



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TAKSIRAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PT PEGADAIAN SYARIAH MARGONDA)

Jesika Putri¹, Jhonson Sitanggang²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Depok

jesikap0907@gmail.com¹, jhonson.sitanggang@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga taksiran terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pegadaian Syariah Margonda. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan nasabah gadai emas. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Hasil analisis data menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, kualitas pelayanan dan harga taksiran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik serta harga taksiran yang sesuai dengan harapan pelanggan terbukti meningkatkan kepuasan nasabah. variabel kualitas pelayanan dan harga taksiran bersama-sama menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 21,9%, sedangkan sisanya sebesar 78,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan PT Pegadaian Syariah Margonda. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pelayanan dan penetapan harga yang lebih kompetitif di sektor pegadaian syariah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Taksiran, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to examine the influence of service quality and estimated pricing on customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah Margonda. A quantitative descriptive approach was employed, involving 100 respondents who were customer of gold pawning services. Data were collected through structured questionnaires using a Likert scale. The findings reveal that both service quality and estimated price have a significant effect on customer satisfaction, both simultaneously and partially. The service quality and estimated price variables together explain 21,9% of the customer satisfaction variable, while the remaining 78,1% is influenced by other variables not examined service quality has dominant influence on customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah Margonda. High service quality and appropriately estimated pricing positively contribute to customer satisfaction. This research provides valuable insights for improving service strategies and competitive pricing within the Islamic pawnshop sector.

Keywords: Service Quality, Estimated Price, Customer Satisfaction

(*) Corresponding Author : Jesika Putri¹, jesikap0907@gmail.com¹

INTRODUCTION

Di era globalisasi ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan dan keberlanjutan perusahaan. Salah satu cara utama untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah dengan menyediakan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif. Tetapi masih ada pengusaha yang belum mampu memberikan kepuasan pelanggan sesuai harapan pelanggan. Untuk memenangkan persaingan, pengusaha harus mampu mengetahui kebutuhan-kebutuhan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan agar tidak terjadi perpindahan pelanggan ke pesaing.

Faktor keberhasilan suatu bisnis ditengah dunia persaingan yang begitu ketat adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan penawaran terhadap pelanggan dengan cara menawarkan produk dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, pengusaha harus memprioritaskan kualitas pelayanan kepada pelanggan, agar pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang baik lebih dari yang diharapkan, itu merupakan bentuk usaha dari kualitas pelayanan itu sendiri.

Sementara itu, harga juga dapat menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga yang terjangkau atau sebanding yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menambah tingkat kepuasan pelanggan. Begitu juga dengan harga yang tidak sesuai dengan produknya atau terlalu tinggi untuk menentukan harganya dapat menurunkan kepuasan pelanggan, bahkan menyebabkan mereka beralih ke pesaing.

Pegadaian adalah perusahaan yang memberikan pinjaman uang dengan jaminan berupa perhiasan emas ataupun barang elektronik lainnya. Produk-produk Pegadaian Syariah menyediakan beberapa produk untuk masyarakat misalnya gadai emas, mulia, pembiayaan ar-rum, dan lainnya. Pegadaian Syariah juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Orang yang menggadai atau bertransaksi di Pegadaian dinamakan sebagai “nasabah”. Penulis melakukan penelitian di salah satu Pegadaian Syariah di Margonda dan hanya fokus pada salah satu produk yaitu gadai emas (rahn). Gadai emas adalah produk yang dapat memberikan uang dengan barang jaminan berupa perhiasan atau logam mulia. Jaminan tersebut diberikan dan disimpan dalam penguasaan Pegadaian Syariah dalam proses penyimpanan tersebut nasabah wajib membayar jasa simpan (ujrah) sesuai perjanjian saat akad.

PT Pegadaian Syariah Margonda memiliki struktur organisasi yang terdiri dari 2 bagian, bagian non gadai, bagian gadai. Bagian tersebut bertanggung jawab atas pelaksanaan pembiayaan dan gadai di perusahaan. Seperti, Arrum Multiguna, Arrum BPKB, RTT (Rahn Tasjily Tanah) RTE (Rahn Tabungan Emas) Rahn dan Rahn Fleksi. Adapun pembiayaan seperti, Arrum Safar & Haji, Pembiayaan Motor & Mobil.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas (Rahn) di Pegadaian Syariah Margonda 2021-2023

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	1,305
2022	2,275
2023	2,914
2024	2,108

Sumber : Data Primer (2026)

Berdasarkan tabel diatas informasi yang didapat dari Pegadaian Syariah Margonda bahwa perusahaan tersebut mengalami kenaikan dan juga mengalami penurunan nasabah mulai dari tahun 2021-2024. Jika dalam sebulan diperkirakan jumlah nasabah gadai emas sebanyak kurang lebih 108 orang nasabah dan jumlah nasabah ditahun 2021 mencapai 1.305 nasabah. Sedangkan di tahun 2022 jumlah nasabah mengalami peningkatan sebanyak 2.275 nasabah. Dan di tahun 2023 juga mengalami peningkatan sebanyak 2.914 nasabah, setelah mengalami kenaikan berturut-turut Pegadaian Syariah Margonda juga mengalami penurunan pada tahun 2024 menjadi 2,108. Di Pegadaian Syariah Margonda lebih banyak memberikan jaminan berupa emas, mulai dari kadar yang rendah sampai kadar yang tinggi, dan yang paling banyak diminati dari tahun ke tahun adalah gadai emas.

Penelitian terdahulu juga pernah dilakukan oleh Sarif (2023) dengan judul “ Pengaruh Kualitas

Pelayanan, Produk, Kepercayaan dan Promosi Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah (studi kasus minat nasabah Pegadaian Syariah Purwokerto) penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Produk (X_2), Kepercayaan (X_3), dan Promosi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah di Pegadaian Syariah Purwokerto. Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Pegadaian Syariah Purwokerto memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dan juga sering menyebarkan brosur ke pasar dan tempat umum lainnya.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam mengenai faktor apa saja sebenarnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pegadaian Syariah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Taksiran terhadap Kepuasan Pelanggan PT Pegadaian Syariah Margonda**”

METHODS

Jenis penelitian ini adalah menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, Menurut Curral dan Towler dalam Amruddin (2019:25) metode penelitian kuantitatif telah menjadi teknik pilihan oleh para peneliti. Metode ini menggunakan pengukuran baku terhadap variabel (melalui eksperimen atau survei) yang memungkinkan peneliti untuk menyatakan kekuatan dan arah hubungan diantara variabel secara presisi.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui valid dan reliabel suatu pernyataan. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

NO	DIMENSI	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	P1	0,361	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
2	P2	0,341	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
3	P3	0,496	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
4	P4	0,350	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
5	P5	0,364	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa masing-masing nilai R_{hitung} untuk seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,196$), maka dapat disimpulkan seluruh pernyataan yang digunakan dalam instrument penelitian ini valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga Taksiran

NO	DIMENSI	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	P6	0,470	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
2	P7	0,606	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
3	P8	0,487	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
4	P9	0,319	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada tabel di atas hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan 0,196 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

NO	DIMENSI	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	P10	0,487	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
2	P11	0,442	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196
3	P12	0,395	Valid	Karena nilai rhitung > 0,196

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai rhitung yang disajikan pada tabel di atas hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan 0,196 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach A	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Pelayanan	0,627	Reliabel	Karena Cronbach a > 0,6
2	Harga Taksiran	0,681	Reliabel	Karena Cronbach a > 0,6
3	Kepuasan Pelanggan	0,631	Reliabel	Karena Cronbach a > 0,6

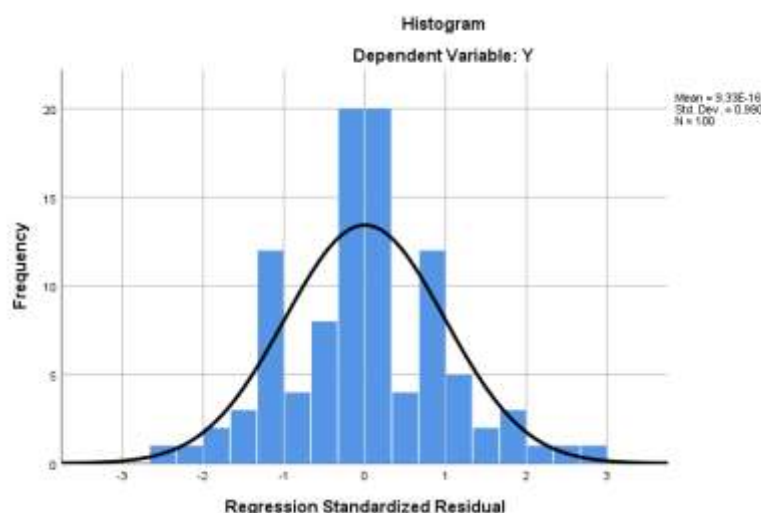
Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam tabel *reliability statistic* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrument penelitian ini *reliabel* dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk memastikan persamaan regresi yang digunakan tepat dan valid. Sebelum melakukan Analisa regresi berganda dan pengujian hipotesis, maka harus melakukan beberapa uji asumsi klasik yang terdapat beberapa jenis antara lain.

1. Hasil Uji Normalitas

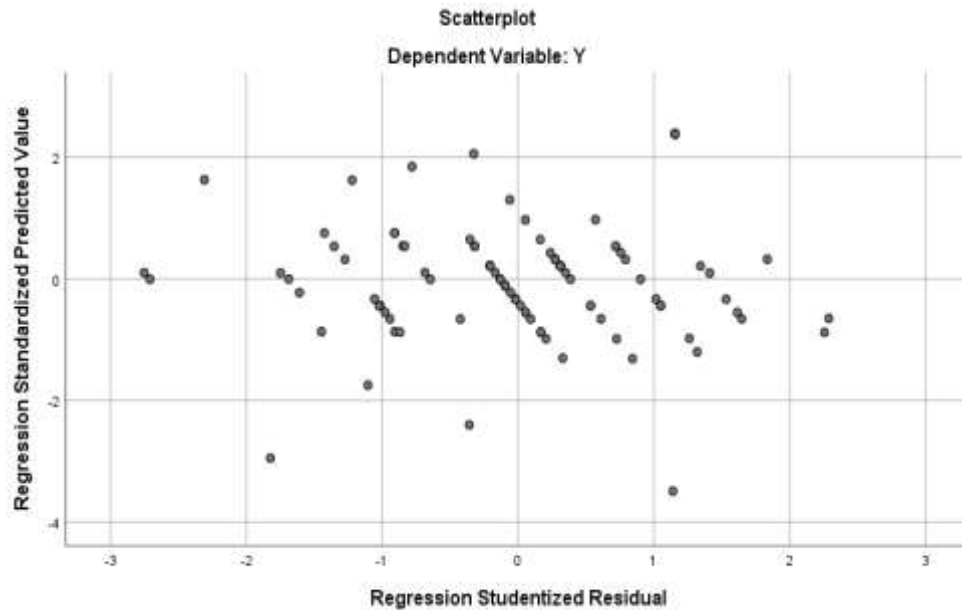


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Berdasarkan tampilan histogram diatas terlihat distribusi data membentuk lonceng dengan kedua sisi yang tidak terhingga, yaitu tidak memiliki batasan capaian angka dikedua sisinya yang tidak terhingga nilainya. Berdasarkan uji normalitas variabel dependen memiliki distribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Heteroskidastisitas Dengan Pendekatan Grafik

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Grafik *scatterplot* di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variabel *independen* nya.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis antara lain Persamaan Regresi Linier Berganda, Uji F (Uji Simultan), Uji T (Uji Parsial) dan Koefisien Determinasi (R^2)

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.223	1.410		2.996	.003		
	X1	.311	.062	.456	5.030	.000	.958	1.043
	X2	.068	.066	.094	1.032	.305	.958	1.043

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients* Beta di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 4,223 + 0,311X_1 + 0,068X_2$$

- Konstanta sebesar 4,223 yang berarti jika nilai variabel kualitas pelayanan dan harga taksiran dianggap nol maka variabel kepuasan pelanggan hanya sebesar 4,223.
- Koefisien Regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,311 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu-satuan sementara variabel harga taksiran diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,311.

- c. Koefisien regresi variabel harga taksiran sebesar 0,068 yang berarti jika variabel harga taksiran mengalami kenaikan satu-satuan sementara variabel kualitas pelayanan diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,068.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.235	.219	1.66962

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,219 atau 21,9%. Ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga taksiran bersama-sama menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 21,9%, sedangkan sisanya sebesar 78,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji T ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel *dependen* nya secara parsial atau sendiri-sendiri. Di bawah ini dapat dilihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh harga taksiran terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.223	1.410		2.996	.003
	X1	.311	.062	.456	5.030	.000
	X2	.068	.066	.094	1.032	.305

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2026 (Data diolah)

- Untuk variabel kualitas pelayanan: nilai “sig.” (Signifikansi) adalah 0,000. Karena nilai ini lebih kecil dari 0,05, maka variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- Untuk variabel harga taksiran: nilai “sig.” (Signifikansi) adalah 0,305. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka variabel harga taksiran tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya hanya variabel kualitas pelayanan yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel harga taksiran tidak.

DISCUSSION

Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Taksiran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT Pegadaian Syariah Margonda) melibatkan 100 responden untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X¹ dan X² yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga Taksiran terhadap Variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > 0,196$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha $> 0,6$. Hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 4,223 + 0,311X_1 + 0,068X_2$. Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam *Adjusted R Square* adalah 0,219 atau 21,9%, ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel-variabel independen pada penelitian ini adalah sebesar 21,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimuat dalam penelitian ini.

Kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup bagus, selalu bersedia membantu apa yang dibutuhkan nasabah, dan juga selalu memberikan asuransi ganti rugi apabila ada barang yang hilang atau rusak. Hal ini membuat para nasabah merasa nyaman dan sangat terbantu pada saat mereka melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Margonda dan dapat dimaksimalkan dengan sebaik-baiknya agar memberikan pengalaman yang berkesan di hati para nasabah.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi pada hasil penelitian dengan menghitung t_{hitung} dengan t_{tabel} . Diketahui dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa angka t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 5,030 sedangkan angka t_{tabel} adalah 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel harga taksiran nilai t_{hitung} adalah 1,032 dan t_{tabel} adalah 1,984 artinya bahwa variabel harga taksiran tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi 0,305. Dari variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan menunjukkan berpengaruh signifikan dan harga taksiran tidak memiliki pengaruh signifikan, ini menjadi hal yang harus diperhatikan oleh PT Pegadaian Syariah Margonda untuk selalu mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan harga taksiran yang sesuai dengan barang gadai nasabah karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada di kuesioner yang telah disebar dinyatakan valid. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = 4,223 + 0,311X_1 + 0,068X_2$ dan Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan harga taksiran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Pegadaian Syariah Margonda.
2. Terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Pegadaian Syariah Margonda, nasabah memilih menggadai barang nya karena Pelayanan yang diberikan sudah cukup bagus dan memuaskan bagi beberapa pelanggan.
3. Secara simultan, Kualitas Pelayanan dan Harga Taksiran memberikan kontribusi sebesar 21,9% terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

REFERENCES

- Abdullah. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian & Teknik Pengumpulan Data*. Gava Media.
- Amruddin et al. (2022). *Metode Penelitian*. Pradina Pustaka.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktifitas Word of Mouth (WOM)*. (t.t.).
- Anugra, G., Indrasetyaningsih, A., & Athoillah, M. (2021). *PELATIHAN PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DASAR DENGAN SOFTWARE R*.
- Ardiyanto, L. D., Pradiani, T., Teknologi, I., & Malang, A. (2024). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO BESI DAN KACA "SANTA" YOGYAKARTA*

- Jesika Putri¹, Jhonson Sitanggang²// *ELESTE: Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal* 6 (1) Maret 2026
- Carolinsca, P., Tinneke, S., Tumbel, M., Mukuan, D. D. S., Administrasi, J. I., & Bisnis, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Cabang Megamas Kota Manado* (Vol. 3, Nomor 3).
- Fawzi, & Marissa. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, & Implementasi*. Pascal Books.
- Ghozali. (2021). *Analisis dengan Program SPSS*. Erlangga.
- Hartini. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Hermawan Budiyanto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian Persero Cabang Gubug Kabupaten Grobogan. *CiDEA Journal*, 2(2), 20–34. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1268>
- Irmawati, et al. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. CV Sabajaya Publisher.
- Iswandi, M., & Sheylla, A. (2020) *PENGARUH+KUALITAS+PELAYANAN+DAN+SIKAP+GICI*
- Kencana, P. N., & Wahidah, N. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana Muslim Preview Cabang ITC Depok. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 37–43.
- Krisna, A., & Wayan, S. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi*. Ideas Publishing.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Nasution, I. S., Junita Lubis, & Zulkarnain Nasution. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pembantu Cabang Simpang Mangga. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 582–590. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1098>
- Ngatno. (2020). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Perdana, Y. A., & Sumidartiny, A. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian (Studi Kasus di PT Pegadaian Cabang Kalimalang)*.
- Rani Kaat Jhonny F Kalangi Olivia Walangitan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, I. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Program Kreasi Pada PT. Pegadaian (PERSERO) UPC Malalayang Dua* (Vol. 4, Nomor 5).
- Riyanto, & Aglis. (2020). *Analisis Regresi*. UD Press.
- Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sari et al. (2023). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. CV Angkasa Pelangi.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syafarudin. (2018). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Tjiptono. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Andi.
- Wanda Wahidah, & Rayuwanto. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 65–72. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>