

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PEGADAIAN LANCIRANG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Nurhakimah¹, Sofyan B.², Sapri³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Indonesia

Email: nurhakimah1901@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 97 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dari populasi 3.883 nasabah. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan pada seluruh dimensi SERVQUAL secara konsisten akan meningkatkan kepuasan nasabah Pegadaian Lancirang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, SERVQUAL, Pegadaian, Lembaga Keuangan Non-Bank.

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Pegadaian Lancirang, Sidenreng Rappang Regency. This study uses a descriptive quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 97 respondents selected using purposive sampling techniques from a population of 3,883 customers. The research instrument was measured using a Likert scale and analyzed using simple linear regression with the help of the IBM SPSS program. The results showed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Consistently improving service quality across all SERVQUAL dimensions will increase customer satisfaction at Pegadaian Lancirang.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, Pegadaian, Non-Banking Financial Institution.

A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, sektor jasa keuangan seperti pegadaian memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Pegadaian sebagai lembaga keuangan non-bank menyediakan layanan gadai yang membantu masyarakat mengakses dana cepat tanpa persyaratan kredit yang rumit sehingga berkontribusi terhadap inklusi keuangan dan pengentasan kemiskinan. (Nugroho et al., 2023) menunjukkan bahwa pegadaian di Indonesia telah meningkatkan akses keuangan bagi kelompok berpendapatan rendah, dengan kontribusi terhadap pengurangan kesenjangan ekonomi melalui penyediaan modal produktif. Lebih lanjut, layanan pegadaian memperluas jangkauan inklusi keuangan terutama di daerah pedesaan di mana bank konvensional sulit menjangkau.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu utama dalam menciptakan kepuasan konsumen. Menurut (Aspizain Caniago, 2021), kualitas pelayanan adalah ukuran tingkat keunggulan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi serta kemampuan mengendalikan standar pelayanan tersebut guna memastikan terpenuhinya kebutuhan dan harapan konsumen. Senada dengan hal tersebut, (Anggit & Setyorini, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup aspek sumber daya manusia, proses penyelenggaraan pelayanan, hingga lingkungan fisik yang mendukung kenyamanan bagi nasabah. Apabila pelayanan diberikan secara profesional dan responsif, tingkat kepuasan pengguna cenderung meningkat (Suprianto, 2023).

Pengukuran kualitas pelayanan yang paling banyak digunakan adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang mengidentifikasi lima dimensi utama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. (Setiono & Hidayat, 2022) membuktikan bahwa kelima dimensi SERVQUAL tersebut secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa. Baik dan buruknya kualitas layanan bergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggan secara konsisten (Naibaho et al., 2022).

Kondisi tersebut menjadi relevan di Kabupaten Sidenreng Rappang di mana Pegadaian Lancirang beroperasi sebagai penyedia layanan keuangan alternatif bagi masyarakat yang menghadapi keterbatasan akses ke bank konvensional. Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang masih menghadapi beberapa kendala seperti lamanya proses pelayanan, antrean yang panjang, serta kurang optimalnya komunikasi petugas dalam menjelaskan produk dan layanan (Syaira Diasyifa Herlambang, Dwie Shinta Nurlita, 2025). Hal ini juga dipengaruhi oleh meningkatnya persaingan dari lembaga keuangan digital yang menawarkan proses lebih cepat dan fleksibel (Ihza et al., 2025).

Berbagai penelitian terdahulu membuktikan hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Seke, Tumbel, dan Mukuan (2022) menemukan pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Digital. Mandagi, Kalangi, dan Walangitan (2023) menyimpulkan hal serupa pada Pegadaian UPC Malalayang Dua. Sementara itu, Melida dan Pramestari (2023) mengkonfirmasi bahwa dimensi bukti fisik, kehandalan, dan empati mendapat penilaian baik di Pegadaian Cabang Salemba Jakarta. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang Kabupaten Sidenreng Rappang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan aspek krusial bagi setiap organisasi karena menjadi faktor penentu kepuasan bagi konsumen atau masyarakat yang dilayani. Menurut Fandy Tjiptono (2014) (Nurmin Arianto dan Sabta Ad Difa, 2020), kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Definisi lain dikemukakan oleh (Naibaho et al., 2022), bahwa kualitas layanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan di mana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mewajibkan penyelenggara negara untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, cepat, tepat waktu, mudah diakses, transparan, dan tidak diskriminatif. (Devitasari et al., 2023) menemukan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan—*tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*—berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat dalam pelayanan publik administrasi kependudukan. (Zygiaris et al., 2022) juga mengkonfirmasi bahwa kelima dimensi

SERVQUAL memiliki hubungan positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di sektor jasa, di mana empati dan kehandalan menjadi dimensi yang paling dominan.

Kajian (Nurhadi & Darmawan, 2022) menegaskan bahwa dimensi-dimensi SERVQUAL merupakan komponen yang koheren dalam mengukur persepsi kualitas layanan dari sudut pandang pelanggan. Sementara itu, kajian (Lin et al., 2023) memperluas pemahaman dengan membuktikan bahwa kualitas layanan tidak hanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga secara langsung mendorong minat penggunaan kembali layanan. Ini menegaskan bahwa investasi dalam peningkatan kualitas layanan memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan lembaga jasa.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur menggunakan teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Terdapat lima dimensi utama dalam teori ServQual yaitu: (1) Bukti Fisik (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi dalam pelayanan; (2) Kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan secara konsisten, tepat, dan dapat diandalkan; (3) Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu kesiapan dan kesediaan aparatur untuk membantu memberikan layanan secara cepat dan tepat; (4) Jaminan (*assurance*), yaitu kepastian pelayanan yang mencakup waktu penyelesaian yang jelas, prosedur yang transparan, dan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan; dan (5) Empati (*empathy*), yaitu kepedulian dan perhatian personal kepada pelanggan (Herlambang & Nurlita, 2025).

2. Konsep Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah konsep penting dalam kajian pemasaran jasa karena berkaitan langsung dengan penilaian nasabah terhadap kualitas layanan yang diterima. Menurut Hawkins dan Lonney dalam (Nabila Asyiva, 2024), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, yang ditentukan oleh sejauh mana kinerja yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan nasabah diukur melalui tiga indikator utama: (1) kesesuaian harapan, (2) minat menggunakan kembali, dan (3) kesediaan merekomendasikan.

Ketika nasabah mendapati kinerja produk atau layanan mampu memenuhi atau melampaui standar yang mereka harapkan, nasabah akan merasa puas dan memiliki pengalaman positif. Semakin kecil kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dicapai (Gultom et al., 2020). Sebaliknya, jika kinerja layanan berada di bawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas dan berpotensi beralih ke layanan lain. Naini et al. (2022) menambahkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian terkait kepuasan nasabah pada lembaga keuangan memberikan bukti empiris yang konsisten. Bakti Setyadi et al. (2023) menemukan bahwa kepuasan nasabah memediasi secara parsial pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Any Meilani (2022) mengkonfirmasi bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Supriyanto et al. (2021) menegaskan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah bank. Selain itu, Delvia Safitri (2022) menambahkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Teluma et al. (2025) dalam penelitiannya pada layanan digital Maxim di Samarinda menemukan bahwa fitur layanan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil dari interaksi multidimensi antara kualitas pelayanan dengan persepsi dan harapan pelanggan, sehingga lembaga keuangan perlu memperhatikan seluruh aspek layanan secara komprehensif.

3. Pengembangan Hipotesis

Seke, Tumbel, dan Mukuan (2022) meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Pegadaian Digital Cabang Megamas Kota Manado menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi keandalan, daya tanggap, dan jaminan menjadi faktor yang paling berpengaruh, meskipun ada tantangan dalam penggunaan teknologi bagi sebagian nasabah.

Mandagi, Kalangi, dan Walangitan (2023) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. Menggunakan analisis regresi linier sederhana, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan 43,1% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Dimensi kehandalan dan ketanggapan terbukti menjadi faktor paling berpengaruh.

Melida & Pramestari (2023) menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Pegadaian Cabang Salemba Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik, kehandalan, dan empati mendapat skor yang baik, sedangkan dimensi jaminan dan daya tanggap masih perlu diperbaiki. Ponggohong, Tiwatu & Walangitan (2023) menerapkan SERVQUAL pada PT. Pegadaian UPC Paniki dan menemukan bahwa bukti fisik dan empati menjadi faktor paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dengan prosedur transaksi yang lama dan ketidakjelasan informasi memengaruhi kepuasan secara negatif.

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang Kabupaten Sidenreng Rappang.

H₀: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang Kabupaten Sidenreng Rappang.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan instrumen dan analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis. Syahroni Irfan (2022) menambahkan bahwa dalam penelitian kuantitatif, data primer diperoleh langsung dari sumber asli, sedangkan data sekunder sudah tersedia dari penelitian terdahulu atau sumber resmi lainnya.

Penelitian ini dilaksanakan di Pegadaian Lancirang Kecamatan Pitu Riawa Kabupaten Sidenreng Rappang selama kurang lebih dua bulan 12 Maret-Mei 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah 3.883 nasabah yang telah menggunakan layanan Pegadaian Lancirang selama satu tahun terakhir. Menurut Putu (2024), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang dipelajari untuk menarik kesimpulan. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 97 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling*, bagian dari *Non-probability Sampling* (Septiani et al., 2020).

Instrumen penelitian menggunakan Skala Likert yang dimodifikasi dengan empat alternatif jawaban. Kamaruddin (2016) menjelaskan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur pola pikir dan perspektif responden mengenai suatu variabel penelitian. Heryana (2020) menegaskan bahwa hipotesis dalam penelitian kuantitatif harus dirumuskan secara jelas dan diuji secara sistematis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Fairuzsyifa & Nugroho (2022) menegaskan bahwa analisis regresi linier sederhana merupakan metode yang tepat untuk menganalisis pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Pasaribu et al. (2022) menambahkan pentingnya

uji validitas dan reliabilitas instrumen sebelum analisis regresi dilakukan. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Pegadaian Lancirang secara keseluruhan berada pada kategori baik dengan persentase rata-rata 69%. Dimensi bukti fisik (*tangible*) memperoleh skor tertinggi 73%, mencakup kenyamanan ruang pelayanan, kerapihan pegawai, dan kelengkapan fasilitas. Menurut Syaira Diasyifa Herlambang, Dwie Shinta Nurlita (2025), dimensi tangible merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan media komunikasi dalam pelayanan yang secara langsung dirasakan oleh nasabah. Aspek kenyamanan tempat dan penampilan pegawai menjadi dua hal utama yang diperhatikan nasabah dalam menilai dimensi ini.

Dimensi kehandalan (*reliability*) mendapat skor 69%, menunjukkan konsistensi pelayanan sesuai SOP yang ditetapkan. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) memperoleh skor 68%, mencerminkan kesiapan pegawai dalam membantu nasabah secara cepat dan tepat. Setiono dan Hidayat (2022) membuktikan bahwa daya tanggap merupakan salah satu dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara dimensi jaminan (*assurance*) mendapat nilai 69% dan dimensi empati (*empathy*) mendapat skor 65%. Zygiaris et al. (2022) menegaskan bahwa dimensi empati merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena berkaitan dengan perhatian personal kepada pelanggan.

2. Kepuasan Nasabah

Hasil pengukuran kepuasan nasabah menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan 67% yang berada pada kategori baik. Indikator kesesuaian harapan memperoleh persentase 66%. Menurut Nabila Asyiva (2024), kesesuaian harapan adalah indikator utama kepuasan karena menunjukkan sejauh mana pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan nasabah sebelum menggunakan jasa. Indikator minat menggunakan kembali memperoleh persentase tertinggi 69%, mengindikasikan bahwa mayoritas nasabah berminat kembali menggunakan layanan Pegadaian Lancirang di masa mendatang.

Gultom et al. (2020) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan determinan utama loyalitas, di mana nasabah yang puas cenderung memiliki minat tinggi untuk bertransaksi ulang. Indikator kesediaan merekomendasikan memperoleh 66%, menunjukkan bahwa nasabah yang puas bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain. Naini et al. (2022) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan jembatan yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas jangka panjang pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang, dibuktikan dengan nilai F hitung 284,468 dan signifikansi 0,001 ($<0,05$). Hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah diterima. Temuan ini sejalan dengan Ponggohong, Tiwatu, dan Walangitan (2023) yang menemukan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pegadaian, dan dengan Bakti Setyadi et al. (2023) yang mengkonfirmasi bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien regresi bernilai positif (0,354) dengan t hitung 16,866 dan signifikansi 0,001, menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin meningkat pula kepuasan nasabah. Nilai *Standardized Coefficients* (Beta) sebesar 0,866 menunjukkan pengaruh yang sangat kuat. Nilai R Square 0,750 berarti kualitas pelayanan menjelaskan 75%

variasi kepuasan nasabah, sedangkan 25% sisanya dipengaruhi faktor lain. Supriyanto et al. (2021) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah bank secara berkelanjutan.

Temuan penelitian ini juga relevan dengan Mandagi, Kalangi & Walangitan (2023) serta Melida & Pramestari (2023) yang sama-sama menemukan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pegadaian di berbagai lokasi di Indonesia. Secara khusus, dimensi kehandalan dan ketanggapan terbukti paling dominan dalam membentuk kepuasan nasabah. Safitri dan Hayati (2022) menambahkan perspektif bahwa kepuasan nasabah yang terbentuk dari kualitas layanan selanjutnya akan mendorong loyalitas dan rekomendasi positif kepada orang lain, sebuah siklus yang sangat penting bagi keberlangsungan bisnis pegadaian.

Selain dimensi inti SERVQUAL, perkembangan teknologi juga memengaruhi ekspektasi nasabah. Serpong (2024) menemukan bahwa transformasi digital di lembaga keuangan non-bank meningkatkan efisiensi tetapi menimbulkan tantangan dalam menjaga kualitas interaksi manusia. Teluma et al. (2025) memperkuat hal ini dengan menemukan bahwa fitur layanan dan kepercayaan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan pada layanan digital. Oleh karena itu, Pegadaian Lancirang perlu mengintegrasikan peningkatan kualitas layanan tatap muka dengan adopsi teknologi digital agar tetap kompetitif menghadapi fintech dan layanan keuangan digital lainnya (Nugroho et al., 2023).

Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah perlunya Pegadaian Lancirang fokus meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh. (Kiki Azkiyah, 2023) dan Setya dan Bashori (2021) mengingatkan pentingnya pemilihan dan pengelolaan variabel yang tepat agar hasil evaluasi kinerja layanan dapat diimplementasikan secara efektif. Peningkatan kapasitas SDM, perbaikan fasilitas fisik, dan penyederhanaan prosedur pelayanan menjadi prioritas utama yang perlu diperhatikan oleh manajemen (Pasaribu et al., 2022).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Lancirang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Tingkat kepuasan nasabah berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata 67,9%, terdiri dari kesesuaian harapan (66,25%), minat menggunakan kembali (68,75%), dan kesediaan merekomendasikan (65,75%). Temuan ini konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menegaskan SERVQUAL sebagai kerangka pengukuran kualitas layanan yang valid pada lembaga keuangan non-bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & ZD, M. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Blang Pidie. *Journal of Management Science and Bussines Review*, 2(4), 233-252.
- Anggit, R. H., & Setyorini, I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Seroja Bekasi Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Industrial and Engineering System*, 3(1), 88-94.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- Azkiyah, K. I. K. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Prosedur, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Digital Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*.

- Devitasari, I., Ninghardjanti, P., & Winarno, W. (2023). *Pengaruh dimensi kualitas pelayanan publik pada bidang administrasi kependudukan terhadap kepuasan Masyarakat Jebres Kota Surakarta. JIKAP (Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 7(6), 527–534.
- Fairuzsyifa, A. I., & Nugroho, Y. S. (2024). Analisis regresi linier berganda pengaruh minat calon mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta menggunakan Python. *J. Inform. Polinema*, 10(2), 265-272.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Herlambang, S. D., Nurlita, D. S., & Yuningsih, N. Y. (2025). Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Berdasarkan Teori SERVQUAL di Desa Cimekar Kabupaten Bandung. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(8), 3470-3481.
- Heryana, A. (2020). Hipotesis penelitian. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Kamaruddin, S. (2016). *Administrasi dan Pelayanan Publik Antara Teori dan Aplikasi*. Sleman: Penerbit Ombak.
- Lin, X., Mamun, A. A., Yang, Q., & Masukujjaman, M. (2023). Examining the effect of logistics service quality on customer satisfaction and re-use intention. *PloS one*, 18(5), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286382>
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Malik, N. I. I., Idris, M., & Nur, I. (2025). Analisis Talenta Digital pada Efektivitas Pelayanan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) PT. Pegadaian Cabang Daya Makassar. *Journal of Economy Business Development*, 3(3), 320-328. <https://doi.org/10.56326/jebd.v3i3.3533>
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501-2510.
- Naibaho, U. A. (2023). Determinasi kepuasan pelanggan: Analisis kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk (literature review strategic marketing management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah, N. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of consumer sciences*, 7(1), 34-50.
- Nugroho, A. B., Naufaldi, A. S., Fauziyanti, D., Musarrof, H. N., & Kamilah, S. (2023). Efektivitas Produk Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Kesejahteraan UMKM melalui Pembiayaan Rahn dan Arrum. *JEMBA: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(3), 175-194.
- Nurhadi, I., & Darmawan, B. (2022). Coherence and Gap Between Service Quality Attributes and Customer Satisfaction. *Journal of Logistics and Supply Chain*, 2(2), 49-60.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis. *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*.
- Putu, S. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel; Pendekatan Methodology Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Maxim. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 25–36.
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan metode Sevqual. *Jurnal Septiani, Yuni Arribe, Edo Diansyah, Risnal*, 3(1), 131–143.

- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(09), 330–341. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6924>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Suprianto, B. (2023). Literature review: penerapan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(2), 123-128.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Teluma, Y. B. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Samarinda. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 3772-3789.
- Zygiaris, S., Hameed, Z., Ayidh Alsubaie, M., & Ur Rehman, S. (2022). Service quality and customer satisfaction in the post pandemic world: A study of Saudi auto care industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 842141. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.842141>