

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. TASPEN (PERSERO)
KANTOR CABANG UTAMA PALEMBANG**

Farel Efraim Panggabean¹, Zubaidah Warni², Rahmi Aminus³

Student of Management Study Program, Palembang University¹

Lecturer of Management Study Program, Palembang University^{2,3}

Zubaidahunpal@gmail.com²

ABSTRAK

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Untuk memenangkan persaingan setiap perusahaan atau penyedia jasa harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Berdasarkan pada hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah hasil pengujian terhadap hipotesis H_0 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 1.026 dengan nilai t sebesar 6.235 > t table sebesar 1.67722, dan tingkat signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a1} yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa tindakan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan atau Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal utama yang diprioritaskan perusahaan dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Dan untuk memenangkan persaingan setiap perusahaan atau penyedia jasa harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Menurut Arianty N, dkk (2019) kepuasan nasabah adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkannya.

PT.Taspen (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang dibentuk untuk mengelola program Jaminan Sosial bagi Aparatur Sipil Negara dan pejabat Negara. Taspen dibentuk berdasarkan Undang – undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1969 tentang “Pensiun Pegawai dan Pensiun Janda/Duda Pegawai”. Dalam pelaksanaan proses kegiatan PT.Taspen memiliki slogan “Melayani Melebihi Harapan Peserta” serta mempunyai misi “Mewujudkan Manfaat dan Pelayanan Yang Semakin Baik Bagi Peserta dan Stakeholder Lainnya Secara Profesional dan Akuntabel,

berlandaskan Integritas dan Etika Yang Tinggi, gambaran satuan kerja aktif Taspen di seluruh Sumatera Selatan pada periode Januari – Desember 2022.

Tabel 1 Berdasarkan Satuan Kerja di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang Januari - Desember 2022

No	Instansi
Satuan Kerja aktif pusat	
1	KPPN Palembang
2	KPPN Sekayu
3	KPPN Batu Raja
Satuan kerja aktif daerah otonom	
1	Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan
2	Pemerintah Kota Palembang
3	Pemerintah Kota Prabumulih
4	Pemerintah Kabupaten Banyu Asin
5	Pemerintah Kabupaten Musi Banyu Asin
6	Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir
7	Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir
8	Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu
9	Pemerintah Kabupaten OKU Timur
10	Pemerintah Kabupaten OKU Selatan

Sumber: Dokumen PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang Tahun 2022

Data diatas merupakan data keseluruhan daerah satuan kerja aktif Taspen di Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2022, namun jumlah diatas tidak menunjukkan bahwa semua peserta aktif pada tabel diatas menerima atau mengajukan klaim pada tahun 2022 dan mengajukan Klaim di Kantor Taspen Kantor Cabang Palembang. Berikut adalah data peserta Taspen yang mengajukan klaim dan mendapatkan pelayanan pada bulan Januari – Desember 2022 :

Tabel 2 Jumlah Peserta Taspen Kantor Cabang Palembang yang Mengajukan Klaim Bulan Januari – Desember 2022

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	364 Orang
2	Februari	309 Orang
3	Maret	459 Orang
4	April	739 Orang
5	Mei	895 Orang
6	Juni	453 Orang
7	Juli	631 Orang
8	Agustus	563 Orang
9	September	532 Orang
10	Oktober	491 Orang
11	November	204 Orang
12	Desember	243 Orang
Jumlah		5.883 Orang

Sumber: Dokumen PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Palembang Tahun 2022

Pada proses pelayanan PT.Taspen (Persero) memiliki motto yaitu “Melayani Melebihi Harapan Peserta”. Motto ini selalu dijadikan acuan bagi Taspen saat melayani peserta Taspen

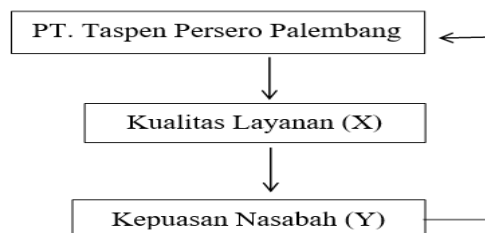
TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Tjiptono Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Berdasarkan definisi para ahli diatas, bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen (Rohaeni H, 2018) . Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (responsiveness), menumbuhkan dengan adanya jaminan (assurance), menunjukkan bukti fisik (tangible), yang dapat dilihatnya, menurut empati (empathy) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan (Buchari, dalam Setiawan Ajis, 2019) .

Menurut Sangadji kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan. Kepuasan pelanggan dikatakan sebagai sebuah respon emosional seseorang yang mencakup beberapa aspek seperti ekspektasi terhadap produk, pengalaman penggunaan, dan seterusnya, respon tersebut terjadi pada waktu tertentu seperti pada saat setelah produk digunakan, pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa tersebut dipilih (Tjiptono & Chandra, dalam Mahira dkk, 2021). Menurut Tjiptono ((2020) kepuasan pelanggan dibagi menjadi 2 indikator, antara lain : Bersedia untuk memberikan rekomendasi, dan penggunaan berkelanjutan.

Kerangka Pikir

Berdasarkan paparan di bawah, maka kerangka pikir penelitian ini dapatdiilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1
Skema kerangka pikir

Hipotesis

Berdasarkan paradigma diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu:

Ho = ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Utama Palembang

Ha = tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Utama Palembang

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor PT. Taspen (Persero) Cabang Utama Palembang Jl. Jend. Sudirman KM. 4,5 No. 732 Pahlawan, Kec. Kemuning Kota Palembang Sumatera Selatan.

Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengkaji tentang Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Utama Palembang yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebagian Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Cabang utama Palembang. Pelaksanaan penelitian ini hanya berlangsung pada bulan September sampai dengan Oktober 2023.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Ferdinand ((Z. Warni, 2020) Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian Populasi penelitian ini adalah yakni nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang sebanyak 48 responden.

2. Sampel

Penempatan responden penelitian menggunakan metode survei atau *full sample* sesuai pendapat Arikunto (2019) menyatakan bahwa, apabila terdapat populasi penelitian < 100 orang, maka penarikan sampel untuk responden di lakukan secara keseluruhan. Jadi, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 48 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang. cukup beragam baik dari jenis kelamin, pendidikan dan usia. Berikut akan di jelaskan dapat dilihat pada penjelasan tiap terlebih dahulu karakteristik responden melalui dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, lama menjadi nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang.

a. Berdasarkan jenis kelamin

Tingkat jenis kelamin responden yang ada pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	18	37,5%

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
2	Perempuan	30	62,5%
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, maka diperoleh data dari 48 orang responden. bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 30 orang responden atau sebesar 62,5%. Sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang responden atau sebesar 37,5%.

b. Berdasarkan Usia

Tingkat usia responden yang ada pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< 15	0	0 %
2	16 - 19	10	20,83%
3	20 - 29	11	22,93%
4	30 - 40	15	31,25%
5	41 - 50	11	22,91%
6	> 50	1	2,08%
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat bahwa komposisi tingkat usia responden yang terbanyak adalah berada pada tingkat usia 30– 40 tahun sebanyak 15 orang responden dengan persentase sebesar 31,25%.

c. Berdasarkan Pendidikan

Tingkat pendidikan responden pengguna jasa pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang. dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SMU	12	25 %
2	Diploma	16	33,33%
3	Sarjana	20	41,66%
	Jumlah	48	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden yang terbanyak adalah tingkat pendidikan Sarjana yakni sebanyak 20 orang responden dengan persentase sebesar 41,66%.

d. Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	PNS/TNI	18	37,5 %
2	Wiraswasta	6	10,7%
3	Ibu Rumah Tangga	3	5,24%
4	Mhs/Pelajar	5	10,7%
5	Lainnya	17	35,7%
Jumlah		48	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat jumlah responden yang terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah dari kalangan pegawai negeri sipil / TNI terdapat 18 orang responden dengan persentase sebesar 37,5%

e. Berdasarkan Lama menjadi nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang Tingkat lama menjadi nasabah responden pengguna jasa pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang. dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 7
Karakteristik Eesponden Berdasarkan lama menjadi nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 Tahun	12	25%
2	1 - 2 Tahun	25	52,3%
3	3 Tahun	11	22,7%
Jumlah		48	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat lama menjadi nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang responden yang terbanyak adalah tingkat 1-2 tahun sebanyak 25 orang responden dengan persentase sebesar 52,3%.

f. Berdasarkan pendapatan tiap bulan

Tingkat pendapatan tiap bulan responden pengguna jasa pada PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang. dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8
Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan tiap bulan

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< 1 Juta	11	22,9%

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
2	1 - 2 Juta	16	33,3%
3	> 3 Juta	21	43,7%
Jumlah		48	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Dari tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendapatan tiap bulan responden yang terbanyak adalah tingkat 3 tahun sebanyak 21 orang responden dengan persentase sebesar 43,7%.

HASIL ANALISIS DATA

a.Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan ukuran ketepatan item pertanyaan dalam menjawab tujuan penelitian (Z. dkk Warni, 2024) Hasil uji validasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9
Uji Validasi

Variabel	Nilai R _{hitung}	Nilai R _{tabel}	Ket
X1	0,486	0,422	Valid
X2	0,431	0,422	Valid
X3	0,481	0,422	Valid
X4	0,512	0,422	Valid
X5	0,899	0,422	Valid
X6	0,921	0,422	Valid
X7	0,498	0,422	Valid
X8	0,511	0,422	Valid
X9	0,732	0,422	Valid
X10	0,596	0,422	Valid
X11	0,450	0,422	Valid
X12	0,528	0,422	Valid
Y1	0,812	0,422	Valid
Y2	0,509	0,422	Valid
Y3	0,479	0,422	Valid
Y4	0,683	0,422	Valid
Y5	0,710	0,422	Valid
Y6	0,999	0,422	Valid
Y7	0,509	0,422	Valid
Y8	0,439	0,422	Valid
Y9	0,533	0,422	Valid
Y10	0,712	0,422	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 21

Berdasarkan data tersebut pada tabel diatas tersebut, dengan melihat nilai *Pearson Correlation* antara variabel (X) dan variabel(Y) berada pada taraf signifikansi korelasi sebesar 0,00, maka dapat dinyatakan bahwa item-item pertanyaan untuk Variabel X dan Y dinyatakan valid. Selanjutnya akan dilakukan pengolahan data

dengan menggunakan metode analisis data regresi sederhana dengan bantuan SPSS. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independen*) dan variabel tak bebas (*variabel dependen*).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas data dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukur dapat menunjukkan akurasi dan konsistensi butir pertanyaan. Untuk menguji reliabilitas data digunakan pengukur Cronbach Alpha ((Z. dan A. R. A. Warni, 2024). Reliabilitas item pertanyaan kuesioner dapat ditentukan jika skor Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 10
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Minimum	Hasil
Kualitas Layanan	0,712	0,600	reliabel
Kepuasan Nasabah	0,671	0,600	reliabel

Sumber: Data diolah

c. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Menurut Ghozali ((Fariska Y, 2025) analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam melakukan perhitungan analisis regresi semua data diolah dengan menggunakan computer aplikasi *software* SPSS 21.0 for windows. Adapun hasil analisis yang diperoleh dari aplikasi pengolahan data SPSS yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.9.
Hasil Uji Regresi Sederhana
Coefficients_a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.631	7.851		-1.227	.226
Kualitas Layanan	1.026	.165	.677	6.235	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Olahan data, 2023

Dari nilai persamaan yang dihasilkan oleh regresi diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = -9.031 + 1,026$$

Keterangan

a) Kepuasan nasabah = $9.631 + 1.026$

b) Nilai konstanta sebesar 9.631 menyatakan jika tidak ada variabel bebas, maka kepuasan nasabah sebesar 9.631.

c) Nilai koefisien sebesar koefisien 1.026 menunjukkan bahwa meningkatnya kualitas layanan sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 1.026.

d. Uji t

Nilai uji t menunjukkan tingkat signifikansi konstanta dan variable independent. Signifikansi variable konstanta; sig. = 0.000 < 0.05 inimenunjukkan bahwa konstanta mempengaruhi secara signifikan dalam regresi linear sederhana. Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang bersifat positif (apabila semakin baik kualitas pelayanan maka peningkatan kepuasan nasabah juga akan naik atau semakin baik). Berdasarkan pada tabel diatas, digunakan untuk melihat uji koefisien. Diketahui bahwa nilai dari hasil t hitung $6.235 > t$ table sebesar 1.67722, yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Taraf kesalahan sebesar 5% atau 0.05, maka dilakukan uji hipotesis:

Ho = ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang.

Ha = tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Utama Cabang Palembang.

e. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (Pondarta, 2025) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin besar nilai Adjusted R^2 atau semakin mendekati nilai 1 maka variabel independen semakin dapat menjelaskan variabel dependennya atau semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 8. berikut ini:

**Tabel .4.10
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.677	.458	.446	2.93874	.458	38.875	1	46	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Olahan data, 2023

Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh $R = 0.677$, dengan $R^2 = 0.458$. Nilai R merupakan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar kualitas model regresi linier yang terbentuk, maka diperhatikan nilai koefisien determinasi (R square) = 0.4580. Nilai tersebut menunjukkan informasi bahwa 45.8% nilai dari besarnya kepuasan nasabah telah dapat dijelaskan oleh data kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 54.2% informasi mengenai besarnya kepuasan nasabah belum dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas tersebut.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan pada hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan nasabah hasil pengujian terhadap hipotesis H_{a1} menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 1.026 dengan nilai t sebesar $6.235 > t$ table sebesar 1.67722, dan tingkat signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a1} yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa tindakan

pelayanan yang dilakukan oleh karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil pengujian statistik t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana dalam penelitian ini diukur yaitu perusahaan harus mengungkapkan informasi secara tepat waktu dalam penyampaian pesan (layanan) yang tepat, kelengkapan laporan yang meliputi visi, misi, sasaran usaha, strategi perusahaan,. Dengan keadaan seperti ini menyebabkan tekanan yang cukup besar terhadap pelanggan sehingga menyebabkan kepuasan Nasabah akan meningkat. Hasil penelitian ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Fikri, 2016) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa, menunjukkan hasil dari penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah hasil pengujian terhadap hipotesis H_0 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 1.026 dengan nilai t sebesar 6.235 > t table sebesar 1.67722, dan tingkat signifikansi sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a1} yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa tindakan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2019). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Praktek (Edisi 1)* (1st ed.). Perdana Publishing.
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta Alfabeta.
- Fariska Y, dkk. (2025). Pengaruh Lingkungan Fisik dan Non Fisik Terhadap Terhadap Kinerja Karyawan PDAM Tirta Ogan Di Kabupaten Ogan Ilir. *TECHNOBIZ*, 8(1), 1–8.
- Fikri, S. dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Mahira dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *KORELASI*, 1267–1283.
- Pondarta, M. dkk. (2025). Pengaruh E-commerce (Studi Kasus Pada Aplikasi Shopee) Terhadap Minat Beli Pakaiian Pria Dewasa Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Palembang. *TECHNOBIZ*, 8(1), 2655–3457.
- Rohaeni H, dkk. (2018). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ecodemika*, 2(2), 312–318.
- Setiawan Ajis, dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126.
- Tjiptono, F. (2020). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Andi Offset.
- Warni, Z. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah pada Gerai Kosmetik Caarefour Palembang Square Di Kota Palembang . *Jurnal Manajemen*, 8(4).
- Warni, Z. dan A. R. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk MCDonalds Di Kota Palembang (Studi Kasus

Terhadap Merek Dunia Yang Mendukung Israel). *Jurnal Manajemen*, 12(2), 132–142.

Warni, Z. dkk. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Bidang Sosial, Ekonomi dan Lingkungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pegadaian di Kota Palembang. *Technobiz*, 7(2), 74–80.