

## **Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Di PT. Pegadaian UPS Karang Bedil**

**<sup>1</sup>Dina Ayulia Putri Lestari, <sup>2</sup>Ida Bagus Eka, <sup>3</sup>Putri Reno Kemala Sari**

<sup>1,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM, <sup>2</sup>Universitas Mahasaraswati

[dinaayulia@icloud.com](mailto:dinaayulia@icloud.com), [guseka960@gmail.com](mailto:guseka960@gmail.com), [putrenoks@gmail.com](mailto:putrenoks@gmail.com)

### **Abstract**

*This study aims to examine the quality of service with customer satisfaction as an intervening variable on the level of customer loyalty at PT. UPS Karang Bedil Pawnshop, Kediri District, West Lombok Regency. So that the research variables consist of one (1) independent variable, namely Service Quality (X), the intervening variable, namely Satisfaction (Z), and the dependent variable, namely Customer Loyalty (Y). The population of this study is people who have used and used services and products in PT. Pegadaian UPS Karang Bedil. The sample in this study uses no-probability sampling because the number of respondents is unknown. The samples taken were calculated using the Pau Leedy formula, the results obtained were 100 respondents. Data was obtained by distributing questionnaires to 100 customer respondents of PT. Pegadaian UPS Karang Bedil. Data was processed using SPSS 23. The results of this study indicate that service quality (X) and customer satisfaction (Z) have a positive and significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction variable (Z) can mediate the effect of service quality (X) on customer loyalty (Y). ) at PT. Pegadaian UPS Karang Bedil. and The results of this study also show that the independent variable (Y) has a 61.6% influence on the Intervening Variable (Z), while the remaining 38.4% is explained by other variables. Then the results of this study also show that the independent variable (X) has a 77.8% influence on the Dependent Variable (Y), while the remaining 22.2% is explained by other variables that are not in the model.*

**Keywords:** *Quality of service, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis dewasa ini semakin ketat, menimbulkan banyak gesekan dalam persaingan perusahaan. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara terus menerus. Perusahaan dalam waktu singkat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat, inovatif dan mampu menanggapi kebutuhan pasar dan memahami manajemen pasar secara baik. Pemenuhan kebutuhan pasar yang dilakukan tiada lain untuk bisa mencapai kepuasan nasabah yang optimal sehingga dengan meningkatnya kepuasan nasabah memberikan dampak yang positif bagi perusahaan.

Menurut Budiyanto (2014:3) yang mengatakan bahwa semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah, begitu juga dengan pelayanan yang diberikan, semakin baik pelayanan yang didapatkan nasabah maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan nasabah.

Salah satu perusahaan jasa yang ada di Indonesia adalah PT Pegadaian. PT Pegadaian adalah salah satu lembaga keuangan non-bank milik negara di Indonesia yang melakukan kredit kepada masyarakat dengan sistem gadai. PT Pegadaian, Sebagai sebuah lembaga yang menawarkan jasa, maka PT. Pegadaian harus mampu memberikan pelayanan yang optimal

kepada nasabah agar dapat mencapai kepuasan yang imbasnya dapat menciptakan loyalitas nasabah kepada perusahaan. Berdasarkan dari Laporan Perusahaan PT. Pegadaian tahun 2021, Pegadaian terus meningkatkan penetrasi bisnis gadai ke seluruh wilayah Indonesia dengan memberikan layanannya yang terbaik, melalui seluruh jaringan operasi yang dimiliki. Saat ini, Pegadaian memiliki 1 Kantor Pusat, 12 Kantor Wilayah, 61 Kantor Area, dan 4.085 outlet yang terdiri dari 642 Kantor Cabang, 3.443 Kantor Unit Pelayanan Cabang, serta 108 Co-location Sentra Layanan Ultra Mikro (SENYUM) yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Adapaun NTB termasuk dalam Wilayah VII Denpasar. Melihat jumlah outlet di atas, menandakan minat masyarakat cukup tinggi. Dan adapun di Lombok terhadap layanan jasa/produk PT. pegadaian cukup tinggi. Salah satunya juga bisa dilihat dari komitmen pencapaian pada PT. Pegadaian UPS Karang Bedil Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dari tahun 2019-2022

Dari hasil observasi awal didaati data adanya peningkatan Pada OSL, NPL dan Laba Usaha dari tahun 2021-2022 PT. Pegadaian UPS Karang Bedil. Jika melihat dari peningkatan pada OSL menandakan nilai OSL cenderung stabil dan meningkat, karena jumlahnya akan naik ketika penyaluran kredit terlaksana dan akan berkurang seiring pelunasan pinjaman nasabah. Bisa disimpulkan bahwan penyaluran pinjaman pada tahun 2022 mengalami peningkatan. Peningkatan pada OSL menandakan positif bagi perusahaan, namun peningkatan pada NPL mengharuskan lembaga keuangan untuk mulai memperkuat struktur permodalannya. Karena struktur permodalan yang terganggu akibat merosotnya pertumbuhan kredit, alhasil yang terjadi adalah Lembaga keuangan akan kesulitan untuk ekspansi kredit, terutama di sector rill. Pastinya juga NPL akan berdampak langsung terhadap Credit Adequacy Ratio (CAR), atau kecukupan modal lembaga keuangan untuk menanggulangi risiko yang mungkin terjadi.

Berangkat dari uraian diatas, maka peneliti tertarik mengkaji dan menganalisis sekaligus meneiliti secara langsung “Peran Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah di PT. Pegadaian UPS Karang Bedil Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat”

Berdasarkan judul dan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening terhadap tingkat loyalitas nasabah di PT. Pegadaian UPS Karang Bedil Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat?”

## METODE PENELITIAN

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2015:57). Pengambilan sumber data dilakukan secara purposive sampling (Sugiyono, 2016:85).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data yang relevan dengan permasalahan yang diteliti adalah melalui metode survei yang merupakan suatu cara memperoleh data primer pada objek penelitian dengan meninjau secara langsung objek penelitian. Data primer dapat diperoleh. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan cara sebagai berikut: Kuesioner/angket, yaitu merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

**Tabel 1. Uji Asumsi Klasik**

Regression	Normalitas	Multikolenieritas		Heteroskedastisitas
	K-S	Tolerance	VIF	Uji Glejser
<b>X</b>	0,092	0.384	2.604	0.532
<b>Z</b>		0.384	2.604	0.233

Hasil uji asumsi klasik atas model regression masing-masing berdasarkan tabel 1 di atas Uji normalitas, menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Z (K-S), hasil menunjukkan data berdistribusi normal. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat pada tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji ini menunjukkan variabel independen tidak terjadi multikolinieritas. Untuk uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji Glejser. Hasil uji gelejser menunjukkan tidak terkena heteroskedastisitas.

**Uji F**

Tabel 2. Hasil Uji Statistik F dan Adjusted R Square

Model	Adjusted R Square	F	Sig
Regression 1	0.616	157.155	0.000
Regression 2	0.778	169.572	0.000

\*secara statistic signifikansi pada tingkat 0,05

\*\*secara statistic signifikansi pada tingkat 0,10

Pengujian model regression 1 memiliki nilai Adjusted R Square 0,616 memiliki makna bahwa Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan sebesar 61,6%. Pengujian model regression 2 memiliki nilai Adjusted R Square 0,778 memiliki makna bahwa Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah sebesar 77,8%. Berdasarkan uji statistik F menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak dalam menggambarkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen untuk kedua model regression 1 dan 2. Tingkat keyakinan yang digunakan pada regression 1 pada alfa 0,05 dimana sig statistik 0,000 dengan demikian lebih kecil dari tingkat kesalahan yang diharapkan 0,05. Sedangkan untuk tingkat keyakinan yang digunakan pada regression 2 pada alfa 0,10 dimana sig statistik 0,000 dengan demikian lebih kecil dari tingkat kesalahan yang diharapkan 0,10).

**Uji Statistik t**

Tabel 3. Hasil Uji Statistik t untuk Model Regression 1

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
(Constant)	-1.211	1.322		-.916	.362
KUALITAS LAYANAN	.344	.027	.785	12.536	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Tabel 4. Hasil Uji Statistik t untuk Model Regression 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.069	.959		-.072	.943
KUALITAS LAYANAN	.262	.032	.632	8.181	.000
KEPUASAAN	.278	.073	.294	3.805	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

### Analisis Path

#### 1) Model Regression 1

Berdasarkan pada tabel tabel tersebut, dihasilkan persamaan : Persamaan sub struktur I :

$$Z = \rho_1 X + \varepsilon$$

$$Z = 0.785X + 0.619$$

Sesuai dengan persamaan diatas :

a. koefisien pada variabel kualitas layanan (X) bernilai 0,785 dengan tingkat signifikan 0,000 artinya lebih rendah dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka kualitas layanan (X) memiliki pengaruh pada kepuasan (Z). hasil pada nilai koefisien standardized sebesar 0,785 adalah nilai jalur p1.

b. Menunjukkan nilai R2 (R square) senilai 0.616, artinya variabel artinya variabel kualitas layanan (X) berkontribusi terhadap variabel kepuasan nasabah (Z) senilai 61,6%, sedangkan dari sisa tersebut sebesar 38,4% merupakan variabel lain yang berkontribusi tetapi tidak terdapat pada penelitian ini. R Square ini digunakan dalam perhitungan nilai

e1. Besarnya nilai  $e_1 = \sqrt{1 - 0.616} = 0.619$ .

#### 2) Model Regression 2

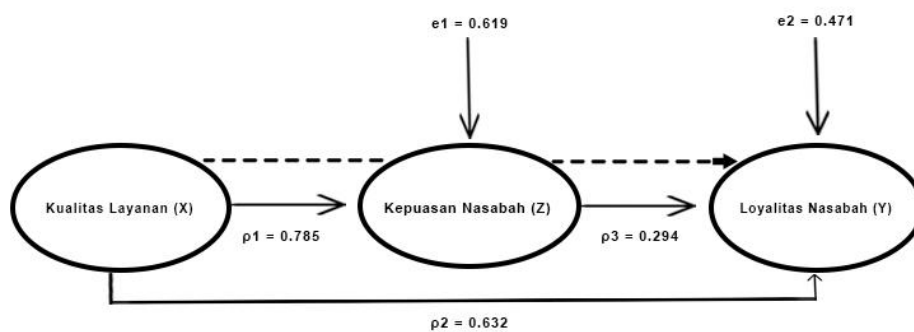
Berdasarkan pada tabel tabel tersebut, dihasilkan persamaan : Persamaan sub struktur I :

$$Y = \rho_2 X + \rho_3 Z + \varepsilon$$

$$Y = 0.632X + 0.294Z + 0.471$$

Sesuai dengan persamaan diatas :

- a. koefisien pada variabel kualitas layanan (X) bernilai 0,632 dengan tingkat signifikan 0,000 artinya lebih rendah dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka kualitas layanan (X) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). hasil pada nilai koefisien standardized sebesar 0,632 adalah nilai jalur p<sub>2</sub>.
- b. Nilai koefisien dari variabel kepuasan (Z) bernilai 0,294 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) sehingga diartikan suatu kepuasan (Z) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). Nilai koefisien standardized sebesar 0,294 adalah nilai jalur p<sub>3</sub>.
- c. Menunjukkan nilai R<sup>2</sup> (R square) senilai 0.778, artinya variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan (Z) berkontribusi terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) senilai 77,8%, sedangkan dari sisa tersebut sebesar 22,2 % merupakan variabel lain yang berkontribusi tetapi tidak terdapat pada penelitian ini. Nilai R<sup>2</sup> ini digunakan dalam perhitungan nilai e<sub>2</sub>. Besarnya nilai  $e_2 = \sqrt{1 - 0.778} = 0.471$



Gambar 1. Hasil Analisi Path

Bersumber pada gambar diatas menjelaskan :

- a. Pengaruh Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dengan Kepuasan (Z) Sebagai Variabel Intervening
  - 1) Nilai dampak langsung ( $p_2$ ) antara dua variabel yang lebih spesifik yaitu kualitas layanan kepada loyalitas nasabah adalah 0,632.
  - 2) Nilai dampak tidak langsung, artinya variabel kualitas layanan mempengaruhi kepada loyalitas nasabah melalui kepuasan adalah ( $p_1 \times p_3$ ) yaitu  $0.785 \times 0.294 = 0.230$ .

3) Besar pengaruh total adalah  $p_2 + (p_1 \times p_3)$  yaitu  $0,632 + (0,785 \times 0,294) = 0,862$

Dari hasil nilai pengaruh diatas menunjukkan suatu pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dengan mediasi variabel kepuasan sebesar 0.230. Untuk mengetahui hasil terdapat pengaruh signifikan atau tidak dapat digunakan dengan Sobel Test yaitu dengan menghitung standar eror dari koefisien indirect effect ( $Sp_{1p3}$ ).

Uji signifikansi koefisien mediasi.

$$\begin{aligned}
 Sp_{1p3} &= \sqrt{(p_3^2 \times Sp_1^2) + (p_1^2 \times Sp_3^2) + (Sp_1^2 \times Sp_3^2)} \\
 &= \sqrt{(0,294^2) \times (0,027^2) + (0,785^2) \times (0,073^2) + (0,027^2) \times (0,073^2)} \\
 &= \sqrt{0,007938 + 0,00418326 + 0,00014388} \\
 &= 0,110
 \end{aligned}$$

Nilai t Statistik

$$\begin{aligned}
 \frac{p_{1p3}}{Sp_{1p3}} &= \frac{0,230}{0,110} = 2,090
 \end{aligned}$$

Diperoleh hasil nilai t hitung senilai = **2.090** yaitu lebih tinggi dari pada t tabel dengan tingkat signifikan 0.05 adalah 1.661, artinya signifikan dan terdapat dampak dalam mediasi. Berdasarkan hasil itu disimpulkan kepengaruhannya variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pada nasabah dapat dilakukan mediasi oleh kepuasan.

### Hipotesis 1

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3, diperoleh tingkat signifikansi variabel Kualitas layanan (X) terhadap Kepuasan nasabah (Z) sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 12,536.

Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_a$ ) diterima, disebabkan oleh  $Sig \leq 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung  $> t$  tabel ( $12,536 > 1,661$ ). Sehingga dapat diketahui bahwa Kualitas layanan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan nasabah (Z).

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahman Yunus (2015) yang mengatakan jika kualitas layanan pada PT. Pegadaian Cabang Limboto mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan nasabah. Dan hasil penelitian ini juga didukung oleh teori menurut Lovelock (2010:152) semakin tinggi sifat kualitas pelayanan semakin tinggi rasa puas konsumen yang tercipta pada perusahaan.

Maka pada variabel kualitas layanan saat mengalami peningkatan akan mempengaruhi hasil yang optimal pada kepuasan nasabah. Artinya peningkatan kualitas layanan yang dilakukan secara baik oleh PT. Pegadaian UPS Karang Bedil kepada nasabahnya seperti memberikan sikap yang ramah, sopan dan sabar, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, dan menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi serta fasilitas yang disediakan, akan memberikan kenyamanan sehingga para nasabah mendapatkan tingkat kepuasan dalam menggunakan produk PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.

### **Hipotesis 2**

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4, diperoleh tingkat signifikansi variabel Kualitas layanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 8,181.

Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_a$ ) diterima, disebabkan oleh  $Sig \leq 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung  $> t$  tabel ( $8,181 > 1,661$ ). Sehingga dapat diketahui bahwa Kualitas layanan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah (Y).

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Neni Sucina (2022) mengatakan jika kualitas layanan pada PT. Pegadaian Syariah Purbalingga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dan hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Meliana Utami, Tati Handayani dan Pusporini (2019) telah menyatakan apabila kualitas layanan membaik maka loyalitas nasabah akan meningkat terhadap perusahaan. artinya kualitas pelayanan yang baik pada PT. Pegadaian UPS Karang Bedil terhadap nasabah maka loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian UPS Karang Bedil tersebut ikut mengalami peningkatan. Seperti pelayanan yang baik, sopan, ramah serta menjelaskan informasi yang mudah dipahami oleh nasabah serta didukung oleh fasilitas yang memadai akan mempengaruhi nasabah untuk bisa loyal terhadap PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.

### **Hipotesis 3**

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4, diperoleh tingkat signifikansi variabel Kualitas layanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 3,805.

Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_a$ ) diterima, disebabkan oleh  $Sig \leq 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung  $> t$  tabel ( $3,805 > 1,661$ ). Sehingga dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah (Z) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah (Y).

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oleh

Roesdian Bayu Ardiyanto (2013) mengatakan jika kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Surakarta mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dan hasil penelitian ini juga di dukung oleh teori menurut *Kotler* dan *Keller* (2009) kepuasan merupakan suatu ungkapan rasa senang atau kecewa terhadap kinerja suatu produk yang dihasilkan sesuai ekspektasi mereka. Nasabah merasaa puas atau tidaknya terhadap perusahaan bank maka akan mempengaruhi pada loyalitas suatu nasabahnya.

Sehingga dengan adanya kepuasan nasabah yang meningkat akan mempengaruhi hasil yang maksimal terhadap peningkatan loyaliktas nasabah. Rasa puas yang muncul dari nasabah timbul karena PT. Pegadaian UPS Karang Bedil memberikan pelayanannya terhadap nasabah sesuai dengan asumsi nasabah, misal pelayanan yang baik, sopan serta layanan yang cepat juga tepat, terpenuhinya kebutuhan nasabah atas jasa yang diberikan oleh PT. Pegadaian UPS Karang Bedil sehingga nasabah merasakan perasaan puas dan akan meningkatkan loyalitas terhadap PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.

#### **Hipotesis 4**

Bersumber dari hasil uji sobel test diperoleh nilai t hitung sebanyak 2,090 yang mempunyai arti menghasilkan nilai lebih tinggi dari t tabel menggunakan signifikansi dengan tingkat 0.05 yakni 1.661,

Hal ini menunjukkan bahwa ( $H_a$ ) diterima, disebabkan oleh  $Sig \leq 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung  $>$  t tabel ( $2,090 > 1,661$ ). Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah (Z) dari kualitas layanan (X) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oleh Kurniyawati dan Ratno (2020) menunjukkan suatu kepuasan mampu memedasi pengaruh kualitas pelayanan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. Dan hasil penelitian ini juga di dukung oleh penelitian yang telah dilaksanakan oleh Endah Kurniyawati dan Fernaldi menghasilkan jika kepuasan mampu memberikan mediasi pada variabel kualitas pelayanan kepada loyalitas nasabah, maka didapatkan arti suatu kualitas pelayanan yang diberikan semakin bagus maka, semakin memberikan peningkatan loyalitas nasabah, karena nasabah merasakan kepuasan.

Kualitas layanan yang baik seperti memprioritaskan kebutuhan nasabah, cepat tanggap, ramah, sopan dan komunikasi baik dan mudah dimengerti oleh nasabah pada PT. Pegadaian UPS Karang Bedil dapat memberikan kepuasan nasabahnya karena suatu

pelayanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi nasabah terhadap PT. Pegadaian UPS Karang Bedil, dengan munculnya hal tersebut maka seorang nasabah akan setia dan dapat melakukan pembelian atau penggunaan produk/jasa secara berulang-ulang dan memberikan informasi serta menyarankan pada orang lain tentang kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian UPS Karang Bedil, berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah terhadap PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian UPS Karang Bedil, hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan mempengaruhi peningkatan loyalitas nasabah PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian UPS Karang Bedil, hal ini berarti semakin meningkat kepuasan nasabah maka akan mempengaruhi peningkatan pada loyalitas nasabah.
4. Kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian UPS Karang Bedil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Eni Sudjiani (2019), *Pengaruh Citra Dan Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Peserta Didik Di Sekolah Cikal Harapan*, (Jurnal Ilmiah Feasible 123 – 137, 12 November 2019).
- Endah Kurniyawati dan Fernaldi anggadha ratno (2020), “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus BPRS Suriyah cabang Salatiga)*”.
- Fandy, Tjiptono (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta : Andi)
- Fandy Tjiptono (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

- Ghozali, Imam (2013), *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail Al Hakim (2019), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mohammad Sony Zakiyuddin Arif (2020), *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian*, Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume 8 Nomor 2 – (Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya 2020)
- Neni Suciana, Skripsi (2022), *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Syariah Purbalingga). Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2022.
- Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perseroan Umum (Perum) Pegadaian.
- Rahman Yunus (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Limboto*, Universitas Negeri Gorontalo.
- Ranti Puspita Sari (2020), *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Pegadaian Cabang Pusat Palembang*, Universitas Sriwijaya.
- Sangadji, Etta Mamang (2013), *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Sopiah.
- Steffi Mongkaren (2013), *Fasilitas dan Kualitas Pelayanan*.. 494. Jurnal EMBA. Vol.1 Hal. 493-503. No.4 Desember 2013
- Sugiyono (2014), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tati Handayani dan Pusporini (2019), *Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Jakarta* (Volume. 2, 2019 Page: 170-178).