

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Simarmata, Renta Anggraini

2025

Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Setia Budi Medan

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/806>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT PEGADAIAN CABANG SETIA BUDI**

SKRIP

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

RENTA ANGGRIANI SIMARMATA

NPM: 210110158

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.PEGADAIAN
CABANG SETIA BUDI**

RENTA ANGGRIANI SIMARMATA

NPM : 210110158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 16 Juni 2025

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi

Disetujui Oleh

Pembimbing

Dr. Niska Irani br Tarigan S.Sos., M.M
NIDN: 0108108002

Dr. Donalson Silalahi
NIDN:01288026201

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.PEGADAIAN
CABANG SETIA BUDI**

RENTA ANGGRIANI SIMARMATA
NPM : 210110158

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

Medan, 16 Juni 2025

Penguji I


Dr. Pandapozan Sitompul, MM
NIDN:0412116401

Penguji II


Darwis Tamba, SE,MSi
NIDN:0103056601

Ketua Penguji


Dr. Donaldson Silalahi
NIDN:0128026201

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Kornel Munthe, S.E., M.M
NIDN: 0130096702

Ketua Program Studi


Dr. Miska Irani br Tarigan S.Sos., M.M
NIDN:0108108002

ABSTRAK

RENTA ANGGRANI SIMARMATA. 210110158, (2025) PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT PEGADAIAN CABANG SETIA BUDI MEDAN

Pembimbing : Dr. Donalson Silalahi, MS

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Cabang Setia Budi Medan dengan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 100 orang nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian. Teknik analisis data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji F dan uji t), dan uji koefisien determinasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh fungsi persamaan: $Y = 3,053 + 0,223(H) + 0,070(P) + 0,266(KP) + \varepsilon$. Nilai konstanta sebesar 3,053 menunjukkan bahwa jika variabel harga (H), promosi (P), dan kualitas pelayanan (KP) dianggap tetap, maka tingkat kepuasan nasabah sebesar 3,053. Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) sebesar 0,223, promosi (X_2) sebesar 0,070, dan kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,266, yang semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga ($t_{hitung} = 5,427$; $sig. = 0,000$), promosi ($t_{hitung} = 2,193$; $sig. = 0,031$), dan kualitas pelayanan ($t_{hitung} = 9,058$; $sig. = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 248,970 > F_{tabel} sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ketiga variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,886 atau 88,6% menunjukkan bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 11,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti citra perusahaan, loyalitas, dan pengalaman individu.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

**RENTA ANGGRANI SIMARMATA. 210110158, (2025)
THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT PEGADAIAN SETIA BUDI
BRANCH MEDAN**

Advisor: Dr. Donalson Silalahi, MS

This study aims to determine the influence of price, promotion, and service quality on customer satisfaction at PT Pegadaian Setia Budi Branch Medan by using a descriptive method and a quantitative approach. In this research, questionnaires were distributed to 100 customers of PT Pegadaian's Gold Savings product. Data analysis techniques included validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test and F-test), and coefficient of determination (R^2). Data were analyzed using SPSS version 25.

Based on the results of multiple linear regression analysis, the regression equation obtained is: $Y = 3.053 + 0.223(P) + 0.070(PR) + 0.266(SQ) + \varepsilon$. The constant value of 3.053 indicates that if the independent variables—price (P), promotion (PR), and service quality (SQ)—remain constant, the customer satisfaction level will be 3.053. The regression coefficients show that price (X_1) has a value of 0.223, promotion (X_2) is 0.070, and service quality (X_3) is 0.266, all of which positively influence customer satisfaction.

The t-test results show that price ($t = 5.427$; $\text{sig.} = 0.000$), promotion ($t = 2.193$; $\text{sig.} = 0.031$), and service quality ($t = 9.058$; $\text{sig.} = 0.000$) each have a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, the F-test result shows that F_{count} is $248.970 > F_{\text{table}} 2.70$, with a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that the three independent variables together have a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R Square) is 0.886 or 88.6%, which means that variations in customer satisfaction can be explained by price, promotion, and service quality, while the remaining 11.4% is explained by other factors outside the model, such as brand image, customer loyalty, and individual experience.

Keywords: *Price, Promotion, Service Quality, Customer Satisfactio*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menyertai dan memberikan kekuatan dalam setiap langkah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul: **“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT PEGADAIAN CABANG SETIA BUDI MEDAN”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum., selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Esli Silalahi, SE., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak Dr. Donalson Silalahi, MS., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Pandapotan Sitompul, MM., selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti.
7. Bapak Darwis Tamba, SE., M.Si., selaku dosen penguji kedua atas dukungan dan masukan yang membangun.
8. Bapak Dr. Pandapotan Sitompul, MM., juga selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberikan motivasi selama masa studi.
9. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah mendidik dan membagikan ilmunya kepada penulis.
10. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Mangudut Simarmata dan Ibu Sortina Silalahi, yang merupakan sumber kekuatan utama penulis. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moral dan material yang diberikan tanpa batas. Setiap tetes keringat dan pengorbanan yang telah diberikan menjadi landasan kuat bagi penulis untuk terus melangkah dan berjuang. Semoga hasil ini dapat menjadi persembahan kecil atas semua cinta dan perjuangan kalian.
11. Kepada oppung tercinta, Oppung Boru Pasaribu, serta saudara kandung: Chatrine Mirana Alicia Simarmata, Alfredo Natanael Simarmata, dan Geraldo Simarmata, terima kasih atas cinta, semangat, dan motivasi yang selalu menguatkan penulis.
12. Kepada sahabat-sahabat terdekat: Sriputri Waruwu, Kamelia Togatorop, dan Fitra Turnip, terima kasih atas segala cinta, doa, tawa, dan pelukan hangat yang kalian berikan selama proses panjang ini. Kalian bukan hanya sahabat, tapi rumah tempat aku kembali saat lelah. Dukungan kalian adalah kekuatan

yang tak terlihat namun selalu terasa. Terima kasih telah menjadi bagian indah dalam perjuangan ini.

13. Kepada mahasiswa pemilik NPM 220410007 dari Program Studi Teknologi Hasil Pertanian (THP), terima kasih yang tak terhingga atas segala bentuk dukungan, bantuan, dan semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, suka dan duka, serta telah setia menemani di masa-masa sulit maupun bahagia. Kehadiranmu menjadi kekuatan besar yang tak tergantikan.
14. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen, Konsentrasi Pemasaran, khususnya Kelas Manajemen D, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.
15. Dan yang terakhir, kepada diri sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena telah kuat melalui segala tekanan, drama perkuliahan, dan rasa putus asa yang sempat datang. Terima kasih karena tidak menyerah. Semoga kamu terus menjadi pribadi yang tangguh, rendah hati, dan tidak lupa bersyukur. Tetap semangat, terus berjuang, dan ingatlah untuk selalu mengandalkan Tuhan dalam setiap langkah hidupmu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi penulis sendiri.

Penulis
Medan, Juni 2025

Renta Anggriani Simarmata
NPM. 210110158

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Pemasaran.....	16
2.1.1 Pengertian pemasaran	16
2.1.2 Konsep pemasaran	17
2.1.3 Tujuan dan Fungsi Pemasaran	19
2.2 Harga	21
2.2.1 Pengertian Harga.....	21
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	21
2.2.3 Tujuan Penetapan Harga	24
2.2.4 Indikator Harga	26
2.3 Promosi.....	28
2.3.1 Pengertian Promosi	28
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	29
2.3.3 Tujuan Promosi.....	31
2.3.4 Indikator Promosi	33
2.4 Kualitas Pelayanan	37
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	37
2.4.2 Karakteristik Pelayanan	38

2.4.3 Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan.....	38
2.4.4 Prinsip - Prinsip Kualitas Pelayanan.....	40
2.4.5 Manfaat Kualitas Pelayanan	41
2.4.6 Indikator Kualitas Pelayanan	43
2.5 Kepuasan Nasabah.....	46
2.5.1 Pengertian Kepuasan.....	46
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	47
2.5.3 Indikator Kepuasan Nasabah	49
2.6 Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	50
2.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Nasabah	50
2.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah.....	51
2.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	53
2.7 Kerangka Berpikir	54
2.8 Hipotesis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	56
3.2 Populasi dan Sampel.....	56
3.2.1 Populasi.....	56
3.2.2 Sampel	57
3.3 Operasionalisasi Variabel	58
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1 Uji Validitas	61
3.6.2 Uji Reliabilitas	62
3.7 Analisis Regresi Linier Berganda	63
3.8 Uji Hipotesis.....	64
3.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	64
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	65
3.9 Koefisien Determinasi (R ²).....	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	67
4.1.1 Sejarah Singkat Bedirihnya PT. Pegadaian.....	67
4.1.2 Lokasi Penelitian.....	70
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Setiabudi	70
4.1.4 Logo PT. Pegadaian	75
4.1.5 Visi dan Misi PT. Pegadaian	75
4.2 Gambaran Umum Responden.....	76
4.3 Tanggapan Responden.....	78
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Harga.....	78
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Promosi	81
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan.....	84
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah.....	88
4.4 Hasil Penelitian.....	92
4.4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial	92
4.4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	96
4.5 Analisis Regresi Liner Berganda.....	98
4.6 Pengujian Hipotesis	100
4.6.1 Pengujian Secara Parsial (t).....	100
4.6.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	101
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	102
4.8 Pembahasan	103
4.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Setia Budi Medan	103
4.8.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pegadaian Cabang Setia Budi Medan.	105
4.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasaabah PT Pegadaian Cabang Setia Budi Medan.....	107
4.8.4 Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Cabang Setia Budi Medan.....	110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Jenis Emas Berdasarkan Warna Hasil Campuran Logam	2
1.2	Kadar Emas	3
1.3	Jumlah Nasabah Pegadaian Tahu 2022-2024	6
1.4	Harga Emas Mulai Tahun 2022-2024	7
3.1	Populasi	57
3.2	Jumlah Pengambilan Sampel Secara Proporsional dari Setiap Gender Nasabah Tabungan Emas	58
3.3	Operasionalisasi Variabel	59
3.4	Instrumen Skala Likert	61
3.5	Nilai Koefisien Determinasi	66
4.1	Umur Responden	77
4.2	Jenis Kelamin Responden	77
4.3	jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Harga	78
4.4	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Promosi	81
4.5	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan	85
4.6	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Kepuasan Nasabah	89
4.7	Case Processing Summary (Harga)	92
4.8	Item-Total Statistics (Harga)	92
4.9	Case Processing Summary (Promosi)	93
4.10	Item-Total Statistics (Promosi)	93
4.11	Reliability Statistics (Harga)	93
4.12	Item-Total Statistics (Harga)	94
4.13	Case Processing Summary (Kepuasan Pelanggan)	94
4.14	Reliability Statistics (Kepuasan Pelanggan)	95
4.15	Item-Total Statistics (Kepuasan Pelanggan)	95
4.16	Case Processing Summary (Simultan)	95
4.17	Reliability Statistics (Simultan)	96
4.18	Item-Total Statistics (Simultan)	96
4.19	Case Processing Summary (Gabungan)	97
4.20	Reliability Statistics (Gabungan)	97
4.21	Item-Total Statistics (Gabungan)	97
4.22	Coefficientsa	99
4.23	Uji t	100
4.24	ANOVAa	101
4.25	Model Summary	102

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir	55
4.1	Struktur Organisasi PT. Pegadaian	71
4.2	Logo PT. Pegadaian	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran
1	Kusioner Penelitian
2	Tabulasi Jawaban Responden
3	Uji Validitas dan Realibilitas Secara Parsial



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Shinta. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Amelia. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Kualitas*. Bandung: Pustaka Pelajar.
- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I., & Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irwan, H. (2012). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing: An Introduction* (Edisi ke-12). Jakarta: Erlangga.
- . (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 12). Jakarta: Erlangga.
- . (2018). *Principles of Marketing* (Edisi ke-17). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Edisi ke-14, direvisi). Jakarta: Salemba Empat.
- . (2016). *Marketing Management* (Edisi ke-15). Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik* (Edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- , Ramba, & Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nur, A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Grafindo Persada.
- Saladin, D. (2018). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2013). *Definisi Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- . (2011). *Strategi Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.
- . (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.
- . (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.
- Jurnal dan Artikel Ilmiah:**
- Agriana, A., dkk. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek" Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 42–50.
- Amalia, E. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Mataram. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 55–64.
- El Brahim, M. (2021). Strategi Promosi dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 9(3), 63–72.
- Fadma, Y. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan pada Bank Panin Tbk KCP A. Yani Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(1), 22–30.
- Melati, P., dkk. (2021). Pengaruh Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Menggunakan Produk Tabungan Emas. *Jurnal Investasi dan Keuangan*, 3(2), 91–97.
- Sari, R., & Wijaya, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(1), 53–59.

Tresiya, D., dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 23–29.

Artikel & Sumber Web:

Emasku. (2017). Mengenal Sifat dan Kelebihan Emas. Diakses dari <https://www.emasku.com>

Indogold. (2017). Jenis dan Karat Emas dalam Investasi. Diakses dari <https://www.indogold.com>

Orori. (2014). *Panduan Investasi Emas*. Jakarta: Orori Press.

Pegadaian. (2019). Sahabat Pegadaian. Diakses dari <https://www.pegadaian.co.id>

Lestari, W. (2022). Sistem Informasi PASSION di PT Pegadaian. *Artikel Keuangan Digital*, Diakses dari <https://www.fintechindonesia.id>

