

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEGADAIAN DI SURABAYA

Nama : Denis Claudia Agnes Sopahella
Jurusan/Program Studi : Ilmu Ekonomi/Perbankan dan Jasa Keuangan
Pembimbing :

1. Dr. Sugeng Hariadi, S.E., M.Si.
2. Dra.ec. Mintarti Ariani, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai pengaruh kualitas layanan, promosi, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pegadaian di Surabaya. Pegadaian merupakan Pegadaian merupakan perusahaan negara non-bank yang bergerak dalam bidang jasa memberikan kredit yang berdasarkan hukum gadai yang berarti memberikan pinjaman kepada konsumen atau nasabahnya dengan menyerahkan barang jaminan. Kuisisioner dirancang dengan menggunakan *Likert Scale*. Data yang digunakan data sekunder dan primer yang diperoleh dari menyebarkan kuisisioner dalam bentuk angket maupun online sebanyak 100 responden. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan, promosi dan kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 41,4% sedangkan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, promosi berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah sedangkan kepuasan berpengaruh tidak signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Walaupun kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan positif tetapi tetap harus menjadi perhatian mengingat persaingan bisnis jasa keuangan saat ini yang sangat kompetitif maka harus ada upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, Promosi, Kepuasan, Loyalitas Nasabah*

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PROMOTION, AND SATISFACTION OF THE LOYALTY OF PAWNSHOP CUSTOMERS IN SURABAYA

Name : Denis Claudia Agnes Sopahella

Dicipline/Study Programme : Economics/Banking and Financial Services

Contributor :

1. Dr. Sugeng Hariadi, S.E., M.Si.
2. Dra.ec. Mintarti Ariani, M.Si.

ABSTRACT

This research aims to know and explain about the influence of service quality, promotion, and satisfaction of the loyalty of pawnshop customers in Surabaya. Pawnshop is a pawnshop is a non-bank company that is engaged in the service of giving credit based on pawn law which means to give loans to consumers or customers by submitting collateral. The questionnaire was designed using Likert Scale. Data used secondary and primary data obtained from spreading the questionnaire in the form of a poll or online as many as 100 respondents. The results of simultaneous research showed that the quality of service, promotion and satisfaction have significantly positive impact on customer loyalty of 41.4% while the remaining of 58.6% is influenced by other factors that are not researched in This research. In partial service quality significant positive impact on customer loyalty, promotion has significant positive effect on customer loyalty while satisfaction is not significantly positive against customer loyalty. Although customer satisfaction has no significant positive effect but still should be a concern considering the current competition of financial services business is very competitive then there must be efforts to provide customer satisfaction.

Keyword : Service Quality, Promotion, Satisfaction, Customer Loyalty