

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FRONTLINER TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Iqbal Sitompul<sup>1</sup>, Andri Soemitra<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [sitompulmuhammadiqbal@gmail.com](mailto:sitompulmuhammadiqbal@gmail.com)<sup>1</sup>, [andrisoemitra@gmail.com](mailto:andrisoemitra@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing-Medan. Data yang digunakan adalah data primer dan pendekatan kuantitatif. Ada 100 orang karyawan UPC Pancing yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai teknik analisisnya. Kualitas pelayanan (X) sebagai variable independent mencakup bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dan kepuasan nasabah sebagai variable terikat. Menurut penelitian ini secara simultan kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan (Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati), Kepuasan Nasabah, Pegadaian.

### Abstract

*This study aims to determine and analyze the effect of frontliner service quality on customer satisfaction at PT. Pegadaian (Persero) UPC Fishing-Medan. The data used are primary data and a quantitative approach. There were 100 employees of UPC Pancing who participated in this study. This study used multiple linear regression analysis as the analysis technique. Service quality (X) as an independent variable includes direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy and customer satisfaction as the dependent variable. According to this study simultaneously service quality (X), which consists of direct evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a positive and significant influence on satisfaction. The results of the research partially show that reliability has a significant effect on satisfaction, assurance has a significant effect on satisfaction, and empathy has a significant effect on satisfaction.*

**Keywords:** Service Quality (Direct Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy), Customer Satisfaction, Pawnshops

## Pendahuluan

Pada saat ini kegiatan investasi sedang sangat pesat disegala bidang yang menghasilkan banyaknya lapangan kerja terbuka dan membuat roda perekonomian Negara dapat berjalan dengan lebih lancar dan maksimal. Sebagai salah satu industry yang membutuhkan investasi yaitu dunia perbankan diharapkan memiliki andil yang besar didalam mendistribusikan dana kepada para pengusaha terutama dibidang UMKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang pada saat ini sepertinya masih belum efisien dan belum tersalur secara merata. Penyebabnya adalah rumitnya prosedur dan persyaratan untuk memperoleh dana kredit terutama untuk para pengusa UMKM yang masih kelompok ekonomi rendah (Jayanti et al., 2014).

Pegadaian adalah lembaga finansial non-bank yang para prinsipnya didirikan untuk membantu peminjam mendapatkan modal kerja. Selain itu juga untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga yang sangat banyak. Maka dari itu, pegadaian ada dan menyediakan Kredit Gadai dengan kemudahan syarat dan prosedur daripada lembaga perbankan yang lebih cepat dan mudah. Oleh karena itu pegadaian dituntut untuk dapat menyediakan layanan yang maksimal kepada nasabahnya agar nasabah dapat memperoleh dana yang mereka perlukan baik untuk usaha ataupun kebutuhan sehari-hari. Disamping itu pegadaian juga dituntut untuk menyediakan layanan yang bemutu dan layak agar nasabah mendapatkan kepuasan layanan. Nasabah yang puas akan memberikan keuntungan kepada perusahaan. Semakin tinggi kualitas layanan maka nasabah juga akan memperoleh tingkat kepuasan yang lebih tinggi pula (Rohaeni & Marwa, 2018).

Menurut (Wahab, 2017) kepuasan merupakan rasa senang ataupun kecewa

yang didapatkan dari membandingkan harapan dan kenyataan (hasil) yang didapatkan dari sebuah prduk atau layanan. Perusahaan akan mendapatkan konsumen yang banyak jika ada hubungan yang harmonis antara nasabah dan perusahaan. Persepsi dan citra yang baik dari nasabah akan menciptakan pembelian berulang atau dengan metode WOM (word of mouth) penyebaran dari mulut ke mulut menghasilkan konsumen yang loyal dan membeli berulang (Montolalu et al., 2015).

Kepuasan konsumen diinterpretasikan sebagai sebuah kondisi dimana ekspektasi, kebutuhan serta harapan nasabah bisa dipenuhi oleh produk atau jasa yang diperoleh. Kepuasan merupakan rasa yang dimiliki seseorang sesudah membandingkan hasil/kinerja yang diperoleh dengan ekspektasinya. Maka dari itu tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbandingan antara ekspektasi dan kinerja. Bila tidak sesuai dengan keinginan/harapan maka nasabah akan merasakan kecewa, dan demikian pula jika kinerja sesuai atau lebih baik maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan konsumen dapat diketahui dari pengalaman dan rekomendasi mereka kepada orang lain baik dari omongan ataupun iklan.

Menurut (Reni & Asmawati, 2016) kualitas merupakan rasa puas pembeli secara keseluruhan (fully customer satisfaction). Kualitas sebuah produk atau layanan ada pada rasa puas konsumen. Kualitas pelayanan adalah salah satu factor yang krusial. Berdasarkan pendapat Othman dan Owen ada 5 aspek untuk menilai kualitas layanan berdasarkan ekpektasi dan kenyataan yang dirasakan pelanggan yang disebut metode CARTER, mencakup bukti fisik (tangible), jaminan (assurance), keandalan (reliability), kemampuan fisik

(tangible), empati (empathy), dan daya tanggap (responsiveness).

Berdasarkan wawancara dengan Nurhaliza sebagai nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan di pegadaian ini sebenarnya sudah baik, namun terkadang lamanya proses pencairan dana yang dilakukan oleh pihak pegadaian membuat kami para pelanggan mengeluh. Fenomena lain yang terjadi di pegadaian disampaikan oleh Abdul, yang mengatakan nasabah/pelanggan harus antri dan menunggu sebelum mendapatkan pelayanan. Sedangkan kursi yang tersedia di pegadaian UPC Pancing terbatas. Hal ini membuat banyak nasabah yang mengeluh karna merasa tidak mendapatkan pelayanan yang terbaik (Ismawanto et al., 2020).

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu penelitian yang dilakukan (Panjaitan & Yuliati, 2016) dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Low Cost Carrier Airlines Airasia Indonesia periode Januari-Juni 2011”, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan.

Penelitian yang dilakukan (Wijayanto, 2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur).” Menurut penelitian diketahui bahwa variabel independent mempengaruhi variable tingkat kepuasan pelanggan (Sukamma & Muthalib, 2014).

Penelitian yang sudah ada belum satupun yang sudah membahas secara lengkap pengaruh kualitas pelayanan dengan semua indikatornya, terutama pada PT. Pegadaian Persero UPC Pancing. Dan

berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan pegadaian yang masih terdapat banyak permasalahan dan kurangnya riset terkait hal ini sehingga dirasa perlu untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh frontliner/karyawan pegadaian terhadap kepuasan nasabah. Maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Pegadaian (Persero) UPC Pancing - Medan”.

Kualitas atau mutu pelayanan adalah cara menyajikan atau memberikan produk atau jasa kepada customer sesuai standar dan kriteria yang berlaku sebagaimana dihendaki atau diharapkan oleh konsumen. Maka dari itu, kualitas layanan dapat diinterpretasikan sebagai usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah juga cara penyampaian yang tepat agar nasabah dapat menerima informasi dan produk atau jasa seperti harapan dan persepsi mereka. Selain itu kualitas layanan adalah kesesuaian antara persepsi dan harapan serta standar produk atau jasa yang diberikan kepada nasabah.

Lewis dalam Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2011:180) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan diterapkan untuk mengetahui mutu tingkat pelayanan yang disediakan menurut keinginan atau harapan konsumen.

Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi utama, yaitu:

1. Bukti Langsung (Tangible), mencakup perlengkapan atau alat, pekerja, fasilitas fisik dan juga sarana komunikasi.
2. Keandalan (Realibility), yaitu kapasitas untuk menyediakan layanan sesuai janji dan juga memberikannya dengan tepat akurat serta memuaskan.
3. Daya Tanggap (Responsiviness), yaitu ketanggapan para pegawai dalam

- membantu konsumen atau pelanggan saat memberikan layanan secara tanggap.
4. Jaminan (Assurance), terdiri dari kemampuan, sopan santun, etika, sifat, karakter, pengetahuan yang ada pada para pegawai yang aman, tanpa resiko atau keraguan.
  5. Empati (Emphaty), kesediaan para pegawai untuk menjalin hubungan komunikasi dengan pelanggan dan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan baik dan memuaskan.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan berlandaskan filsafat postifisme yang diterapkan untuk meneliti populasi serta sampel yang pada dasarnya dilaksanakan secara acak dan pengumpulan data dilakukan dengan bantuan instrument penelitian. Tahap selanjutnya adalah dengan menganalisis secara statistic/kuantitatif agar hipotesis yang sudah ditentukan dapat diuji. (Sugiyono,2009). Pengumpulan data dilakukan dengan cara survey dan mengisi kuesioner. Kerlinger dalam sugiyono (2007), menjelaskan bahwa metode survey dilaksanakan pada populasi kecil ataupun besar.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup subjek atau objek penelitian dengan kriteria spesifik yang ditentukan untuk dianalisis dan selanjutnya menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis(Sugiyono,2007). Dalam penelitian ini, populasinya adalah nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Pancing – Medan. Peneliti memilih sejumlah nasabah dari populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

Jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan pemilihan menerapkan metode purposive sampling. Menurut (Notoadmodjo,2010) purposive sampling

merupakan cara untuk mengambil sampel dengan mempertimbangkan kualitas atau kriteria populasi yang sudah ditentukan sebelumnya.

Pertimbangan tersebut misalnya khusus untuk masyarakat yang menjadi nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Pancing – Medan. Responden penelitian diperolehh dengan menyebarkan kuesioner melalui google form dan link, serta media social.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini mengumpulkan data dari 100 orang responden dimana mayoritas responden yaitu 69% perempuan dan sebanyak 31% laki-laki. Menurut karakteristik usia responden berasal dari kelompok usia 21 thn – 25 thn.

#### 1. Uji Valliditas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat validitas dari kuesioner yang digunakan.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Bukti Langsung (X1)	X1.1	0.932	0.195	Valid
	X1.2	0.938	0.195	
	X1.3	0.897	0.195	
Keandalan (X2)	X2.1	0.936	0.195	Valid
	X2.2	0.942	0.195	
	X2.3	0.963	0.195	
Daya Tanggap (X3)	X3.1	0.916	0.195	Valid
	X3.2	0.906	0.195	
	X3.3	0.883	0.195	
Jaminan (X4)	X4.1	0.905	0.195	Valid
	X4.2	0.912	0.195	
	Y4.3	0.918	0.195	
Empati (X5)	X5.1	0.917	0.195	Valid
	X5.2	0.926	0.195	
	X5.3	0.917	0.195	
Kepuasan (Y)	Y1.1	0.930	0.195	Valid
	Y2.2	0.963	0.195	
	Y3.3	0.950	0.195	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25, 2022

Menurut tabel yang diperlihatkan diatas, masing-masing item pernyataan dari variable bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan

memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.195), oleh karena itu disebut valid karena sudah sesuai dengan kriteria tiap variable.

Menurut (Al Hawasyi, M. M. H., Sunaryo, H., & ABS, 2019) uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi instrument pengukuran, apakah konsisten dan dapat dipercaya jika dilakukan pengukuran berulang. Alat ukur reliabilitas penelitian ini adalah metode Cronbach's Alpha.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Nilai Cronbach's Alpha dari variabel bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3) jaminan (X4), empati (X5), dan kepuasan (Y)  $>$  0,60 maka kesimpulannya adalah seluruh item-item penelitian ini sudah realibel.

**2. Uji Asumsi Klasik a. Uji Normalitas**

Pada uji asumsi klasik kesatu, hasil yang didapat telah terdistribusi normal dengan hasil nilai sig. uji normalitas 0,080  $>$  0,05 dan memenuhi syarat.

**3. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas jika VIF  $<$  10 dan nilai Tolerance  $>$  0.1 oleh karena itu tidak ada multikolinearitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Std.	Standardized Coef	t	S	Collinearity Tolerance	V
1	.022					
Bukti	.012	.009				
Keand	.180	.168				
Daya	.039	.029				
Jamina	.345	.338				

Empati	.417	.407				
--------	------	------	--	--	--	--

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel diatas maka tingkat toleransi dari variable langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) pada masing-masing model regresi  $>$  0.1 dan nilai VIF faktor untuk seluruh variable regresi  $<$  10. Kesimpulannya yaitu tidak ditemukan gejala multikolinearitas pada model regresi.

**4. Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel Bebas	Sig	Keterangan
Bukti Langsung (X1)	0.610	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keandalan (X2)	0.646	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Daya Tanggap (X3)	0.068	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Jaminan (X4)	0.821	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Empati (X5)	0.746	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2022

Tabel 4 diatas menunjukkann bahwa tingkat signifikansi dari masing-masing variable independent  $>$  0,05. Oleh karena itu disebut tidak ada heterokedasitas pada model penelitian.

**5. Analisis Regresi Linier Berganda**

Rumus persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah  $Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + e$  ((Rahmawati, R. D., Basalamah, M. R., & Hatnery, 2015).

**Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Std. Error	Standardized Coef	t	S
1	.02	1.3		
Bukti	.01	.079	.009	
Keandala	.18	.080	.168	2
Daya	.03	.090	.029	

Jaminan	.34	.092	.338	3
Empati	.41	.092	.407	4

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS  
 25,2022

Berdasarkan rumus diatas maka hasil dari regresi linear berganda yaitu  $Y = 0.022 + 0.012 + 0.180 + 0.039 + 0.345 + 0.417$ .  
 Uji Hipotesis

### 6. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F apabila nilai sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel menunjukkan bahwa variable X secara simultan mempengaruhi variable Y.

**Tabel 6. Uji F**

Model		d	Mean	F	S
1	166.934	5	3	38	.
Resi	82.226	94	.875		
Total	2	99			

Dari tabel diatas dapat diuraikan bahwa nilai F hitung (38.168) > F tabel (3,25) dan signifikansi (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Artinya adalah variable bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

### 7. Koefisien Determinasi

**Tabel 6 Koefisien Determinasi**

Model	R	Adjusted R	Std. Error of the
1	.81	.6	.652
			.935

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

Hasil analisis menunjukkan skor R Square adalah 0,670. Artinya seluruh variable bebas mencakup bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempengaruhi sebesar 67% terhadap kepuasan nasabah secara kongruen

sementara sisanya 33% dipengaruhi oleh factor-faktor lain.

### Pengaruh Bukti Langsung terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing

Menurut hasil uji t dan parsial pada variable pengaruhbukti langsung pada kepuasan nasabah memperoleh nilai thitung yaitu 0,145 dan ttabel yaitu 1,98 maka thitung < ttabel atau tingkat signifikan (0,885 > 0,05). Artinya variable bukti langsung tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

### Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing

Menurut hasil uji t dan parsial pada variable pengaruh keandalan pada kepuasan nasabah memperoleh nilai thitung sebesar 2,247 dan ttabel sebesar 1,98 maka thitung > ttabel atau tingkat signifikan (0,027 < 0,05). Artinya variable keandalan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

### Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing

Menurut hasil uji t dan parsial pada variable pengaruh daya tanggap pada kepuasan nasabah memperoleh nilai thitung sebesar 0,439 dan ttabel sebesar 1,98 maka thitung < ttabel atau tingkat signifikan (0,662 > 0,05). Artinya variable daya tanggap tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

### Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing

Menurut hasil uji t dan parsial pada variable pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah memperoleh nilai thitung sebesar 3,731 dan ttabel sebesar 1,98 maka thitung > ttabel atau tingkat signifikan (0,000 < 0,05). Artinya variabel jaminan

mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

### **Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing**

Menurut hasil uji t dan parsial pada variable empati pada kepuasan nasabah memperoleh nilai thitung sebesar 4,544 dan ttabel sebesar 1,98 maka thitung > ttabel atau tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya variable empati mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

### **Pengaruh Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing**

Secara simultan variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung > f tabel yaitu sebesar  $38,168 > 3,25$ . Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Kesimpulan**

1. Variabel bukti langsung secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing.
2. Variabel keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing.
3. Variabel daya tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing.
4. Variabel jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing.
5. Variabel empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing.
6. Variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Pancing.

### **Referensi**

- Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Rahmani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 1–11.
- Jayanti, W., Utomo, S. W., & Murwani, J. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada rumah makan di kabupaten ngawi. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2(1), 60–70.
- Montolalu, F. S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh kualitas layanan, promosi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 2(1), 120–135.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Reni, D., & Asmawati, S. (2016). Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah. *Islaminomics: Journal of*

*Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2).

Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.

Sukamma, L. E., & Muthalib, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 2(1), 1–7.

Wahab, W. (2017). Pengaruh kualitas

pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di kota pekanbaru. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66.

Wijayanto, K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 17(1), 38–45.

© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

