sebesar 0,0522. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan hanya mempengaruhi sebesar 5,22% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 94,78% dipengaruhi oleh faktor lain.

Metode Peramalan (Forecasting) Regresi Linear Sederhana

Analisa Peramalan (*forecasting*) adalah cara memperkirakan apa yang akan terjadi pada masa mendatang secara sistematis dan pragmatis atas dasar data yang relevan pada masa lalu. Penentuan periode waktu peramalan tergantung pada situasi dan kondisi aktual dan tujuan peramalan. Periode waktu yang biasa digunakan harian, mingguan, bulanan, semesteran dan tahunan. Penelitian ini menggunakan data dari nasabah aktif di satu Produk Kreasi Ultra Mikro dari bulan Maret, April, Mei yang ada di kantor pegadaian cabang Cikampek. Peneliti menggunakan metode peramalan (*forecasting*) untuk mengetahui total jumlah nasabah aktif dibulan Juni

Tabel 5. Data Nasabah Aktif

No	Bulan	Produk	Nasabah Aktif
01.00	Maret	Kreasi Ultra Mikro	46
02.00	April	Kreasi Ultra Mikro	65
03.00	Mei	Kreasi Ultra Mikro	66

(Sumber: Pegadaian Cabang Cikampek, 2024)

Tabel 6. Hasil Data *Forecasting* bulan Juni

Maret	April	Mei	Juni
46	65	66	93

(Sumber: Data Analisis Excel)

Berdasarkan Tabel 5 dan 6 diatas hasil dari perhitungan $Y = a + bX$ diperoleh nilai forecasting untuk dibulan Juni sebesar 93 nasabah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian(persero) Cabang Cikampek melalui wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner terhadap nasabah aktif di Produk Kreasi Ultra Mikro, maka dapat disimpulkan bahwa hasil analisis uji regrasi linear sederhana dengan nilai signifikan sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai hasil korelasi sebesar 0,25 hal ini dapat dikategorikan positif akan dalam tingkat hubungan yang rendah dan dapat dilihat dari hasil nilai determinasi

(R Square) sebesar 0,0522. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan hanya mempengaruhi sebesar 0,52% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 99,48% dipengaruhi oleh faktor lain.

Data analisis metode *forecasting*/peramalan dengan menggunakan teknik analisis uji regresi linear sederhana untuk mencari tahu seberapa banyak data nasabah aktif di produk kreasi ultra mikro pada bulan juni. diperoleh hasil untuk nilai $Y = a + bX$ dan mendapatkan hasil *forecasting*/peramalan untuk dibulan Juni 2024 adalah sebanyak 93 nasabah.

Saran

Adapun saran yang dapat diterapkan bagi PT Pegadaian (persero) Cabang Cikampek adalah melihat hasil dari data kuesioner yang dijawab oleh 64 responden menunjukkan bahwa masih ada beberapa responden yang mengisi point 1 (sangat tidak setuju) terhadap beberapa pernyataan terkait kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dan melihat hasil data yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan hanya mempengaruhi sebesar 0,52% terhadap Kepuasan Nasabah, sedangkan sisanya sebesar 99,48% dipengaruhi oleh faktor lain. maka perusahaan PT Pegadaian(persero) Cabang cikampek harus bisa lebih meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap nasabah sehingga nasabah bisa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hasil dari data *forecasting*/peramalan yang menunjukkan data nasabah aktif di produk kreasi ultra mikro sebanyak 93 nasabah dari yang sebelumnya 66 nasabah aktif. Maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan khususnya PT Pegadaian (persero) Cabang Cikampek untuk lebih bisa meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga bisa memberikan rasa puas terhadap nasabah dan bisa meningkatkan jumlah nasabah aktif khususnya di Produk Kreasi Ultra Mikro.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LPPM Tri Mitra Karya Mandiri dan PT. Pegadaian Persero Cabang Cikampek atas partisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adhari, I. Z. (2021). Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust. CV. Penerbit Qiara Media.
- Akbar, H. S., Azizia, F. N., Dzikri, M., Rohman, T., & Rilando, Y. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (persero) Area Surabaya 2. Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA), 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i1.385>

- Budiyanto, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian Persero Cabang Gubug Kabupaten Grobogan. *Cidea Journal*, 2(2), 20–34. doi: <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1268>
- Febriana, V., Julliana, Rahmatillah, R., Akbar, F., & Hayati, F. (2024). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Usaha Laundry Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan_ Studi Kasus Sahabat Laundry Coin Medan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 1211–1217.
- Hamid, S., Saraswati, R. U., & Zulkifli, S. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Starbuck di Bekasi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 253–275. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/21490>
- Hidayatullah, A. F., & Solekah, N. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Ikatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Di Koperasi BMT UGT Nusantara. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8679–8691. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.7950>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis(JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Karwur, H. S. L., Mangantar, M., & Rogi, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian IPC Tumpaan di Desa Pinamorong. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1718–1727.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Afiliation:, H. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *JUMANSI:JurnalIlmiahManajemendanAkuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i01.162>
- Nelly, & Pebrianti, T. (2024). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Kolam Pemancingan Sumber Rezeki Di Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. *Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 61–77.
- Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Di Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 565–576. <https://www.pegadaian.co.id/>,
- Sarmin, S., Zulkifli, S. M., & Saraswati, R. U. (2024). *BRANDING Panduan Praktis Membangun Brand*. Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RND*. Alfabeta.
- Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Pt. Pegadaian (Persero) Karombasan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 404–412.