

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEMINJAMAN RUANGAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA DI MASJID NURUZZAMANMuhammad Zidan Herdinansyah¹, Ira Oktavia², Amaliyah³, Erindah Dimysiqiyani⁴, Gagah
Gayuh Aji⁵

Program Studi D-IV Manajemen Perkantoran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

*Corresponding author: muhammad.zidan.herdinansyah@vokasi.unair.ac.id,
ira.oktavia-2024@vokasi.unair.ac.id, amaliyah@vokasi.unair.ac.id,
erindah-dimysiqiyani@vokasi.unair.ac.id, gagas.gayuh.aji@vokasi.unair.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on user satisfaction with room-loan services at Nuruzzaman Mosque. A quantitative survey approach was employed. The population consisted of all users who had used or been involved in the room-loan service during the study period, while the final sample comprised 65 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire using a five-point Likert scale. Service quality was measured through tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, whereas user satisfaction was measured through expectation confirmation, satisfaction with the service process, satisfaction with service outcomes, and post-service behavioral intentions. Data analysis included validity and reliability tests, normality, linearity, heteroskedasticity testing, simple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination. All questionnaire items were valid, and both variables were reliable, with Cronbach's Alpha values of 0.837 and 0.836, respectively. The regression results showed a coefficient of 0.666, a t-value of 14.472, and a significance level of <0.001. The R Square value of 0.769 indicates that service quality explains 76.9% of the variation in user satisfaction. Therefore, service quality has a positive and significant effect on user satisfaction with room-loan services at Nuruzzaman Mosque.

Keywords: Service Quality, User Satisfaction, SERVQUAL, Room Loan, Nuruzzaman Mosque.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh pengguna yang pernah menggunakan atau terlibat dalam layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman pada periode penelitian, sedangkan sampel berjumlah 65 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert 1-5. Kualitas pelayanan diukur melalui dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan kepuasan pengguna diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan terhadap proses pelayanan,

Article history

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

kepuasan terhadap hasil layanan, dan niat perilaku setelah pelayanan. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linear sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Seluruh butir instrumen dinyatakan valid dan kedua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha masing-masing 0,837 dan 0,836. Hasil regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,666 dengan nilai t hitung 14,472 dan signifikansi $<0,001$. Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 209,433 dengan signifikansi $<0,001$. Nilai R Square sebesar 0,769 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 76,9% variasi kepuasan pengguna. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna, SERVQUAL, Peminjaman Ruangan, Masjid Nuruzzaman.

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam penyelenggaraan layanan karena membentuk pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan penyedia layanan. Penilaian tidak hanya muncul dari hasil akhir, tetapi juga dari kemudahan memperoleh informasi, kecepatan respons, keandalan proses, serta perhatian terhadap kebutuhan pengguna. Mousazadeh et al. (2026) menunjukkan bahwa proses pelayanan, bukti fisik, dan empati menjadi komponen penting dalam penilaian kualitas layanan, sedangkan Tedjakusuma et al. (2026) menegaskan peran keandalan dan kualitas dukungan dalam membentuk kepercayaan serta kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perlu dipahami sebagai rangkaian pengalaman yang diterima pengguna sejak awal hingga layanan selesai.

Kepuasan pengguna terbentuk ketika pengalaman aktual dibandingkan dengan harapan sebelum layanan diterima. Apabila proses dan hasil pelayanan sesuai dengan yang diharapkan, pengguna cenderung memberikan evaluasi yang lebih positif dan memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan. Chen et al. (2026) menunjukkan bahwa konfirmasi harapan dapat meningkatkan kepuasan, sementara Yolcu et al. (2026) menemukan bahwa pengalaman pengguna yang positif berkontribusi pada kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan. Dengan demikian, kepuasan dapat dipandang sebagai hasil evaluasi menyeluruh atas proses dan hasil pelayanan yang dirasakan pengguna.

Dalam penelitian ini, konteks pelayanan yang dikaji adalah peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman. Layanan tersebut mencakup rangkaian proses sejak pengguna mencari informasi, mengajukan permohonan, memperoleh konfirmasi jadwal, berkomunikasi dengan pengelola, melakukan survei atau pengecekan ruangan, hingga menggunakan fasilitas pada hari kegiatan. Karena prosesnya berlangsung dalam beberapa tahapan, konsistensi informasi, kecepatan respons, kepastian pelayanan, serta kemudahan koordinasi menjadi bagian penting dari pengalaman pengguna. Chaudhary et al. (2026) menunjukkan bahwa responsivitas dan ekspektasi layanan dapat memengaruhi bagaimana pengguna menilai pengalaman pelayanan yang diterimanya. Dalam konteks peminjaman ruangan, ketidaksesuaian informasi atau

perubahan pelayanan pada tahap tertentu dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap keseluruhan layanan.

Selain proses komunikasi, kondisi fisik ruangan dan fasilitas pendukung juga memengaruhi penilaian terhadap layanan peminjaman. Ruangan yang nyaman, bersih, siap digunakan, serta didukung fasilitas yang sesuai kebutuhan dapat memperkuat pengalaman positif pengguna. Bulti et al. (2025) menunjukkan bahwa kondisi fasilitas dan kualitas proses pelayanan berkaitan dengan kepuasan pengguna, sedangkan Chocknakawaro dan Pusaksrikit (2025) menemukan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berperan positif terhadap kepuasan. Oleh karena itu, kualitas layanan peminjaman ruangan perlu dilihat secara menyeluruh, baik dari aspek fisik maupun interaksi pelayanan sejak tahap pengajuan hingga pelaksanaan kegiatan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan juga terlihat konsisten pada beragam jenis layanan. Pada layanan perbankan, transportasi, pendidikan daring, purnajual, hingga belanja daring, kepuasan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh hasil layanan, tetapi juga oleh kenyamanan, keandalan, serta pengalaman selama berinteraksi dengan penyedia layanan. Pola tersebut ditemukan antara lain oleh Senthil (2022), Halakoo et al. (2022), Hosen (2022), Gupta dan Raman (2022), Shbeeb (2022), Mahadevan dan Joshi (2022), serta Chatterjee dan Srivastava (2022). Dalam konteks kegiatan, Yamaguchi dan Yoshida (2022) juga menunjukkan bahwa kualitas pengalaman layanan dapat berkontribusi pada kepuasan dan keterlibatan peserta. Aspek fisik dan interaksi antarmanusia juga menjadi bagian penting dari pengalaman pelayanan. Bhavnani dan Berlianto (2022) menemukan bahwa tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berkaitan dengan kepuasan pengguna.

Temuan tersebut sejalan dengan tinjauan Ferreira-Barbosa et al. (2022), yang menempatkan kualitas fasilitas, staf, layanan pendukung, assurance, dan hubungan pelanggan sebagai penentu kepuasan. Pada layanan perpustakaan, Hoang et al. (2022) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik berkaitan dengan kepuasan dan word of mouth.

Sementara itu, Aydemir dan Türkel (2022) memberi sudut pandang yang berbeda dengan menempatkan orientasi pelanggan dan perbaikan berkelanjutan sebagai prinsip kualitas yang juga dapat dipahami dalam Kajian yang lebih baru semakin memperkuat relevansi SERVQUAL untuk membaca kualitas layanan dari sudut pandang pengguna. Kalita et al. (2026) menemukan adanya kesenjangan pada lima dimensi SERVQUAL dalam layanan perpustakaan, sedangkan Han et al. (2026) menunjukkan bahwa perceived service quality berhubungan signifikan dengan satisfaction. Di Indonesia, Ayuanti et al. (2026) juga menemukan bahwa service quality berperan positif terhadap customer satisfaction dan loyalty. Adom-Asamoah et al. (2026) menyoroti pentingnya infrastruktur fisik, responsiveness, dan reliability, sementara Hasan et al. (2026) menunjukkan adanya gap antara ekspektasi dan persepsi pengguna pada seluruh dimensi SERVQUAL. Secara lebih luas, Farrokhi et al. (2026) melalui systematic review dan meta-analysis menekankan bahwa komunikasi, empathy, dan responsiveness tetap menjadi area penting dalam peningkatan kualitas layanan. melalui systematic review dan meta-analysis menegaskan pentingnya komunikasi, empathy, dan responsiveness dalam peningkatan kualitas layanan.

Penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan telah banyak dikaji pada berbagai sektor, tetapi kekuatan setiap dimensi dapat berbeda sesuai konteks layanan. Ayvaz-Çavdaroğlu et al. (2024) menempatkan reliability sebagai salah satu dimensi yang diprioritaskan pengguna, sedangkan Chatterjee et al. (2023) menunjukkan bahwa dimensi SERVQUAL tetap relevan untuk menjelaskan penilaian pengguna. Sur dan Çakır (2024) juga menegaskan pentingnya pengukuran kualitas layanan untuk mengidentifikasi kekurangan pelayanan. Untuk memperjelas posisi penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu yang relevan dirangkum pada tabel berikut.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun) dan Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian
1	Chocknakawaro & Pusaksrikit (2025), "Healthcare Service Quality, Satisfaction and Loyalty in University Hospitals: The Moderating Effects of Age and Visit Frequency"	Kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pada rumah sakit universitas.	Survei kuantitatif terhadap 390 responden dengan analisis Structural Equation Modeling (SEM).	Lima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, sedangkan kepuasan berperan dalam membentuk loyalitas.	Relevan karena sama-sama mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan dengan pendekatan kuantitatif berbasis SERVQUAL, tetapi berbeda dalam konteks layanan yang diteliti.
2	Saleh & Harun (2026), "Enhancing Guest Experiences: Analyzing the Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Erbil's Hospitality Sector"	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada sektor perhotelan.	Pendekatan kuantitatif terhadap 158 responden menggunakan analisis korelasi dan regresi.	Kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan, dengan dimensi responsiveness dan assurance sebagai aspek yang signifikan.	Mendukung pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna dalam penelitian ini.

No.	Peneliti (Tahun) dan Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian
3	Bulti et al. (2025), “Inpatients’ Satisfaction with Healthcare Services in a Public Hospital in a Developing Country”	Kualitas layanan kesehatan dan kepuasan pasien.	Studi cross-sectional terhadap 192 responden menggunakan kuesioner.	Kondisi fasilitas dan aspek pelayanan berperan dalam membentuk kepuasan pengguna layanan kesehatan.	Relevan terutama dalam menjelaskan hubungan kondisi fasilitas dan pengalaman pelayanan dengan kepuasan, meskipun objek penelitian berbeda.
4	Ayvaz-Çavdaroğlu et al. (2024), “Smart Service Quality in Hospitality - A Quantitative Assessment Using MCDM and Clustering Methods”	Pengukuran kualitas pelayanan pada sektor perhotelan.	Pendekatan kuantitatif menggunakan Best-Worst Method (BWM) dan clustering.	Reliability menjadi salah satu dimensi kualitas pelayanan yang diprioritaskan pengguna.	Memperkuat pentingnya dimensi keandalan dalam menilai kualitas layanan peminjaman ruangan.
5	Sur & Çakır (2024), “Digital Service Quality Measurement Model Proposal and Prototype Development”	Pengukuran kualitas pelayanan digital.	Text mining dan sentiment analysis.	Penelitian menghasilkan model pengukuran kualitas pelayanan untuk mengidentifikasi kelemahan layanan.	Relevan dalam menunjukkan pentingnya evaluasi kualitas pelayanan secara sistematis, meskipun konteksnya layanan digital.

No.	Peneliti (Tahun) dan Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian
6	Chatterjee et al. (2023), “Measuring SERVQUAL Dimensions and Their Importance for Customer-Satisfaction Using Online Reviews: A Text Mining Approach”	Dimensi SERVQUAL dan kepuasan pelanggan berdasarkan ulasan daring.	Text mining, machine learning, dan teknik ekonometrik terhadap ulasan pengguna.	Dimensi SERVQUAL dapat digunakan untuk menganalisis penilaian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.	Mendukung penggunaan dimensi SERVQUAL sebagai dasar pengukuran variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini.
7	Tedjakusuma et al. (2026), “E-Service Quality, E-Trust, and Continuance Intention in Thai Digital Marketplaces: The Null Role of Product Quality”	Kualitas layanan elektronik, kepercayaan, dan niat penggunaan berkelanjutan pada marketplace digital.	PLS-SEM terhadap 423 pengguna marketplace digital.	Keandalan layanan, waktu pelayanan, dan kualitas layanan pelanggan berkaitan dengan kepercayaan pengguna, yang selanjutnya berhubungan dengan kepuasan.	Relevan untuk memperkuat pembahasan mengenai dimensi reliability dan responsiveness dalam membentuk pengalaman pengguna.
8	Mousazadeh et al. (2026), “Evaluation of the Hospital Service Quality Using the Importance-Performance Analysis (IPA) Tool in Ardabil City”	Kualitas pelayanan rumah sakit berdasarkan perspektif pengguna.	Importance-Performance Analysis (IPA).	Proses pelayanan, tangibles, dan empathy menjadi aspek yang diperhatikan dalam penilaian kualitas layanan.	Relevan karena menegaskan pentingnya proses pelayanan, bukti fisik, dan empati dalam membentuk pengalaman pengguna.

No.	Peneliti (Tahun) dan Judul	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Temuan Utama	Relevansi dengan Penelitian
9	Hang et al. (2026), "The Impact of AI Chatbot Quality Dimensions on Customer Loyalty in Digital Banking: An Information Systems Success Model Approach in Vietnam"	Kualitas sistem, informasi, dan pelayanan pada perbankan digital serta dampaknya terhadap respons pengguna.	Survei dua tahap terhadap 400 responden dengan analisis PLS-SEM.	Service quality berpengaruh terhadap kepercayaan, sedangkan kepercayaan, kepuasan, dan komitmen berperan dalam membentuk loyalitas.	Mendukung argumen bahwa kualitas pelayanan berkontribusi terhadap respons positif pengguna terhadap suatu layanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, sebagian besar kajian dilakukan pada sektor kesehatan, hospitality, layanan digital, dan layanan berbasis teknologi. Hasilnya secara umum menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, keandalan, responsivitas, bukti fisik, dan kualitas dukungan berkaitan dengan kepuasan atau respons positif pengguna. Namun, kajian yang secara khusus membahas layanan peminjaman fasilitas di lingkungan masjid masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian untuk menguji hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna pada konteks layanan sosial dan fasilitas keagamaan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna sekaligus menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi bagi pengelola dalam meningkatkan konsistensi pelayanan, kualitas komunikasi, dan kesiapan fasilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarikan kepada pengguna yang pernah menggunakan atau terlibat dalam proses peminjaman ruangan. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5).

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen (Y). Kedua variabel dijelaskan secara konseptual dan operasional agar pengukuran yang digunakan sesuai dengan konteks layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman.

Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pengguna terhadap kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan selama proses pelayanan berlangsung. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan mengacu pada pengalaman pengguna sejak tahap pencarian informasi, pengajuan peminjaman, komunikasi dengan pengelola, konfirmasi jadwal, pengecekan ruangan, hingga penggunaan fasilitas. Chocknakawaro dan Pusaksrikit (2025) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berbasis SERVQUAL memiliki hubungan positif dengan kepuasan pengguna, sedangkan Chatterjee et al. (2023) menegaskan bahwa dimensi SERVQUAL tetap relevan digunakan untuk menjelaskan penilaian pengguna terhadap suatu layanan.

Pengukuran kualitas pelayanan dalam penelitian ini mencakup lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tangibles berkaitan dengan kondisi fisik ruangan, kelengkapan fasilitas pendukung, kebersihan, serta kenyamanan ruangan. Reliability menggambarkan kemampuan pengelola dalam memberikan informasi yang tepat, pelayanan yang konsisten, dan kepastian waktu pelayanan. Responsiveness berkaitan dengan kecepatan pengelola dalam memberikan tanggapan, kesediaan membantu pengguna, serta perhatian terhadap kendala yang disampaikan. Assurance mencerminkan kejelasan proses pelayanan, sikap profesional pengelola, dan kemampuan pelayanan dalam memberikan rasa yakin kepada pengguna. Sementara itu, empathy berkaitan dengan perhatian pengelola terhadap kebutuhan pengguna, permintaan selama proses peminjaman, serta kemudahan pengguna dalam menyampaikan kebutuhan. Temuan Ayvaz-Çavdaroglu et al. (2024), Saleh dan Harun (2026), serta Mousazadeh et al. (2026) mendukung pentingnya aspek keandalan, daya tanggap, bukti fisik, dan empati dalam evaluasi kualitas pelayanan.

Kepuasan Pengguna (Y)

Kepuasan pengguna merupakan evaluasi yang muncul setelah pengguna membandingkan harapan sebelum menerima layanan dengan pengalaman aktual yang diperoleh selama dan setelah pelayanan. Apabila pengalaman yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pengguna cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap layanan. Chen et al. (2026) menunjukkan bahwa konfirmasi harapan dapat meningkatkan kepuasan, sedangkan Yolcu et al. (2026) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang positif berkontribusi pada kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, kepuasan pengguna diukur melalui empat dimensi, yaitu kesesuaian harapan, kepuasan terhadap proses pelayanan, kepuasan terhadap hasil layanan, dan niat perilaku setelah pelayanan. Kesesuaian harapan mencakup kesesuaian pelayanan, informasi awal, dan fasilitas dengan ekspektasi pengguna. Kepuasan terhadap proses pelayanan mencakup kemudahan prosedur, manfaat survei atau pengecekan ruangan, serta komunikasi selama proses peminjaman. Kepuasan terhadap hasil layanan mencakup kondisi ruangan saat digunakan, dukungan fasilitas terhadap kegiatan, dan kepuasan secara keseluruhan. Niat perilaku setelah pelayanan menggambarkan kesediaan pengguna untuk menggunakan kembali

layanan, merekomendasikan layanan kepada orang lain, serta tingkat kepercayaan terhadap Masjid Nuruzzaman sebagai penyedia layanan peminjaman ruangan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh pengguna yang pernah menggunakan atau terlibat dalam layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman pada periode penelitian. Sampel dipilih dari anggota populasi yang memenuhi kriteria, yaitu pernah menggunakan atau terlibat dalam proses peminjaman ruangan, mengetahui proses pelayanan, dan bersedia menjadi responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Berdasarkan data yang terkumpul, jumlah sampel akhir dalam penelitian ini sebanyak 65 responden.

Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring melalui Google Forms. Sebelum dianalisis, data melalui tahap editing untuk memeriksa kelengkapan dan konsistensi jawaban, coding untuk memberikan skor numerik pada setiap jawaban, serta tabulasi untuk menyusun data dalam bentuk yang siap dianalisis. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna. Analisis inferensial digunakan untuk menguji kualitas instrumen dan pengaruh antarvariabel melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi yang relevan, regresi linear sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Persamaan regresi-yang digunakan adalah $Y = a + bX + e$, dengan Y sebagai kepuasan pengguna, X sebagai kualitas pelayanan, a sebagai konstanta, b sebagai koefisien regresi, dan e sebagai error.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan berdasarkan usia, status peminjam, frekuensi penggunaan layanan, dan jenis kegiatan. Penyajian dilakukan secara terpisah agar profil pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman dapat terlihat lebih jelas.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
<18 tahun	1	1,5%
18-25 tahun	55	84,6%

>25 tahun	9	13,8%
Total	65	100,0%

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berada pada kelompok usia 18-25 tahun, yaitu sebanyak 55 responden atau 84,6%. Responden berusia lebih dari 25 tahun berjumlah 9 orang atau 13,8%, sedangkan responden berusia kurang dari 18 tahun sebanyak 1 orang atau 1,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna layanan peminjaman ruangan dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia muda. Dominasi tersebut sejalan dengan karakteristik pengguna yang banyak berasal dari kalangan mahasiswa dan kegiatan organisasi.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Peminjam

Status Peminjam	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	37	56,9%
Pengurus Organisasi/Kepanitiaan	14	21,5%
Jamaah/Pengguna dari luar Masjid Nuruzzaman	10	15,4%
Instansi/Lembaga Eksternal	3	4,6%
Dosen/Pendidik	1	1,5%
Total	65	100,0%

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, sebagian besar responden berstatus sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 37 orang atau 56,9%. Selanjutnya, 14 responden atau 21,5% merupakan pengurus organisasi atau kepanitiaan, 10 responden atau 15,4% merupakan jamaah atau pengguna dari luar Masjid Nuruzzaman, 3 responden atau 4,6% berasal dari instansi atau lembaga eksternal, dan 1 responden atau 1,5% merupakan dosen atau pendidik. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa layanan peminjaman ruangan paling banyak digunakan oleh kelompok mahasiswa dan organisasi, meskipun pengguna layanan juga berasal dari kelompok eksternal.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Peminjam

Frekuensi Penggunaan	Frekuensi	Persentase
1 kali	25	38,5%
2-3 kali	23	35,4%
Lebih dari 3 kali	17	26,2%
Total	65	100,0%

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, sebanyak 25 responden atau 38,5% baru menggunakan layanan sebanyak satu kali. Sementara itu, 23 responden atau 35,4% telah menggunakan layanan sebanyak 2-3 kali, dan 17 responden atau 26,2% telah menggunakan layanan lebih dari tiga kali. Dengan demikian, sebanyak 61,5% responden memiliki pengalaman menggunakan layanan lebih dari satu kali. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas pelayanan peminjaman ruangan secara lebih menyeluruh.

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kegiatan

Jenis Kegiatan	Frekuensi	Persentase
Rapat/pertemuan organisasi	42	64,6%
Kegiatan keagamaan/pengajian	41	63,1%
Kegiatan akademik	12	18,5%
Acara keluarga	7	10,8%
Kegiatan sosial	6	9,2%

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, jenis kegiatan yang paling banyak dilakukan saat menggunakan ruangan adalah rapat atau pertemuan organisasi, yaitu dipilih oleh 42 responden atau 64,6%, diikuti kegiatan keagamaan atau pengajian sebanyak 41 responden atau 63,1%. Kegiatan akademik dipilih oleh 12 responden atau 18,5%, acara keluarga oleh 7 responden atau 10,8%, dan kegiatan sosial oleh 6 responden atau 9,2%. Karena responden dapat memilih lebih dari satu jenis kegiatan, jumlah persentase tidak harus mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan ruangan Masjid Nuruzzaman didominasi oleh kegiatan organisasi dan keagamaan.

Analisis Kuantitatif

Setelah karakteristik responden diketahui, analisis dilanjutkan untuk menguji kualitas instrumen dan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear sederhana, pengujian hipotesis, serta koefisien determinasi.

Uji Validitas

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
X1	0,575	0,244	<0,001	Valid
X2	0,524	0,244	<0,001	Valid
X3	0,555	0,244	<0,001	Valid
X4	0,561	0,244	<0,001	Valid
X5	0,655	0,244	<0,001	Valid
X6	0,513	0,244	<0,001	Valid
X7	0,461	0,244	<0,001	Valid
X8	0,635	0,244	<0,001	Valid
X9	0,682	0,244	<0,001	Valid
X10	0,657	0,244	<0,001	Valid
X11	0,604	0,244	<0,001	Valid
X12	0,598	0,244	<0,001	Valid
X13	0,453	0,244	<0,001	Valid
X14	0,606	0,244	<0,001	Valid
X15	0,626	0,244	<0,001	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 6, seluruh 15 butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,244 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai r hitung berada pada rentang 0,453-0,682. Dengan demikian, seluruh butir pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Y1	0,612	0,244	<0,001	Valid
Y2	0,622	0,244	<0,001	Valid
Y3	0,669	0,244	<0,001	Valid
Y4	0,646	0,244	<0,001	Valid
Y5	0,622	0,244	<0,001	Valid
Y6	0,473	0,244	<0,001	Valid
Y7	0,746	0,244	<0,001	Valid
Y8	0,732	0,244	<0,001	Valid
Y9	0,523	0,244	<0,001	Valid
Y10	0,728	0,244	<0,001	Valid
Y11	0,680	0,244	<0,001	Valid
Y12	0,806	0,244	<0,001	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 7, seluruh 12 butir pernyataan pada variabel kepuasan pengguna memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,244 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Nilai r hitung berada pada rentang 0,473-0,806. Dengan demikian, seluruh butir pada variabel kepuasan pengguna dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,837	0,70	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0,836	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,837, sedangkan variabel kepuasan pengguna memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,836. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas minimum reliabilitas sebesar 0,70, sehingga instrumen pada kedua variabel dinyatakan reliabel. Hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas Residual

Uji	Statistic	df	Sig.
Kolmogorov-Smirnov	0,095	65	0,200
Shapiro-Wilk	0,978	65	0,315

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap unstandardized residual, diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 dan Shapiro-Wilk sebesar 0,315. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga residual pada model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Uji Linearitas

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

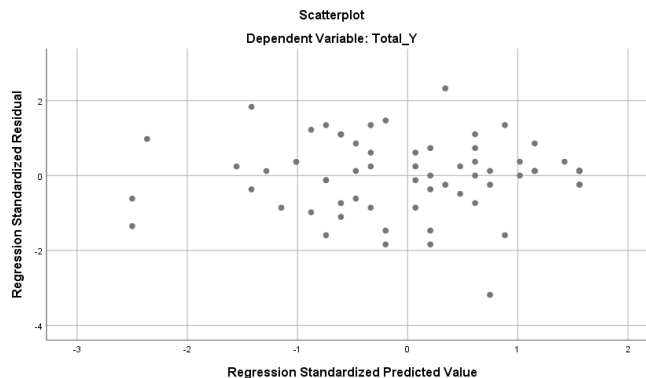
Komponen	F	Sig.
Linearity	181,489	<0,001
Deviation from Linearity	0,618	0,886

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,886. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna bersifat linear. Dengan demikian, asumsi linearitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, titik-titik residual terlihat menyebar secara acak di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 11. Ringkasan Hasil Estimasi Regresi Linear Sederhana

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	9,691	2,942	-	3,294	0,002
Kualitas Pelayanan	0,666	0,046	0,877	14,472	<0,001

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh konstanta sebesar 9,691 dan koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,666. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 9,691 + 0,666X$. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan diperkirakan meningkatkan kepuasan pengguna sebesar 0,666 satuan. Dengan demikian, arah hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna adalah positif.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid

Nuruzzaman. Pengujian dilakukan melalui uji t untuk melihat signifikansi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna, serta didukung oleh uji F untuk menilai signifikansi model regresi secara keseluruhan.

Uji t

Tabel 12. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
Kualitas Pelayanan	14,472	1,998	<0,001	H ₀ ditolak; H ₁ diterima

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 14,472 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Nilai t hitung lebih besar daripada t tabel sebesar 1,998 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman.

Uji F

Tabel 13. Hasil Uji F

Model	F hitung	Sig.	Keputusan
Regresi	209,433	<0,001	Model signifikan

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 209,433 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan signifikan. Dengan demikian, model regresi kualitas pelayanan peminjaman ruangan terhadap kepuasan pengguna di Masjid Nuruzzaman dinyatakan signifikan.

Koefisien Determinasi

Tabel 14. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,877	0,769	0,765	2,722

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Nilai R Square sebesar 0,769 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 76,9% variasi kepuasan pengguna. Sementara itu, sebesar 23,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai R sebesar 0,877 juga menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna.

Pembahasan

Pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman. Koefisien

regresi sebesar 0,666 dengan t hitung 14,472 dan signifikansi kurang dari 0,001 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan pengguna. Nilai R Square sebesar 0,769 juga memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan menjelaskan 76,9% variasi kepuasan pengguna dalam model ini. Sisanya, sebesar 23,1%, berkaitan dengan faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian.

Pada layanan peminjaman ruangan, pengalaman pengguna terbentuk dari lebih dari sekadar kondisi fisik ruangan. Pengguna berinteraksi dengan pengelola sejak mencari informasi, mengajukan peminjaman, menunggu konfirmasi, melakukan koordinasi, hingga menggunakan ruangan pada hari kegiatan. Karena itu, ketepatan informasi, kecepatan respons, kejelasan prosedur, sikap pengelola, dan kesiapan fasilitas menjadi rangkaian pengalaman yang saling berkaitan. Ketika tahapan-tahapan tersebut berjalan konsisten dan sesuai kebutuhan, pengguna lebih mungkin menilai layanan secara positif.

Temuan ini sejalan dengan Chocknakawaro dan Pusaksrikit (2025), yang menunjukkan hubungan positif antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna. Chatterjee et al. (2023) juga menunjukkan bahwa dimensi SERVQUAL masih relevan untuk membaca bagaimana pengguna menilai layanan, sedangkan Saleh dan Harun (2026) menemukan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi pada pengalaman dan kepuasan dalam konteks hospitality. Walaupun konteks penelitiannya berbeda, pola yang muncul serupa: kualitas interaksi, keandalan proses, dan pengalaman layanan berperan dalam membentuk kepuasan.

Kepuasan pengguna dalam penelitian ini juga dapat dipahami sebagai hasil perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dan pengalaman yang benar-benar diterima. Ketika informasi, proses, kondisi ruangan, dan dukungan pengelola sesuai dengan yang diharapkan, evaluasi pengguna cenderung menjadi lebih positif. Penjelasan ini sejalan dengan Chen et al. (2026), yang menunjukkan bahwa konfirmasi harapan berkaitan dengan peningkatan kepuasan. Dengan demikian, kepuasan terhadap layanan peminjaman ruangan tidak berdiri pada satu aspek saja, tetapi terbentuk dari pengalaman pengguna sepanjang proses pelayanan.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola Masjid Nuruzzaman perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten pada seluruh tahapan peminjaman ruangan. Perhatian dapat diarahkan pada kejelasan informasi, kecepatan respons, kepastian jadwal, kemudahan komunikasi, sikap profesional pengelola, serta kesiapan ruangan dan fasilitas pendukung. Peningkatan pada aspek-aspek tersebut diharapkan dapat mempertahankan kepuasan pengguna sekaligus mendorong keinginan untuk menggunakan kembali layanan dan merekomendasikannya kepada pihak lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman. Hasil regresi linear sederhana menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,666 dengan nilai t hitung sebesar 14,472 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna.

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,769 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 76,9% variasi kepuasan pengguna, sedangkan 23,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang memiliki kontribusi besar dalam membentuk kepuasan pengguna layanan peminjaman ruangan di Masjid Nuruzzaman.

SARAN

1. Pengelola Masjid Nuruzzaman disarankan mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada seluruh tahapan peminjaman ruangan, mulai dari pemberian informasi, proses pengajuan, konfirmasi jadwal, hingga pelaksanaan kegiatan.
2. Kejelasan informasi, kecepatan respons, dan konsistensi komunikasi perlu terus dijaga agar pengguna memperoleh kepastian pelayanan dan tidak mengalami hambatan selama proses peminjaman.
3. Kondisi ruangan serta fasilitas pendukung perlu diperiksa dan dipelihara secara berkala agar tetap sesuai dengan kebutuhan kegiatan dan harapan pengguna.
4. Pengelola dapat melakukan evaluasi kepuasan pengguna secara berkala sebagai dasar untuk mengetahui aspek pelayanan yang masih perlu diperbaiki dan mempertahankan aspek yang telah dinilai baik.
5. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain di luar kualitas pelayanan yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna, mengingat masih terdapat 23,1% variasi kepuasan yang belum dijelaskan oleh model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adom-Asamoah, G., Asibey, M. O., Acquah, E., Anokye, A. A., & Agyei, F. (2026). Measuring service on the move: A comparative SERVQUAL analysis of inter-city bus operators in Ghana. *African Transport Studies*, 4, 100096. <https://doi.org/10.1016/j.aftran.2026.100096>
- Aydemir, H., & Türkel, R. (2022). Evaluation of quality principles from the Islamic perspective. *Hitit Theology Journal*, 21(2), 1193-1238. <https://doi.org/10.14395/hid.1072356>
- Ayuant, R. N., Sudarmiati, Wardoyo, C., Mukhlis, I., Selviasari, R., & Sholihin, U. (2026). Sustainable hospitality in two-star hotels: The role of CSR and service quality in building customer loyalty. *Multidisciplinary Reviews*, 9(11), e2026552. <https://doi.org/10.31893/multirev.2026552>
- Ayvaz-Çavdaroglu, N., Iyanna, S., & Foster, M. (2024). Smart service quality in hospitality—A quantitative assessment using MCDM and clustering methods. *International Journal of Hospitality Management*, 123, 103931. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103931>
- Bhavnani, S. C., & Berlianto, M. P. (2022). The antecedence and consequences of patient satisfaction in emergency department of XYZ Hospital. *Daengku*, 2(6), 845-856. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1320>
- Bulti, K., Olani, A. B., & Amanu A, A. (2025). Inpatients' satisfaction with healthcare services in a public hospital in a developing country. *Journal of Health Organization and Management*, 39(2), 280-294. <https://doi.org/10.1108/JHOM-12-2023-0387>
- Chatterjee, R., & Srivastava, S. K. (2022). Validation of CRM variables on customer satisfaction, loyalty, and commitment in the mid-market hotel sector. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 15(2), 133-141.
- Chatterjee, S., Ghatak, A., Nikte, R., Gupta, S., & Kumar, A. (2023). Measuring SERVQUAL dimensions and their importance for customer-satisfaction using online reviews: A text mining approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 36(1), 22-44. <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2021-0252>
- Chaudhary, P., Kate, N., Jana, S. K., & Padhye, P. (2026). The effects of artificial intelligence enabled personalization on customer satisfaction and customer experience in the Indian hospitality industry. *Discover Artificial Intelligence*, 6(1), 1183. <https://doi.org/10.1007/s44163-026-02250-8>
- Chen, J.-H., Chen, Y.-D., Jia, F., Gu, L., & Qiu, X.-Y. (2026). Examining public acceptance intentions for government digital human through expectation confirmation and technology acceptance models. *Scientific Reports*, 16(1), 26791. <https://doi.org/10.1038/s41598-026-57621-z>
- Chocknakawaro, A., & Pusaksrikit, T. (2025). Healthcare service quality, satisfaction and loyalty in university hospitals: The moderating effects of age and visit frequency.

International Journal of Health Care Quality Assurance, 1-22.
<https://doi.org/10.1108/IJHCQA-12-2024-0114>

- Farrokhi, P., Pezeshkian, A., Aryankhesal, A., Zarei, E., Hashjin, A. A., Arab-Zozani, M., Rahmani, H., & Sahebkar, A. (2026). A systematic review and meta-analysis of healthcare service quality in Iran using the SERVQUAL model: A comparison before and after the Health Transformation Plan. *BMC Health Services Research*, 26(1), 688. <https://doi.org/10.1186/s12913-026-14110-3>
- Ferreira-Barbosa, H., Barbosa, J., Sabino, B., & Loureiro, V. (2022). Determinants of service quality influencing customer satisfaction in fitness centers: A systematic review. *European Journal of Human Movement*, 49, 29-45. <https://doi.org/10.21134/eurjhm.2022.49.3>
- Gupta, R., & Raman, S. (2022). After-sale service experiences and customer satisfaction: An empirical study from the Indian automobile industry. *Research in Transportation Business and Management*, 45, 100873. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2022.100873>
- Halakoo, M., Mesbah, M., Habibian, M., & Mohamed, M. (2022). Modelling quality of service in a fixed route shared taxi (Jitney). *Case Studies on Transport Policy*, 10(4), 1988-2000. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2022.08.010>
- Han, T., Xing, S., Zhao, Z., Sun, L., Liu, Y., Yang, Y., Zhang, Z., & Li, S. (2026). Adaptation and validation of the Chinese version of the Service Quality Questionnaire for Internet hospital services in China. *Scientific Reports*, 16(1), 24798. <https://doi.org/10.1038/s41598-026-54559-0>
- Hang, N. P. T., Nguyen, N. T. T., & Huynh, T.-B. (2026). The impact of AI chatbot quality dimensions on customer loyalty in digital banking: An information systems success model approach in Vietnam. *Discover Artificial Intelligence*, 6(1), 338. <https://doi.org/10.1007/s44163-026-01043-3>
- Hasan, M. J., Fardous, J., Zaman, M. S., Tabassum, T., Anika, U. S., Salah, M. F. B., Mahmood, S., Hasan, K., & Rafi, M. A. (2026). Gap between patients' expectation and perception regarding telemedicine: A single-center cross-sectional study from Bangladesh. *Heliyon*, 12(14), e45340. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2026.e45340>
- Hoang, T. T., Hoang, T. D. L., & Nguyen, H. T. (2022). Effects of customer experience in post-purchase behavior: Evidence from library service in Vietnam. *Journal of Information and Organizational Sciences*, 46(2), 453-471. <https://doi.org/10.31341/jios.46.2.11>
- Hosen, M. B. (2022). Impact of telecommunication service quality in Bangladesh on online education during COVID-19. *International Journal of Modern Education and Computer Science*, 14(6), 65-75. <https://doi.org/10.5815/ijmecs.2022.06.06>
- Kalita, S., Karmakar, G. S., & Singh, S. K. (2026). Assessing the quality of library services for research at Gauhati University: A SERVQUAL-based study. *DESIDOC Journal of Library*

and Information Technology, 46(5), 613-620.

<https://doi.org/10.14429/djlit.21609>

- Mahadevan, K., & Joshi, S. (2022). Impact of E-service quality dimensions on customer satisfaction and loyalty in online apparel shopping in India. *Indian Journal of Marketing*, 52(12), 20-38. <https://doi.org/10.17010/ijom/2022/v52/i12/172560>
- Mousazadeh, Y., Habibi, H., Arbabisarjou, A., Ebrahimoghli, R., & Mehrtak, M. (2026). Evaluation of the hospital service quality using the Importance-Performance Analysis (IPA) tool in Ardabil city. *BMC Research Notes*, 19(1), 47. <https://doi.org/10.1186/s13104-025-07609-1>
- Saleh, H. A., & Harun, A. (2026). Enhancing guest experiences: Analyzing the impact of service quality on customer satisfaction in Erbil's hospitality sector. *International Review of Management and Marketing*, 16(2), 22-32. <https://doi.org/10.32479/irmm.21932>
- Senthil, B. (2022). Impact of service quality on customers' satisfaction towards remote banking: A study in rural Tamil Nadu. *Finance India*, 36(4), 1419-1428.
- Shbeeb, L. (2022). The relation between transit service availability and productivity with customers satisfaction. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 16, 100716. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100716>
- Sur, E., & Çakır, H. (2024). Digital service quality measurement model proposal and prototype development. *Sustainability*, 16(13), 5540. <https://doi.org/10.3390/su16135540>
- Tedjakusuma, A. P., Kulachai, W., & Homyamyen, P. (2026). E-service quality, E-trust, and continuance intention in Thai digital marketplaces: The null role of product quality. *Social Sciences & Humanities Open*, 14, 103475. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.103475>
- Yamaguchi, S., & Yoshida, M. (2022). Effect of consumer experience quality on participant engagement in Japanese running events. *Sport Marketing Quarterly*, 31(4), 278-291. <https://doi.org/10.32731/SMQ.314.1222.03>
- Yolcu, S., Şahin, A., Erdoğan, A., & Dirsehan, T. (2026). Can AI chatbots recover service failures? Exploring user experience and continuance intentions. *Electronic Markets*, 36(1), 62. <https://doi.org/10.1007/s12525-026-00918-8>