

Pengaruh Pelayanan Prima, Lokasi Dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadaai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan

Mashuri Toha¹, Dimas Syahputra²

^{1, 2} Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Al-Amien Prenduan, Sumenep, Indonesia
huriemo@gmail.com

Abstract

Gold pawn is one of the products offered by Islamic banks in the form of a financing facility, where the bank provides a loan (qard) to customers with gold (jewelry) as collateral through a pawning agreement (rahn). The issue raised in this study is to examine whether there is an effect of excellent service, location, and promotion on customer satisfaction in gold pawn services at Bank Syariah Indonesia KC Pamekasan. This study uses a quantitative method with a survey approach. Data were obtained through questionnaires distributed to 92 gold pawn customers at BSI KC Pamekasan, selected using purposive sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression tests, with hypothesis testing using t-tests for partial analysis and F-tests for simultaneous analysis. The results of the study indicate partially, excellent service and promotion have a positive and significant effect on customer satisfaction, with t_{value} of 5.066 and 5.626, and a significance level of $0.000 < (0.05)$. In contrast, location does not have a significant effect on customer satisfaction, with a t_{value} of 0.342 and a significance level of $0.733 > (0.05)$. Simultaneously, excellent service, location, and promotion have a positive and significant effect on customer satisfaction, with an F_{value} of 50.302 and a significance level of $0.000 < (0.05)$. Meanwhile, the coefficient of determination R_{square} value is 0.632 or 63.2%. This indicates that the variables of excellent service, location, and promotion can explain their influence on customer satisfaction in gold pawn services by 63.2%. The remaining 36.8% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Excellent Service, Location, Promotion, Customer Satisfaction

Abstrak

Gadaai emas adalah salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah dalam bentuk fasilitas pembiayaan, di mana bank memberikan pinjaman (qard) kepada nasabah dengan emas (perhiasan) sebagai jaminannya melalui akad gadaai (rahn). Produk ini menjadi pilihan utama bagi masyarakat karena memiliki nilai taksiran yang tinggi, biaya penyimpanan yang relatif rendah. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh pelayanan prima, lokasi dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah gadaai emas di Bank Syariah Indonesia KC. Pamekasan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 92 nasabah gadaai emas BSI KC Pamekasan, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk analisis parsial dan uji F untuk analisis simultan. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, pelayanan prima dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai t_{hitung} masing-masing sebesar 5,066 dan 5,626 serta tingkat signifikansi t_{hitung} $0,000 < (0,05)$. Sebaliknya, lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai sebesar 0,342 dan signifikansi $0,733 > (0,05)$. Secara simultan, pelayanan prima, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai F_{hitung} sebesar 50,302 dan tingkat signifikansi $0,000 < (0,05)$. Sementara itu, nilai koefisien determinasi R_{square} tercatat sebesar 0,632 atau 63,2%. Ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima, lokasi, dan promosi mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah gadaai emas sebesar 63,2%. Adapun sisanya, yaitu 36,8%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pelayanan Prima, Lokasi, Promosi, Kepuasan Nasabah

Copyright (c) 2026 Mashuri Toha, Dimas Syahputra

✉ Corresponding author: Mashuri Toha

Email Address: huriemo@gmail.com (Universitas Al-Amien Prenduan, Sumenep, Indonesia)

Received 20 Agustus 2026, Accepted 28 Agustus 2026, Published 9 September 2026

PENDAHULUAN

Peran BSI sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya dalam sektor perbankan syariah, dengan harapan dapat menyediakan opsi keuangan yang lebih beragam bagi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah, bank berperan sebagai mediator antara perekonomian masyarakat dan layanan yang mempromosikan produk untuk menarik klien melalui pemasaran yang luas. Keberhasilan sebuah perusahaan dapat diukur dari kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, mengelola dana dengan menawarkan fasilitas dan layanan yang menguntungkan serta memberikan kemudahan. Bank syariah diharapkan dapat menjadi solusi pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk menghindari unsur bunga dan riba (Rismadayanthi, C. E, 2023).

Gadai emas sebagai produk perbankan syariah menawarkan solusi keuangan yang memadukan prinsip-prinsip syariah dengan kebutuhan masyarakat akan dana tunai cepat. Produk ini memungkinkan nasabah untuk menggadaikan emas mereka sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman, dengan proses yang cepat dan transparan (Ernanda, F. P, 2022). Keunggulan gadai emas di bank syariah terletak pada pengelolaannya yang bebas riba, sehingga lebih sesuai dengan nilai-nilai syariah yang dipegang oleh nasabah. Selain itu, produk ini juga memberikan rasa aman bagi nasabah karena emas yang digadaikan disimpan dengan baik dan dapat ditebus kembali dengan mudah. Dengan demikian, gadai emas tidak hanya menjadi solusi finansial yang praktis, tetapi juga etis dan sesuai dengan ajaran Islam. Produk gadai emas merupakan salah satu layanan yang memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat. Ketika masyarakat menghadapi kesulitan ekonomi dan memerlukan dana tunai dengan segera, produk ini dapat menjadi solusi yang efektif (Karmila, N, 2021).

Bank Syariah Indonesia KC. Pamekasan adalah salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan berusaha memberikan yang terbaik untuk tetap kompetitif di dunia perbankan Indonesia. Kepuasan nasabah menjadi prioritas utama Bank Syariah Indonesia KC. Pamekasan dalam mempertahankan nasabah. Untuk mencapai tujuan tersebut, bank ini memberikan layanan terbaik kepada semua nasabah tanpa terkecuali dan terus mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk-produknya. Layanan yang diberikan, seperti *customer service*, *teller*, pemasaran, dan keamanan, diatur oleh standar yang disebut *service level agreement*.

Memberikan pelayanan prima dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Bagi nasabah, memahami kinerja bank sangat membantu dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah. Oleh karena itu, konsep dan prinsip pelayanan berkualitas yang disebut pelayanan prima perlu dikembangkan dan diterapkan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah.

Lokasi memiliki peran penting bagi perusahaan atau pengusaha karena sangat memengaruhi keputusan target pasar dalam memilih untuk membeli. Dalam penelitian ini, aspek tempat merujuk pada lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Pamekasan. Lokasi yang strategis memudahkan konsumen dalam mengakses tempat di mana mereka dapat menemukan barang atau jasa yang

dibutuhkan. Lokasi yang nyaman, aman, higienis, ramai, dan mudah dijangkau oleh transportasi merupakan beberapa kriteria yang banyak diminati oleh konsumen (Zulkarnain, A. T. A, 2020).

Promosi adalah faktor kunci bagi perusahaan dalam menentukan apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, promosi membutuhkan waktu yang efektif. Promosi akan menjadi tidak efektif jika tidak dikelola dengan baik, karena tujuan utamanya adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen dengan cara menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan mereka tentang produk yang ditawarkan (Terminanto, A, 2019). Dengan memperhatikan permasalahan yang sudah diuraikan di atas dan research gap dengan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Pelayanan Prima, Lokasi Dan Promosi terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pamekasan”

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan analisis data. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menjabarkan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan fenomena secara mendetail (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan dua variabel, variabel pertama (*independent variabel*) yaitu Pelayanan Prima, lokasi dan promosi. Variabel kedua (*dependent variabel*) yaitu Kepuasan Nasabah. Penelitian ini dirancang dengan menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif yang ingin mengetahui pengaruh pelayanan prima, lokasi, dan promosi terhadap kepuasan nasabah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Pamekasan yang berjumlah 1.100 pada tahun 2024. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari populasi dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu (Swarjana, I, 2022). Teknik ini biasanya digunakan ketika peneliti memiliki kriteria khusus yang harus dipenuhi oleh sampel agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah 92.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *kuesioner* (angket) dan menggunakan *Google Form*, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan secara langsung kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda adalah sebuah algoritma yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen, yaitu pelayanan prima, lokasi dan promosi, dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah. Uji hipotesis ini bertujuan untuk menguji dugaan sementara secara lebih mendalam (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN DISKUSI

Analisis Regresi Liner Berganda

Uji regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Pelayanan prima, lokasi dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah gadai emas di BSI KC Pamekasan.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.953	1.455		1.343	.183
	X1	.452	.090	.448	5.006	.000
	X2	.033	.096	.031	.342	.733
	X3	.411	.073	.442	5.626	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Output SPSS Version 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil suatu persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \\
 &= 1.953 + 0,452X_1 + 0,033X_2 + 0,411X_3 + e
 \end{aligned}$$

Nilai konstanta dan koefisien regresi linear pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (*Constant*) = 1.953

Konstanta yang ditunjukkan pada tabel di atas sebesar 1,953 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) sama dengan nol, maka nilai variabel dependen (Y) adalah 1,953. Dengan kata lain, tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan gadai emas, tanpa mempertimbangkan pelayanan prima, lokasi, dan promosi, berada pada angka 1,953. Nilai ini merepresentasikan kondisi dasar kepuasan nasabah sebelum pengaruh variabel bebas diterapkan.

2. Koefisien Regresi = 0,452

Koefisien regresi variabel pelayanan prima (X_1) yang ditunjukkan pada tabel di atas sebesar 0,452 (positif). Menyatakan bahwa setiap penambahan atau kenaikan 1 poin, maka pelayanan prima (X_1) akan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah gadai emas sebesar 0,452

3. Koefisien Regresi = 0,033

Koefisien regresi lokasi (X_2) sebesar 0,033 (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan atau kenaikan 1 poin, maka lokasi (X_2) akan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah gadai emas sebesar 0,033.

4. Koefisien regresi = 0,411

Koefisien regresi promosi (X_3) sebesar 0,411 (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan atau kenaikan 1 poin, maka promosi (X_3) akan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah gadai emas sebesar 0,411.

Pembuktian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk menjelaskan ketepatan model atau mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini uji determinasi dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh pelayanan prima, lokasi dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Pamekasan.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.619	1.605
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Dari output di atas diperoleh bahwa nilai *R Square* (R^2) = 0,632 yang berarti menjelaskan bahwa model yang dibuat mampu menjelaskan pengaruh pelayanan prima, lokasi dan promosi terhadap tingkat kepuasan nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Pamekasan, yaitu sebesar 0,632 atau 63,2% dan sisanya sebesar 0,368 atau 36,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F Simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen (X_1, X_2 dan X_3) secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). berikut tabel hasil Uji F:

Tabel 4. 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.880	3	129.627	50.302	.000 ^b
	Residual	226.772	88	2.577		
	Total	615.652	91			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Output SPSS Version 25, 2025

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari *Output* ANOVA

Dari tabel di atas, diketahui nilai *Sig.* adalah sebesar 0,000. Karena nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam Uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Pelayanan Prima (X_1), lokasi (X_2) dan Promosi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah gadai emas (Y).

2. Berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel}

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, dapat diketahui nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,71. Karena nilai F_{hitung} $50,302 > F_{tabel}$ 2,71 maka sebagaimana dasar dari pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain pelayanan prima (X_1), lokasi (X_2) dan promosi (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah gadai emas

(Y).

3. Uji t Parsial

Uji t digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen (X1, X2, dan X3) secara parsial (individu) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), dengan ketentuan apabila tingkat signifikansinya $< \alpha$ (0,50). Berikut tabel hasil uji t Parsial:

Tabel 4. 4 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.953	1.455		1.343	.183
	X1	.452	.090	.448	5.006	.000
	X2	.033	.096	.031	.342	.733
	X3	.411	.073	.442	5.626	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Output SPSS Version 25, 2025

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H_{a1})

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $5,006 > 1,661$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H_{a2})

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,733 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} $0,031 < 1,661$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} tidak diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

c. Pengujian Hipotesis Kedua (H_{a3})

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $5,626 > 1,661$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y.

Pembahasan

1. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain, semakin baik pelayanan prima yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil ini diperoleh melalui Uji t (Parsial) yaitu nilai $t_{hitung}(5,006) > t_{hitung}(1,661)$ dengan Sig. $0,000 < 0,05$. Maka sesuai dengan hipotesis H_{01} ditolak H_{a1} diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Servqual*, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Upaya Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan pelayanan yang ramah, responsif, dan efisien berdampak positif pada kepuasan nasabah.

Faktor seperti kecepatan transaksi, kemudahan akses layanan, dan komunikasi yang jelas berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah gadai emas (Nadya. M, 2024).

Oleh karena itu, BSI perlu terus meningkatkan strategi pelayanannya, seperti meningkatkan kualitas layanan, melatih karyawan dalam keterampilan komunikasi, dan mengembangkan sistem yang responsif dan efisien. Pelayanan prima yang baik menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KC Pamekasan.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan. Hal ini berarti bahwa perubahan dalam kepuasan nasabah, baik peningkatan maupun penurunan, tidak berkaitan langsung dengan faktor lokasi. Kesimpulan ini diperoleh melalui uji t parsial, di mana nilai $t_{hitung}(0,342) < t_{tabel}(1,661)$, serta nilai Sig 0,733 yang lebih besar dari batas 0,05. Dengan demikian H_0 diterima dan H_2 ditolak, yang menunjukkan bahwa lokasi bukanlah faktor penentu utama dalam membentuk kepuasan nasabah di BSI KC Pamekasan.

Namun, perbedaan hasil penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa dalam konteks BSI KC Pamekasan, kepuasan nasabah lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti pelayanan prima dan promosi. Artinya, meskipun lokasi memiliki peran dalam keputusan awal nasabah untuk menggunakan layanan perbankan, kepuasan mereka dalam jangka panjang lebih banyak ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan serta program promosi yang ditawarkan. Dalam dunia perbankan modern, di mana layanan digital dan customer experience menjadi semakin dominan, lokasi fisik sebuah bank mungkin tidak lagi menjadi faktor utama seperti yang diyakini dalam penelitian sebelumnya (Saputra, R. A. K., & Muhajir, A. 2022).

Faktor lain yang mungkin berkontribusi terhadap tidak signifikannya pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Pamekasan adalah meningkatnya penggunaan layanan perbankan digital. Dengan adanya mobile banking dan internet banking, nasabah tidak lagi bergantung pada lokasi fisik bank untuk melakukan transaksi. Oleh karena itu, kualitas layanan digital, responsivitas customer service, serta manfaat dari berbagai promosi lebih berpengaruh terhadap pengalaman nasabah dibandingkan faktor lokasi semata.

Meskipun demikian, temuan ini tidak serta-merta meniadakan pentingnya lokasi dalam dunia perbankan. Lokasi tetap menjadi pertimbangan dalam strategi pemasaran dan ekspansi bisnis, terutama untuk menarik nasabah baru. Namun, untuk mempertahankan kepuasan nasabah, bank harus lebih berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan program promosi yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah, serta memberikan dasar bagi bank untuk lebih

menyesuaikan strategi pelayanan mereka di era digital.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain, semakin baik promosi yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil ini diperoleh melalui Uji t (Parsial) yaitu nilai $t_{hitung}(5,626) > t_{hitung}(1,661)$ dengan $Sig. 0,000 < 0,05$. Maka sesuai dengan hipotesis H_0 ditolak H_3 diterima.

Dalam konteks layanan gadai emas di BSI KC Pamekasan, promosi tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menarik perhatian calon nasabah, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat antara bank dan pelanggan. Strategi promosi yang diterapkan mencakup berbagai metode yang disesuaikan dengan karakteristik target pasar. Di antara pendekatan yang digunakan adalah pembagian brosur kepada masyarakat, yang masih efektif dalam menjangkau nasabah di wilayah tertentu, serta penggunaan WhatsApp blast sebagai sarana komunikasi massal yang memungkinkan bank menyampaikan informasi promosi dengan cepat dan efisien. Selain itu, pemanfaatan media sosial memberikan dampak yang lebih luas dengan memungkinkan bank untuk berinteraksi langsung dengan nasabah melalui konten edukatif dan promosi yang menarik (Kasdaryanti, I. (2023).

4. Pengaruh Pelayanan Prima, Lokasi dan Promosi terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Pamekasan

Berdasarkan hasil uji ANOVA yang ditampilkan dalam tabel output SPSS, nilai signifikansi ($Sig.$) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas, yaitu Pelayanan Prima (X_1), Lokasi (X_2), dan Promosi (X_3), terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Nasabah Gadai Emas (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yang berarti bahwa faktor-faktor tersebut secara simultan memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Selain itu, hasil perhitungan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} menunjukkan bahwa $F_{hitung} (50,302) > F_{tabel} (2,71)$. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji F, jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1 , H_2 dan H_3) diterima. Ini semakin memperkuat kesimpulan bahwa Pelayanan Prima, Lokasi, dan Promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan.

Hasil ini mengindikasikan bahwa dalam meningkatkan kepuasan nasabah, bank perlu terus mengoptimalkan kualitas pelayanan, mempertahankan lokasi yang strategis, serta memperkuat strategi promosi agar dapat menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan gadai emas yang disediakan.

KESIMPULAN

1. Hasil variabel Pelayanan Prima (X_1) ini menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.
2. Hasil variabel Lokasi (X_2) ini menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan, yang berarti perubahan kepuasan nasabah tidak secara langsung dipengaruhi oleh faktor lokasi.
3. Hasil variabel Promosi (X_3) ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti semakin baik promosi yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.
4. Berdasarkan hasil analisis dengan tabel ANOVA bahwa Pelayanan Prima, Lokasi, dan Promosi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin strategis lokasi, dan semakin efektif promosi yang dilakukan, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pamekasan yang telah memberikan izin dan membantu pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada dosen pembimbing serta seluruh dosen yang telah memberikan bimbingan arahan dan ilmu pengetahuan selama proses penyusunan penelitian ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling dan Bias dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- HUNAFA. (2023). Analisis Pembiayaan Muḍārabah Dalam Perbankan Syariah, *Jurnal Studia Islamika*. 8(2)
- Karmila, N. (2021). Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia menurut perspektif ekonomi Islam (Studi pada nasabah BRI Unit Lamuru Desa Lamurukung Kecamatan Tellusiattingnge Kabupaten Bone) (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Bone.
- Kasdaryanti, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Gadai Emas terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Bone. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo.

- Nadya, M. A. (2024). Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tangerang Selatan. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sonia, R. (2023). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat nasabah dalam memilih produk gadai emas (Skripsi). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam.
- Zulkarnain, A. T. A. (2020). Pengaruh ujah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Kota Palopo (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Rismadayanthi, C. E. (2023). Strategi pemasaran produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Jenggolo Sidoarjo. *Islamic Banking and Finance*, 6(1).
- Saputra, R. A. K., & Muhajir, A. (2022). Pengaruh lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Syariah Mawar Lamongan. *Jurnal Transformasi (Informasi & Pengembangan Iptek)*, 18(2).
- Saputra, R. A. K., & Muhajir, A. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Koperasi Syariah Mawar Lamongan. *Jurnal Transformasi (Informasi dan Pengembangan Iptek)*, 18(2)
- Terminanto, A. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cengkareng. *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(2).