Jurnal Pusat Manajemen
Publisher: Universitas Dehasen Bengkulu
e-ISSN 3048-3840
Journal URL: https://jurnalunived.com/index.php/PUSMAN
DOI : 10.37676/pusman
Volume 3 Nomor 2, Desember 2026, pp. 85-92

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Pusat Gadai Indonesia, Sampang Branch

Rachma Supriyadi Ningtyas[1*]; Karona Cahya Susena[2]
[1] Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Terbuka, South Tangerang, Indonesia
[2] Master of Management Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia
*Penulis korespondensi: 049347007@ecampus.ut.ac.id

Diterima (Received): 25 September 2026 | Direvisi (Revised): 01 November 2026
Disetujui (Accepted): 28 September 2026 **| Diterbitkan (Published):** 03 November 2026
© Penulis, 2026. Artikel ini merupakan artikel akses terbuka yang didistribusikan berdasarkan Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional (CC BY-SA 4.0): https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada perusahaan jasa, termasuk lembaga pergadaian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah, menggambarkan tingkat kepuasan nasabah, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Forms yang diberikan kepada 50 responden dengan teknik accidental sampling. Pengukuran menggunakan skala Likert empat poin, sedangkan analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan nasabah, dengan koefisien regresi sebesar −0,435 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,345 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam model penelitian mampu menjelaskan 34,5% variasi kepuasan nasabah. Namun, arah koefisien regresi yang negatif belum sejalan dengan dugaan konseptual bahwa kualitas pelayanan yang lebih baik berkaitan dengan kepuasan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, pemeriksaan instrumen dan pengolahan data lebih lanjut diperlukan untuk memperjelas temuan tersebut.

Kata kunci: Accidental Sampling; Nasabah; Pegadaian; SERVQUAL.

ABSTRACT

Service quality is one of the important aspects in improving customer satisfaction in service companies, including pawnshop institutions. This study aims to identify customers' perceptions of service quality, describe the level of customer satisfaction, and analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Pusat Gadai Indonesia, Sampang Branch. This study employed a quantitative approach with an associative research design. Data were collected through Google Forms questionnaires distributed to 50 respondents using the accidental sampling technique. A four-point Likert scale was used for measurement, while data analysis involved validity testing, reliability testing, simple linear regression, t-test, and the coefficient of determination using SPSS. The results indicate that service quality has a statistically significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of −0.435 and a significance value of less than 0.001. The coefficient of determination of 0.345 indicates that service quality in the research model explains 34.5% of the variation in customer satisfaction. However, the negative direction of the regression coefficient is inconsistent with the conceptual assumption that better service quality is associated with higher customer satisfaction. Therefore, further examination of the research instruments and data processing is necessary to clarify these findings.

Keywords: Accidental Sampling; Customers; Pawnshop; SERVQUAL.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha yang semakin berkembang menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan menjadi aspek penting karena pelanggan berinteraksi secara langsung dengan perusahaan ketika menggunakan layanan yang tersedia. Pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman positif, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali jasa perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan dan memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih penyedia jasa.

Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang menjadi objek yang dipilih dalam penelitian ini untuk mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dalam menggunakan jasa gadai, nasabah membutuhkan pelayanan yang jelas, cepat, tepat, ramah, dan dapat memberikan rasa aman. Nasabah juga membutuhkan informasi yang mudah dipahami mengenai prosedur transaksi dan ketentuan layanan. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan nasabah penting untuk diperhatikan. Penilaian mengenai kondisi pelayanan di cabang tersebut perlu didasarkan pada data lapangan agar tidak hanya berupa asumsi peneliti.

Kualitas pelayanan dapat dianalisis menggunakan konsep SERVQUAL yang mencakup lima dimensi, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Bukti fisik berkaitan dengan fasilitas dan penampilan karyawan. Keandalan menunjukkan kemampuan memberikan pelayanan secara tepat dan konsisten. Daya tanggap berkaitan dengan kesediaan karyawan membantu nasabah secara cepat. Jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan menumbuhkan rasa percaya dan aman. Sementara itu, empati menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan nasabah. Kelima dimensi tersebut dapat menjadi dasar untuk menilai kualitas pelayanan pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang.

Penelitian terdahulu telah membahas hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada berbagai lembaga gadai. Asman dan Komala (2021), dalam penelitian pada PT Pegadaian Cabang Klayan di Kabupaten Cirebon, menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Mandagi et al. (2022) juga melaporkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian UPC Malalayang Dua. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan layak dikaji sebagai salah satu faktor yang berkaitan dengan kepuasan nasabah. Penelitian pada lembaga gadai lainnya juga mendukung pentingnya topik ini. Sofiani et al. (2022) mengkaji peningkatan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah di Pegadaian Syariah CPS Sampang Kota. Karwur et al. (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan berkaitan signifikan dengan kepuasan nasabah pada PT Pegadaian UPC Tumpaan. Selanjutnya, Ponggohong et al. (2023) melaporkan pengaruh positif lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Paniki. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek pelayanan, termasuk kecepatan pelayanan dan penanganan keluhan, perlu mendapat perhatian.

Penelitian internasional juga menyoroti hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di sektor keuangan. Zouari dan Abdelhedi (2021) meneliti kepuasan nasabah pada perbankan syariah dalam era digital. Wang et al. (2023) mengkaji dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada lembaga keuangan nonbank di negara berkembang. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh karakteristik layanan dan konteks lembaga yang diteliti. Selain itu, Deshanty et al. (2024) menemukan bahwa layanan digital dan kualitas pelayanan berkaitan positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen pada PT Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota.

Meskipun sejumlah penelitian terdahulu menemukan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, hasil penelitian pada cabang atau perusahaan lain belum dapat langsung digunakan untuk menyimpulkan kondisi pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang. Karakteristik nasabah, pengalaman pelayanan, dan harapan pelanggan dapat berbeda pada setiap objek penelitian. Dengan demikian, celah penelitian (research gap) dalam artikel ini adalah perlunya bukti empiris yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah, menggambarkan tingkat kepuasan nasabah, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang. Penelitian direncanakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada nasabah yang memenuhi kriteria sebagai

responden. Data yang terkumpul akan dianalisis untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan serta menambah referensi akademis dalam bidang manajemen pemasaran jasa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia. Populasi penelitian adalah nasabah Pusat Gadai Indonesia yang memperoleh pelayanan selama periode penelitian, dengan sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu pengambilan sampel dari responden yang kebetulan ditemui dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Teknik ini digunakan karena responden dipilih berdasarkan kesediaan dan kesempatan untuk mengisi kuesioner selama periode pengumpulan data.

Instrumen penelitian berupa kuesioner menggunakan Google Forms sebagai teknik pengumpulan data. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert empat poin, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), setuju (3), dan sangat setuju (4). Skala ini digunakan untuk mendorong responden menentukan kecenderungan jawabannya tanpa pilihan netral, dengan mempertimbangkan konteks pertanyaan dan kemampuan responden dalam memberikan penilaian (Chyung et al., 2017). Data yang terkumpul kemudian diolah berdasarkan skor jawaban responden untuk memperoleh nilai setiap variabel yang digunakan dalam analisis.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y). Variabel kualitas pelayanan diukur melalui lima indikator, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Sementara itu, kepuasan nasabah diukur melalui tiga indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat kunjungan ulang, dan kesediaan merekomendasikan. Penggunaan indikator tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima serta tingkat kepuasan mereka terhadap layanan Pusat Gadai Indonesia.

Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui beberapa tahapan pengujian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi internal instrumen. Selanjutnya, uji asumsi yang relevan dilakukan untuk menilai kelayakan model regresi sebelum analisis lebih lanjut. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara parsial, sedangkan koefisien determinasi ((R^2)) digunakan untuk mengetahui proporsi variasi kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dalam model penelitian. Hasil pengujian kemudian diinterpretasikan berdasarkan nilai statistik yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi 5% (α = 0,05).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian diperoleh dari pengolahan data kuesioner terhadap 50 responden nasabah Pusat Gadai Indonesia. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji ANOVA, uji t, dan uji koefisien determinasi. Pengujian tersebut dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian, konsistensi jawaban responden, serta hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari setiap pengujian disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.305	0.279	Valid
2	0.204	0.279	Tidak Valid
3	0.415	0.279	Valid
4	0.028	0.279	Tidak Valid
5	0.244	0.279	Tidak Valid

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
6	0.481	0.279	Valid
7	0.008	0.279	Tidak Valid
8	0.041	0.279	Tidak Valid
9	0.563	0.279	Valid
10	0.048	0.279	Tidak Valid
11	0.313	0.279	Valid
12	0.578	0.279	Valid
13	0.041	0.279	Tidak Valid
14	0.227	0.279	Tidak Valid
15	0.642	0.279	Valid

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X) menggunakan korelasi Pearson Product Moment pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa dari 15 pernyataan, terdapat 7 pernyataan yang dinyatakan valid dan 8 pernyataan yang dinyatakan tidak valid. Penentuan validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sebesar 0,279. Pernyataan yang memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dinyatakan valid, sedangkan pernyataan dengan nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel dinyatakan tidak valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.833	0.279	Valid
2	0.760	0.279	Valid
3	0.734	0.279	Valid
4	0.834	0.279	Valid
5	0.822	0.279	Valid
6	0.882	0.279	Valid
7	0.771	0.279	Valid
8	0.833	0.279	Valid
9	0.891	0.279	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh sembilan pernyataan pada variabel kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,279. Nilai r hitung berada pada rentang 0,734 hingga 0,891, yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan memenuhi kriteria validitas berdasarkan perbandingan tersebut.

Dengan demikian, instrumen variabel kepuasan nasabah telah memenuhi kriteria validitas untuk seluruh item yang diuji. Berbeda dengan variabel kualitas pelayanan yang hanya memiliki tujuh pernyataan valid dari total 15 pernyataan, seluruh item pada variabel kepuasan nasabah dapat dipertahankan berdasarkan hasil pengujian ini. Hasil uji validitas tersebut selanjutnya menjadi dasar untuk mengevaluasi konsistensi instrumen melalui uji reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,817, sedangkan variabel kepuasan nasabah (Y) memperoleh nilai sebesar 0,939. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga instrumen penelitian pada kedua variabel dinyatakan reliabel berdasarkan kriteria yang digunakan.

Nilai Cronbach's Alpha tersebut menunjukkan bahwa item-item dalam masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan kata lain, jawaban responden pada item-item yang diuji menunjukkan tingkat konsistensi yang memadai untuk mengukur variabel penelitian. Meskipun demikian, reliabilitas yang baik tidak secara otomatis menunjukkan bahwa seluruh item valid. Oleh karena itu, hasil uji reliabilitas perlu dipertimbangkan bersama hasil uji validitas sebelum instrumen digunakan dalam analisis berikutnya.

Tabel 3. Model Summary

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587[a]	.345	.331	2.904
a. Predictors: (Constant), SKOR TOTAL (X)				
b. Dependent Variable: SKOR TOTAL (Y)				

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai R sebesar 0,587, R Square sebesar 0,345, Adjusted R Square sebesar 0,331, dan Standard Error of the Estimate sebesar 2,904. Nilai R Square sebesar 0,345 setara dengan 34,5%, yang menunjukkan proporsi variasi kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh model regresi dengan kualitas pelayanan sebagai variabel prediktor.

Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,331 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap model, proporsi variasi kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh model adalah sebesar 33,1%. Adapun nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2,904 menunjukkan besarnya kesalahan prediksi model regresi dalam satuan skor kepuasan nasabah.

Berdasarkan nilai R Square, sebesar 34,5% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dalam model penelitian ini, sedangkan 65,5% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Faktor-faktor tersebut tidak dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Dengan demikian, kualitas pelayanan memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah, tetapi model ini belum menjelaskan seluruh variasi kepuasan nasabah.

Tabel 4. Hasil Uji ANOVA

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	212.914	1	212.914	25.253	.000[b]
	Residual	404.706	48	8.431		
	Total	617.620	49			
a. Dependent Variable: SKOR TOTAL (Y)						
b. Predictors: (Constant), SKOR TOTAL (X)						

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai F sebesar 25,253 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,001$). Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga model regresi linear sederhana dinyatakan signifikan secara statistik. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel prediktor secara statistik dapat menjelaskan variasi kepuasan nasabah.

Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi kriteria signifikansi berdasarkan uji ANOVA. Namun, hasil uji ANOVA tidak menunjukkan arah pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Arah pengaruh tersebut dapat diketahui melalui tanda koefisien regresi, sedangkan signifikansi koefisien secara individual dilihat melalui hasil uji t.

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	40.213	1.543		26.066	.000
	SKOR TOTAL (X)	-.435	.087	-.587	-5.025	.000
a. Dependent Variable: SKOR TOTAL (Y)						

Berdasarkan Tabel 5, variabel kualitas pelayanan (X) memperoleh nilai koefisien regresi sebesar −0,435, nilai t hitung sebesar −5,025, dan nilai signifikansi 0,000 (p < 0,001). Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga koefisien regresi kualitas pelayanan signifikan secara statistik. Persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh adalah Y = 40,213 − 0,435X.

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 40,213 merupakan nilai prediksi kepuasan nasabah ketika skor kualitas pelayanan bernilai nol. Sementara itu, koefisien regresi sebesar −0,435 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan skor kualitas pelayanan berkaitan dengan penurunan skor prediksi kepuasan nasabah sebesar 0,435 satuan, dengan asumsi model regresi yang digunakan tetap.

Hasil uji t memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi yang signifikan dengan arah negatif. Artinya, berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, peningkatan skor kualitas pelayanan justru berkaitan dengan penurunan skor kepuasan nasabah. Temuan ini berlawanan dengan dugaan umum bahwa kualitas pelayanan yang lebih baik cenderung diikuti oleh kepuasan nasabah yang lebih tinggi.

Oleh karena itu, hasil ini perlu ditafsirkan secara hati-hati. Arah hubungan negatif tersebut dapat berkaitan dengan karakteristik data, pengodean skor kuesioner, atau proses pengolahan data. Pemeriksaan lebih lanjut diperlukan untuk memastikan bahwa skor variabel telah dihitung dengan benar dan item-item pernyataan yang digunakan sesuai dengan hasil uji validitas. Dengan demikian, hasil uji t menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan secara statistik dalam model, tetapi interpretasi substantifnya perlu mempertimbangkan arah koefisien regresi yang diperoleh.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Namun, koefisien regresi sebesar −0,435 menunjukkan arah hubungan negatif. Temuan ini perlu diperhatikan karena berbeda dari dugaan awal penelitian bahwa kualitas pelayanan yang lebih baik akan berkaitan dengan kepuasan nasabah yang lebih tinggi.

Sejumlah penelitian terdahulu pada lembaga pergadaian menunjukkan hasil yang cenderung positif. Asman dan Komala (2021), Mandagi et al. (2022), serta Ponggohong et al. (2023) mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada unit atau cabang Pegadaian. Hasil penelitian-penelitian tersebut memberikan landasan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang relevan dalam menjelaskan kepuasan nasabah pada layanan pergadaian. Selain itu, Karwur et al. (2022) mengkaji kualitas pelayanan bersama citra perusahaan dan kepercayaan dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah. Deshanty et al. (2024) juga membahas kualitas pelayanan dan layanan digital dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen Pegadaian. Penelitian terdahulu tersebut sejalan dalam menempatkan kualitas pelayanan sebagai faktor yang penting untuk dikaji dalam konteks layanan pergadaian.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini belum sepenuhnya sejalan dengan kecenderungan hubungan positif yang diharapkan. Perbedaan tersebut tidak serta-merta menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menurunkan kepuasan nasabah. Koefisien negatif hanya menggambarkan arah hubungan berdasarkan skor yang dianalisis. Oleh karena itu, pengodean jawaban kuesioner, perhitungan skor total, serta kesesuaian item yang digunakan perlu diperiksa kembali sebelum hasilnya ditafsirkan lebih jauh. Pemeriksaan ini juga penting karena dari 15 pernyataan awal variabel kualitas pelayanan, hanya 7 pernyataan yang memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, keterwakilan indikator kualitas pelayanan dalam instrumen perlu diperhatikan ketika menarik kesimpulan.

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,345 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan 34,5% variasi kepuasan nasabah dalam data penelitian. Sementara itu, 65,5% variasi lainnya belum dapat dijelaskan oleh model yang hanya melibatkan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat digunakan untuk mengkaji variasi kepuasan nasabah, tetapi belum memberikan penjelasan secara menyeluruh. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain yang relevan, seperti kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah, sebagaimana aspek-aspek yang turut menjadi perhatian dalam penelitian terdahulu. Faktor tersebut masih perlu diuji lebih lanjut dan tidak dapat dinyatakan berpengaruh berdasarkan hasil penelitian ini saja.

Dalam konteks pelayanan pergadaian, kualitas pelayanan dapat dipahami melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kelima dimensi tersebut dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengevaluasi pengalaman nasabah ketika menerima layanan. Secara praktis, perusahaan dapat memperhatikan kejelasan informasi mengenai prosedur transaksi, ketepatan pelayanan, kecepatan petugas dalam merespons kebutuhan nasabah, serta sikap dan perhatian yang diberikan selama proses pelayanan. Evaluasi dapat dilakukan melalui umpan balik nasabah dan peninjauan proses pelayanan secara berkala agar perbaikan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menambah gambaran empiris mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia Cabang Sampang. Berbeda dari arah hubungan positif yang diharapkan berdasarkan konsep dan penelitian terdahulu, hasil analisis saat ini menunjukkan koefisien negatif yang signifikan secara statistik. Oleh sebab itu, temuan tersebut perlu ditafsirkan secara hati-hati dengan mempertimbangkan kualitas instrumen dan ketepatan pengolahan data. Setelah pemeriksaan tersebut dilakukan, hasil penelitian dapat menjadi dasar yang lebih kuat untuk memahami hubungan kedua variabel serta membantu perusahaan menentukan langkah evaluasi pelayanan yang sesuai.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001 dan koefisien regresi sebesar −0,435. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,345 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan 34,5% variasi kepuasan nasabah. Namun, arah koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa hasil empiris penelitian ini belum sejalan dengan dugaan konseptual bahwa kualitas pelayanan yang lebih baik berkaitan dengan kepuasan nasabah yang lebih tinggi.

Penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Pusat Gadai Indonesia. Meskipun demikian, hasil penelitian perlu dipahami dengan mempertimbangkan keterbatasan instrumen, terutama karena hanya 7 dari 15 pernyataan kualitas pelayanan yang memenuhi kriteria validitas. Selain itu, penelitian ini melibatkan 50 responden pada objek penelitian yang terbatas, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Dengan demikian, temuan penelitian ini dapat menjadi gambaran awal untuk memahami hubungan kedua variabel pada konteks yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian, Pusat Gadai Indonesia diharapkan dapat memperhatikan penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan sebagai salah satu aspek dalam evaluasi pelayanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyempurnakan instrumen kualitas pelayanan agar seluruh indikator dapat terukur secara memadai, melibatkan responden yang lebih beragam, serta mempertimbangkan variabel lain yang relevan dengan kepuasan nasabah. Selain itu, arah koefisien regresi yang negatif perlu dikaji lebih lanjut melalui pemeriksaan pengolahan data dan pengujian pada konteks penelitian yang berbeda agar hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dapat dipahami secara lebih menyeluruh.

PERNYATAAN TRANSPARANSI DAN ETIKA

1. **Kontribusi Penulis CRediT (Contributor Roles Taxonomy):**

   RSN: Konseptualisasi, Metodologi, Investigasi, Kurasi Data, Analisis Formal, Visualisasi, Penulisan – Draf Asli.

   KCS: Supervisi, Validasi, Penulisan – Telaah dan Penyuntingan.

2. **Pendanaan:** Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.
3. **Konflik Kepentingan:** Para penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan.
4. **Persetujuan Etik dan Partisipan:** Penelitian ini melibatkan nasabah Pusat Gadai Indonesia sebagai responden melalui pengisian kuesioner. Partisipasi responden dilakukan secara sukarela setelah memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian. Identitas dan informasi pribadi responden dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.
5.

6. **Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Artifisial:** Penulis menggunakan ChatGPT (OpenAI) sebagai alat bantu dalam penyuntingan bahasa, perbaikan tata tulis, dan penyusunan naskah. Seluruh isi, data, analisis, serta kesimpulan telah diperiksa dan diverifikasi oleh penulis. Tanggung jawab penuh atas isi naskah berada pada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Asman, N., & Komala, U. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian di Kabupaten Cirebon (Studi kasus pada PT. Pegadaian Cabang Klayan). Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, 2(1), 29–35. https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v2i1.72

Chyung, S. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-based survey design: The use of a midpoint on the Likert scale. Performance Improvement, 56(10), 15–23. https://doi.org/10.1002/pfi.21727

Deshanty, D., Akhmad, I., & Ramadhan, R. R. (2024). Pengaruh aplikasi Pegadaian Digital Service dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Pegadaian Pekanbaru Cabang Kota. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 3(2). https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1135

Hanum, Z., Triastuti, N., Satori, A. A., & Ranita, S. V. (2023). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian CP Gaharu Medan. Jurnal Sains dan Teknologi, 5(1), 214–217. https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/saintek/article/view/1465

Karwur, H. S. L., Mangantar, M., & Rogi, M. H. (2022). Analisis pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongan. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(4), 1718–1727. https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.44394

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing management (16th ed.). Pearson.

Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi. Salemba Empat.

Mandagi, A. A., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. Productivity, 3(3), 217–221. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/39772

Marpaung, E. A., Sitohang, E. F. br., Dilla, F., & Hasyim. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian. MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi, 2(1), 127–133. https://doi.org/10.61132/menawan.v2i1.150

Mokodompit, S. W. S., & Amaliyah. (2024). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (PT. Pegadaian Persero UPC Matali). IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, 9(1), 206–215. https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i1.4221

Nadler, J. T., Weston, R., & Voyles, E. C. (2015). Stuck in the middle: The use and interpretation of mid-points in items on questionnaires. The Journal of General Psychology, 142(2), 71–89. https://doi.org/10.1080/00221309.2014.994590

Nufitriani, & Yudhyani, N. A. E. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Unit Air Putih Samarinda. JMA: Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 13(2). https://ojs.untag-smd.ac.id/index.php/JMA/article/view/7753/0

Ponggohong, E. H. P., Tiwatu, I., Walangitan, M., & Pesak, R. O. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Persero Unit Pelayanan Cabang Paniki. Manajemen Administrasi Bisnis dan Pemasaran, 5(2). https://doi.org/10.1080/00221309.2014.994590

Sofiani, N., Soenarjanto, B., & Puspaningtyas, A. (2022). Peningkatan kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah (Studi di Kantor PT. Pegadaian Syariah CPS Sampang Kota). PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik, 2(1), 105–114. https://aksiologi.org/index.php/praja/article/view/423

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2021). Kepuasan pelanggan: Konsep, pengukuran, dan strategi. Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction (4th ed.). Andi.

Wang, C.-K., Masukujjaman, M., Alam, S. S., Ahmad, I., Lin, C.-Y., & Ho, Y.-H. (2023). The effects of service quality performance on customer satisfaction for non-banking financial institutions in an emerging economy. International Journal of Financial Studies, 11(1), Article 33. https://doi.org/10.3390/ijfs11010033

Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: Evidence from Islamic banking. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 10, Article 9. https://doi.org/10.1186/s13731-021-00151-x