



Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Karnelis^{1*}, Alfath Isnaini²

¹⁻²Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Pase Langsa, Indonesia

Email: karnelisstim048@gmail.com¹, alfath.isnaini91@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: karnelisstim048@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah Kuala Simpang Branch, Aceh Tamiang Regency. A quantitative approach with a causal associative research design was employed. The research sample consisted of 66 respondents selected using the Slovin formula and simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using validity test, reliability test, simple linear regression, coefficient of determination, and t-test with the help of SPSS 29. The results indicate that service quality, which includes the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the regression equation $Y = 8.421 + 0.781X$, every one-unit increase in service quality will increase customer satisfaction by 0.781 units. The coefficient of determination value of 55.8% shows that the variation in customer satisfaction can be explained by service quality, while the remaining percentage is influenced by other factors. These findings confirm that improving service quality is a key strategy for maintaining and enhancing customer satisfaction and loyalty in Islamic financial institutions.*

Keywords: *Customer Loyalty; Customer Satisfaction; Islamic Financial Institutions; Islamic Pawnshop; Service Quality.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tamiang. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 66 orang yang diambil menggunakan rumus Slovin dan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, serta dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t dengan bantuan SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan persamaan regresi $Y = 8,421 + 0,781X$, setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,781 satuan. Nilai koefisien determinasi sebesar 55,8% menunjukkan bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah lembaga keuangan syariah.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah; Kualitas Pelayanan; Lembaga Keuangan Syariah; Loyalitas Pelanggan; Pegadaian Syariah.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Transformasi digital, peningkatan literasi keuangan syariah, serta dukungan regulasi pemerintah menjadi faktor pendorong pertumbuhan sektor ini. Di tengah persaingan yang semakin ketat, lembaga keuangan syariah dituntut untuk mampu memberikan layanan yang berkualitas agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembiayaan masyarakat adalah PT Pegadaian Syariah.

Sebagai lembaga keuangan nonbank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, Pegadaian Syariah menyediakan berbagai produk dan layanan, seperti rahn (gadai emas), Arrum Haji, Arrum BPKB, Tabungan Emas, dan layanan pembiayaan mikro lainnya. Keunggulan utama Pegadaian Syariah terletak pada kemudahan akses pembiayaan, proses yang cepat, serta penerapan prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan bebas riba. Namun demikian, keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan nasabah tidak hanya ditentukan oleh keragaman produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah (Kotler & Armstrong, 2018).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa dalam menciptakan kepuasan nasabah. Menurut teori Service Quality yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama, yaitu tangible (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Kelima dimensi tersebut menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Wirtz & Lovelock, 2016).

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi menyeluruh yang dilakukan pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum menerima layanan dengan persepsi terhadap kinerja layanan yang diterima. Konsep ini dijelaskan dalam Expectation-Confirmation Theory, yang menyatakan bahwa kepuasan akan tercapai apabila kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Dash et al., 2021). Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih rendah daripada harapan, maka akan timbul ketidakpuasan yang berpotensi menyebabkan penurunan loyalitas nasabah.

Dalam konteks industri keuangan syariah, kepuasan nasabah memiliki peran yang sangat penting karena berkaitan dengan kepercayaan (trust) dan loyalitas terhadap lembaga keuangan. Nasabah yang puas cenderung melakukan transaksi ulang, merekomendasikan layanan kepada orang lain, dan memiliki komitmen jangka panjang terhadap perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi utama bagi Pegadaian Syariah untuk mempertahankan daya saing di tengah meningkatnya jumlah lembaga keuangan syariah dan perkembangan layanan keuangan digital (Dash et al., 2021).

Fenomena yang terjadi pada Pegadaian Syariah Cabang Aceh Tamiang menunjukkan bahwa masih terdapat variasi persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Beberapa nasabah mengeluhkan lamanya waktu antrean pada jam-jam tertentu, keterbatasan jumlah petugas pelayanan, serta kurang optimalnya penyampaian informasi mengenai produk dan prosedur layanan syariah.

Di sisi lain, sebagian nasabah menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, ditandai dengan keramahan petugas, kecepatan proses transaksi, dan transparansi informasi. Perbedaan persepsi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan seluruh nasabah.

Persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan syariah juga mendorong Pegadaian Syariah untuk terus melakukan inovasi dan perbaikan layanan. Kemudahan akses informasi melalui media digital membuat nasabah semakin kritis dalam menilai kualitas pelayanan yang mereka terima. Nasabah tidak hanya mempertimbangkan aspek fungsional layanan, tetapi juga pengalaman pelayanan secara keseluruhan, termasuk kenyamanan, kecepatan, keamanan, dan kepastian dalam bertransaksi (Schiffman & Wisenblit, 2019).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Mokodompit & Amaliyah, 2024) pada nasabah PT Pegadaian Persero UPC Matali menemukan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Syafa'at & Sumitra, 2025) pada nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Cikampek menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, (Nurjanah & Lestari, 2026) membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay dibandingkan faktor promosi.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Abror et al., 2020) menemukan bahwa kualitas layanan berbasis nilai-nilai syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah lembaga keuangan syariah. Penelitian (Aboagye et al., 2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan digital, kemudahan akses, dan kecepatan respons merupakan faktor penting yang menentukan kepuasan nasabah pada industri jasa keuangan. Selain itu, (Amin et al., 2013) menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan kepercayaan nasabah lembaga keuangan syariah.

Menurut (Lailaturrahmi & Abror, 2025) dimensi daya tanggap dan keandalan merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan nasabah lembaga keuangan. Penelitian (Destyani & Saryadi, 2018) menemukan bahwa dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian.

Penelitian (Subiyanto et al., 2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pembentukan kepercayaan. Selain itu, (Zahro & Miranti, 2024) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas hubungan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada lembaga keuangan syariah. Meskipun demikian, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Syariah Cabang Aceh Tamiang masih terbatas. Selain itu, karakteristik sosial ekonomi masyarakat Aceh yang memiliki preferensi tinggi terhadap layanan berbasis syariah memungkinkan adanya perbedaan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Syariah Cabang Aceh Tamiang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Aceh Tamiang. Dengan mengangkat hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa dan keuangan syariah, serta menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi manajemen Pegadaian Syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tamiang. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data penelitian berupa angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Rachman et al., 2024).

Penelitian dilaksanakan di PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang yang berlokasi di Jalan Cut Nyak Dhien Nomor 22, Kabupaten Aceh Tamiang, Aceh, pada bulan [bulan]–[bulan] 2026.

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah cicilan emas PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang pada bulan April 2026 yang berjumlah 195 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 66 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Creswell & Poth, 2007).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, laporan internal, buku, dan jurnal ilmiah yang relevan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Dash et al., 2021). Sementara itu, variabel kepuasan nasabah diukur melalui indikator kesesuaian harapan, kepuasan secara keseluruhan, minat menggunakan kembali layanan, kesediaan merekomendasikan, dan loyalitas nasabah (Kotler & Armstrong, 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 29 melalui tahapan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t) pada tingkat signifikansi 5%. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai korelasi item atau nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, serta memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan jumlah sampel penelitian sebanyak 66 responden, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,242, yang diperoleh dari perhitungan derajat bebas (degree of freedom) $df = n - 2 = 66 - 2 = 64$ pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%. Sementara itu, instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha yang dihasilkan $\geq 0,70$, yang mengindikasikan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat konsistensi, kestabilan, dan keandalan yang baik dalam melakukan pengukuran (Hardani et al., 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 66 responden yang merupakan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah.

Deskripsi karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil nasabah yang menjadi subjek penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden.

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	37,9
	Perempuan	41	62,1
Usia	≤ 25 tahun	9	13,6
	26–35 tahun	21	31,8
	36–45 tahun	24	36,4
	> 45 tahun	12	18,2
Pendidikan Terakhir	SMA/ sederajat	29	43,9
	Diploma	8	12,1
	Sarjana	24	36,4
	Pascasarjana	5	7,6
Pekerjaan	ASN/TNI/Polri	11	16,7
	Pegawai Swasta	18	27,3
	Wiraswasta	22	33,3
	Ibu Rumah Tangga	10	15,2
	Lainnya	5	7,5
Lama Menjadi Nasabah	< 1 tahun	14	21,2
	1–3 tahun	32	48,5
	> 3 tahun	20	30,3

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (62,1%), berusia 36–45 tahun (36,4%), dan memiliki tingkat pendidikan SMA/ sederajat (43,9%). Berdasarkan jenis pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai wiraswasta (33,3%). Selain itu, mayoritas responden telah menjadi nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simping selama 1–3 tahun (48,5%). Hal ini menunjukkan bahwa layanan Pegadaian Syariah banyak dimanfaatkan oleh masyarakat usia produktif dengan pengalaman penggunaan layanan yang relatif cukup lama.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Berikut nilai uji validitas yang diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).

Kode Item	Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
X1	Fasilitas dan sarana pelayanan tersedia dengan baik.	0,713	0,242	0,032	Valid
X2	Layanan diberikan tepat waktu sesuai janji.	0,748	0,242	0,015	Valid
X3	Pegawai menunjukkan kesigapan dalam melayani saya.	0,776	0,242	0,024	Valid
X4	Saya merasa aman saat berurusan dengan petugas.	0,724	0,242	0,000	Valid
X5	Petugas memberikan perhatian pribadi terhadap kebutuhan saya.	0,691	0,242	0,010	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 mengenai hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,242) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Kode Item	Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Y1	Pelayanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.	0,781	0,242	0,007	Valid
Y2	Secara keseluruhan, saya merasa puas terhadap pelayanan Pegadaian Syariah.	0,814	0,242	0,022	Valid
Y3	Saya berniat untuk kembali menggunakan layanan Pegadaian Syariah di masa mendatang.	0,752	0,242	0,009	Valid
Y4	Saya bersedia merekomendasikan layanan Pegadaian Syariah kepada keluarga atau teman.	0,769	0,242	0,026	Valid
Y5	Saya akan tetap menjadi nasabah Pegadaian Syariah meskipun ada tawaran menarik dari lembaga lain.	0,725	0,242	0,039	Valid

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 3 mengenai hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan nasabah memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,242) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,912	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,886	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4 mengenai variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,912 dan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,886. Kedua nilai tersebut melebihi batas minimum 0,70, sehingga seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan untuk pengumpulan data serta analisis lebih lanjut.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig.
Konstanta	8,421	2,864	0,006
Kualitas Pelayanan (X)	0,781	8,974	0,000

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = 8,421 + 0,781X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang.

Nilai konstanta sebesar 8,421 mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah tetap memiliki nilai sebesar 8,421 meskipun tidak terdapat peningkatan kualitas pelayanan. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,781 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,781 satuan, dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi konstan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,747	0,558	0,551

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,558 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah sebesar 55,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, citra perusahaan, promosi, kemudahan akses layanan digital, dan kualitas produk.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang diterima.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang. Temuan ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi linear sederhana yang menghasilkan persamaan ($Y = 8,421 + 0,781X$), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,558 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah sebesar 55,8%, sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, citra perusahaan, promosi, kemudahan akses layanan digital, dan kualitas produk. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi dan pengalaman nasabah terhadap layanan Pegadaian Syariah.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Sebaliknya, penurunan kualitas pelayanan berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kondisi ini sejalan dengan karakteristik industri jasa keuangan syariah yang menjadikan interaksi antara petugas dan nasabah sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai layanan.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung konsep Service Quality yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Wirtz & Lovelock, 2016). Kelima dimensi tersebut berperan dalam membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diterima. Dalam konteks Pegadaian Syariah, bukti fisik berupa kenyamanan ruang layanan, keandalan petugas dalam memberikan informasi yang akurat, daya tanggap terhadap kebutuhan nasabah, jaminan keamanan transaksi, serta empati dalam memahami kebutuhan nasabah menjadi faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Expectation-Confirmation Theory yang menjelaskan bahwa kepuasan nasabah terbentuk melalui proses perbandingan antara harapan awal dengan kinerja layanan yang diterima (Dash et al., 2021). Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah, maka akan tercipta kepuasan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan berada di bawah harapan, nasabah cenderung merasa tidak puas dan berpotensi beralih ke lembaga keuangan lain. Oleh karena itu, peran kualitas pelayanan tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi juga pada penciptaan pengalaman layanan yang positif.

Dalam industri keuangan syariah, kepuasan nasabah memiliki implikasi yang lebih luas dibandingkan dengan industri jasa lainnya karena berkaitan dengan aspek kepercayaan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Nasabah Pegadaian Syariah tidak hanya mengharapkan layanan yang cepat dan mudah, tetapi juga menginginkan kepastian bahwa seluruh proses transaksi dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut (Amin et al., 2013), kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan kepercayaan nasabah pada lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, peran kualitas pelayanan dalam Pegadaian Syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian (Mokodompit & Amaliyah, 2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah PT Pegadaian Persero UPC Matali. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Syafa'at & Sumitra, 2025) yang menemukan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pegadaian Cabang Cikampek, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, (Nurjanah & Lestari, 2026) menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan nasabah Pegadaian dibandingkan faktor promosi.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan (Abror et al., 2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berbasis nilai-nilai syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah lembaga keuangan syariah. Penelitian (Aboagye et al., 2025) juga mengungkapkan bahwa kualitas layanan digital, kemudahan akses, dan kecepatan respons memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada industri jasa keuangan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa di era transformasi digital, kualitas pelayanan tidak lagi hanya diukur dari interaksi tatap muka, tetapi juga dari kemudahan dan kecepatan layanan berbasis teknologi.

Selanjutnya, hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Lailaturrahmi & Abror, 2025) yang menyatakan bahwa dimensi daya tanggap dan keandalan merupakan faktor dominan dalam membentuk kepuasan nasabah lembaga keuangan. Penelitian (Destyani & Saryadi, 2018) juga menunjukkan bahwa dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian. Selain itu, (Subiyanto et al., 2025) menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah melalui pembentukan kepercayaan. Hasil serupa dikemukakan oleh (Zahro & Miranti, 2024), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas hubungan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan syariah.

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang merupakan perempuan, berusia produktif, bekerja sebagai wiraswasta, dan telah menjadi nasabah selama satu hingga tiga tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap layanan pembiayaan syariah didominasi oleh kelompok masyarakat yang membutuhkan kemudahan akses, kecepatan pelayanan, dan kepastian transaksi. Oleh karena itu, Pegadaian Syariah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui optimalisasi sumber daya manusia, peningkatan kompetensi petugas, pemanfaatan teknologi digital, serta penyediaan fasilitas layanan yang nyaman dan mudah diakses.

Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang.

Upaya yang dapat dilakukan meliputi pengurangan waktu antrean, peningkatan jumlah petugas pada jam-jam sibuk, penyediaan informasi layanan yang lebih jelas dan transparan, serta pengembangan layanan digital yang lebih responsif. Dengan demikian, peran kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah dalam jangka pendek, tetapi juga memperkuat loyalitas, kepercayaan, dan keberlanjutan bisnis Pegadaian Syariah dalam menghadapi persaingan industri keuangan syariah yang semakin kompetitif.

Meskipun hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berperan positif terhadap kepuasan nasabah, penelitian ini memiliki beberapa aspek kebaruan. Pertama, penelitian ini dilakukan pada konteks PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tamiang, yang hingga saat ini masih relatif terbatas dikaji dalam literatur keuangan syariah. Kedua, penelitian ini mengkaji peran kualitas pelayanan pada masyarakat Aceh yang memiliki karakteristik sosial dan budaya dengan preferensi tinggi terhadap layanan berbasis syariah, sehingga persepsi nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional pelayanan, tetapi juga oleh kesesuaian layanan dengan nilai-nilai syariah. Ketiga, penelitian ini dilakukan pada era transformasi digital layanan keuangan, ketika nasabah semakin mempertimbangkan aspek kecepatan, kemudahan akses, keamanan, dan transparansi informasi dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada lembaga keuangan syariah, khususnya Pegadaian Syariah di wilayah Aceh.

Temuan ini menegaskan bahwa peran kualitas pelayanan pada Pegadaian Syariah tidak hanya berfungsi sebagai instrumen untuk meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat kepercayaan terhadap implementasi prinsip syariah di tengah perkembangan layanan keuangan digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang, yang diukur melalui dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,781, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah,

2) Kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah sebesar 55,8%, sedangkan sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti citra perusahaan, harga, promosi, kualitas produk, dan kemudahan akses layanan digital, 3) Karakteristik nasabah didominasi oleh perempuan, berusia produktif (36–45 tahun), berpendidikan SMA/ sederajat, bekerja sebagai wiraswasta, dan telah menjadi nasabah selama 1 hingga 3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kepastian transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dalam menilai kualitas pelayanan, 4) Hasil penelitian mendukung teori kualitas pelayanan (Service Quality) dan teori konfirmasi harapan (Expectation-Confirmation Theory), di mana kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan menjadi penentu utama kepuasan nasabah, khususnya di wilayah yang memiliki preferensi tinggi terhadap nilai-nilai syariah seperti Aceh.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen dan peneliti selanjutnya, yaitu:

Bagi Pihak Manajemen PT Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang

Optimalisasi Dimensi Daya Tanggap dan Keandalan: Mengingat kedua dimensi ini sangat berpengaruh, manajemen disarankan menambah jumlah petugas pada jam sibuk untuk mengurangi antrean, serta memastikan seluruh informasi produk dan prosedur disampaikan secara akurat, cepat, dan mudah dipahami nasabah.

Peningkatan Fasilitas Fisik: Terus memperbaiki kenyamanan ruang tunggu, kebersihan, dan kelengkapan sarana penunjang layanan agar nasabah merasa nyaman selama bertransaksi.

Pengembangan Layanan Digital: Mempercepat penerapan dan sosialisasi layanan berbasis teknologi agar nasabah dapat mengakses layanan dengan lebih mudah, aman, dan transparan, sejalan dengan perkembangan transformasi keuangan digital.\

Pelatihan Sumber Daya Manusia: Secara berkala memberikan pelatihan kepada petugas terkait pelayanan prima, komunikasi yang baik, serta pemahaman mendalam mengenai prinsip syariah, agar aspek empati dan jaminan keamanan transaksi semakin terjaga.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi kepuasan nasabah seperti loyalitas, kepercayaan, atau kualitas produk, agar hasil penelitian lebih komprehensif.

Mengembangkan indikator penelitian yang lebih spesifik terkait penerapan prinsip syariah sebagai pembeda utama dengan lembaga keuangan konvensional.

Melakukan penelitian di lokasi yang lebih luas atau membandingkan dengan cabang lain untuk melihat perbandingan persepsi nasabah di wilayah yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboagye, G. K., Asiedu-Boamah, B., Kum, J., & Brown, M. (2025). Service Quality and Customer Satisfaction about Online Banking: Managerial Implications for Contemporary Organisations. *European Journal of Management, Economics and Business*, 2(1), 13–30. [https://doi.org/10.59324/ejmeh.2025.2\(1\).02](https://doi.org/10.59324/ejmeh.2025.2(1).02)
- Abror, Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, & Dastgir, S. (2020). Service Quality , Customer Engagement (Journal of Islamic Marketing). *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 15. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2013). Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 79–97. <https://doi.org/10.1108/02652321311298627>
- Creswell, ohn W., & Poth, C. N. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (14th ed.). SAGE Publications.
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Business Research*, 122(February 2020), 608–620. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.016>
- Destyani, H. W., & Saryadi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Ciparay. *Manajemen*.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). Pustaka Ilmu.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Lailaturrahmi, L., & Abror, A. (2025). Service Quality, Islamic Financial Literacy on Customer Loyalty of Islamic Banks: A Systematic Literature Review. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 4(2), 421–436. <https://doi.org/10.55927/ajabm.v4i2.178>
- Mokodompit, S. W. S., & Amaliyah, A. (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>
- Nurjanah, N., & Lestari, A. Y. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Pegadaian (Persero) Cabang Kendal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 654–660. <https://doi.org/DOI : https://doi.org/10.61722/jemba.v3i1.2111>
- Rachman, A., Yochanan, Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *CV Saba Jaya Publishr*. Saba Jaya Publisher.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior. In *Google Books* (12th ed.). Pearson Education. https://books.google.co.th/books/about/Consumer_Behavior.html?id=IEXSAgAAQBAJ&redir_esc=y

- Subiyanto, I. B., Susbiyani, A., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2025). Mediation Satisfaction: The Role of Service Quality and Trust to Increasing Customer Loyalty in Bank Industries. *Ilomata International Journal of Management*, 6(4), 1633–1654. <https://doi.org/https://doi.org/10.61194/ijjm.v6i4.1886>
- Syafa'at, S., & Sumitra, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Cikampek. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(April), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i1.1970>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). World Scientific Publishing Co. Inc. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.service.marketing.mix>
- Zahro, T. S., & Miranti, T. (2024). The Influence of Customer Loyalty with Customer. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 7, 310–324. [https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7\(1\).16341](https://doi.org/10.25299/jtb.2024.vol7(1).16341).