

MEMBANGUN ENGAGEMENT JEMAAT DENGAN MENINGKATKAN KEPUASAN: ANALISIS SEKUENSIAL MODEL SERVQUAL DAN SOCIAL EXCHANGE THEORY PADA GKDI MEDAN

^{1*}Togar Sianturi, ²Alexander Barus, ³Yusdiana

^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas IBBI

*e-mail: togarsianturi@gmail.com

Abstract: This study aims to examine the role of Service Quality dimensions (Empathy, Responsiveness, and Assurance) on congregation Satisfaction, and its final impact on congregation Engagement within the religious organization context. The declining church attendance globally and locally highlights Engagement as the new critical metric replacing mere attendance. Employing a quantitative associative approach, the study collected data from 277 active members of Gereja Kristus Di Indonesia (GKDI) Medan using purposive sampling. Data analysis utilized Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS 4. The findings indicate that Assurance ($\beta = 0.332$, $p < 0.01$), Responsiveness ($\beta = 0.299$, $p < 0.01$), and Empathy $\beta = 0.262$, $p < 0.01$) all positively and significantly influence Satisfaction. Critically, Satisfaction emerged as a remarkably strong predictor of Engagement ($\beta = 0.770$, $f^2 = 1.460$, $p < 0.001$). This research reinforces SERVQUAL's relevance in non-profit religious organizations and validates the Social Exchange Theory (SET) framework, proving that improved relational service quality strengthens Satisfaction, which, in turn, is the dominant factor driving spiritual and active Engagement among members. It is recommended that churches adopt an integrated service quality strategy to holistically enhance member satisfaction and combat disengagement.

Keywords: Service Quality, Empathy, Responsiveness, Assurance, Satisfaction, Engagement, SERVQUAL, Social Exchange Theory

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran dimensi Kualitas Pelayanan (Empathy, Responsiveness, dan Assurance) terhadap Kepuasan jemaat, dan dampak akhirnya terhadap Keterlibatan (Engagement) jemaat dalam konteks organisasi keagamaan. Menurunnya tingkat kehadiran gereja secara global dan lokal menyoroti Engagement sebagai ukuran kritis baru yang menggantikan kehadiran semata. Menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, data dikumpulkan dari 277 anggota aktif Gereja Kristus Di Indonesia (GKDI) Medan melalui purposive sampling. Analisis data menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4. Hasil temuan menunjukkan bahwa Assurance ($\beta = 0.332$, $p < 0.01$), Responsiveness ($\beta = 0.299$, $p < 0.01$), dan Empathy $\beta = 0.262$, $p < 0.01$) semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Secara kritis, Kepuasan terbukti menjadi prediktor yang sangat kuat terhadap Keterlibatan ($\beta = 0.770$, $f^2 = 1.460$, $p < 0.001$). Penelitian ini memperkuat relevansi SERVQUAL dalam organisasi nirlaba keagamaan dan memvalidasi kerangka Social Exchange Theory (SET), membuktikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan relasional memperkuat Kepuasan, yang pada gilirannya menjadi faktor dominan pendorong Keterlibatan spiritual dan aktif di antara anggota. Direkomendasikan gereja mengadopsi strategi kualitas pelayanan yang terpadu untuk meningkatkan kepuasan anggota secara holistik dan mengatasi disengagement.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Empathy, Responsiveness, Assurance, Satisfaction, Engagement, SERVQUAL, Social Exchange Theory

PENDAHULUAN

Fenomena penurunan kehadiran dan keterlibatan jemaat menjadi isu global yang dihadapi berbagai denominasi gereja. Laporan Pew Research Center berjudul "In U.S., Decline of Christianity Continues at Rapid Pace" menunjukkan bahwa tingkat kehadiran gereja di Amerika Serikat terus menurun secara signifikan. Pada tahun 2009, sekitar 52% orang dewasa menghadiri ibadah sedikitnya sekali sebulan, dan angka tersebut menurun menjadi 45% pada tahun 2018–2019 (Smith et al., 2019).



Barna Group (2019) juga mencatat meningkatnya jumlah orang dewasa muda yang meninggalkan gereja, dari 59% menjadi 64%, menandakan bahwa hampir dua pertiga generasi usia 18–29 tahun yang pernah aktif pada masa kecil akhirnya menarik diri dari kehidupan bergereja ketika dewasa.

Tren serupa tidak hanya terjadi di Amerika. Booyesen (2015), menemukan bahwa gereja-gereja di Afrika Selatan mengalami penurunan keanggotaan, tingginya perpindahan gereja (*church switching*), dan kesulitan mempertahankan jemaat. Ia menegaskan bahwa jemaat modern tidak hanya mencari ajaran yang benar, tetapi juga menginginkan pengalaman spiritual, emosional, dan sosial yang bermakna. Hasil dari penelitian Center (2021) di Indonesia mengungkap bahwa 61,8% remaja menilai gereja tidak lagi menarik, terutama karena rendahnya engagement: kurangnya relasi yang bermakna, minimnya partisipasi pelayanan, dan hilangnya rasa memiliki terhadap komunitas gereja.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kehadiran fisik jemaat (*attendance*) tidak lagi cukup untuk menggambarkan kesehatan rohani dan pertumbuhan gereja. Nieuwhof (2017) bahkan menegaskan bahwa “engagement is the new attendance”, karena indikator keterlibatan aktif—melalui pelayanan, kelompok kecil, dan kontribusi nyata lebih menggambarkan daya tahan serta pertumbuhan rohani jemaat dibanding sekadar hadir. Gallaty (2020) turut membedakan jemaat menjadi *consumers* yang hadir hanya untuk menerima dan *contributors* yang aktif berpartisipasi. Mereka yang menjadi kontributor terbukti lebih setia dan mendorong pertumbuhan komunitas.

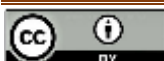
Di Indonesia, mobilitas jemaat juga tinggi. Irawan & Budijanto (2020) menunjukkan bahwa 45,7% pertumbuhan gereja berasal dari perpindahan jemaat, bukan dari penjangkauan baru. Atrizka et al (2023) menegaskan bahwa salah satu faktor penyebab perpindahan tersebut ialah kekecewaan terhadap kualitas pelayanan gereja. Dalam perspektif teologis, gereja memiliki natur ganda: sebagai organisme rohani (Kol. 1:18; 1 Kor. 12:12–26) dan organisasi yang membutuhkan tata kelola pelayanan (Sichula et al., 2025). Karena itu, konsep kualitas pelayanan relevan untuk memaknai dinamika relasional dalam gereja (Kotler & Levy, 1969).

Dalam konteks penelitian organisasi dan pemasaran jasa, teori SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) menjelaskan bahwa kualitas layanan dipersepsi melalui lima dimensi, dan penelitian Silaban & Gulo (2019) menemukan bahwa tiga dimensi *Empathy*, *Responsiveness*, dan *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (*satisfaction*) jemaat gereja. Ketiga dimensi ini bersifat relasional, sehingga lebih sesuai untuk konteks gereja yang bertumpu pada interaksi personal, seperti pada Gereja Kristus di Indonesia (GKDI) Medan yang mengedepankan sistem pemuridan dan komunitas sel.

Selain itu, *Social Exchange Theory* (SET) Blau (1964) memberikan kerangka teoretis untuk menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan dapat mendorong Engagement. SET menyatakan bahwa hubungan sosial dibangun atas asas timbal balik (*reciprocity*). Jemaat yang merasakan empati, perhatian, dan jaminan pelayanan cenderung membalas dengan komitmen dan keterlibatan lebih dalam. Monferrer et al (2025) menambahkan bahwa Satisfaction adalah anteseden utama dari Engagement, dan Engagement kemudian berdampak pada loyalitas. Penelitian lain juga memperlihatkan bahwa hubungan kualitas pelayanan–loyalitas biasanya dimediasi oleh Satisfaction (Monferrer et al. 2025; Nguyen, 2013)

Dalam konteks gereja, Satisfaction menggambarkan terpenuhinya harapan jemaat terhadap pelayanan (Pramulanto et al. 2024; Pranitasari et al. 2022), sementara Engagement berkaitan dengan komitmen mendalam, keterlibatan pelayanan, dan rasa memiliki terhadap komunitas (Arifianto, 2021). Meskipun GKDI Medan memiliki struktur pemuridan yang kuat, hasil Focus Discussion Group (FGD) pada Agustus 2025 menunjukkan bahwa sekitar 15% dari 603 jemaat digolongkan sebagai “lemah rohani” dan sebagian jemaat hadir di ibadah tetapi tidak terlibat aktif dalam komunitas. Kondisi ini memunculkan pertanyaan krusial mengenai efektivitas kualitas pelayanan dalam membangun Engagement jemaat.

Bertolak dari fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh tiga dimensi kualitas pelayanan, *Empathy*, *Responsiveness*, dan *Assurance* terhadap Satisfaction jemaat, serta menguji pengaruh Satisfaction terhadap Engagement jemaat. Penelitian ini menggabungkan model SERVQUAL dan *Social Exchange Theory* untuk memahami dinamika hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan Engagement jemaat dalam konteks gereja lokal, khususnya GKDI Medan.



KAJIAN TEORI

Teori dan Teologi dalam Model Penelitian

Model penelitian ini berdiri di atas dua fondasi yang saling melengkapi: landasan teologis dan landasan teoretis. Landasan teologis yakni konsep Gereja sebagai Tubuh Kristus dan Tri Tugas Gereja (Koinonia, Marturia, Diakonia) memberikan dasar spiritual bahwa pelayanan gereja bukan sekadar aktivitas organisatoris, tetapi ekspresi iman yang hidup. Di sisi lain, landasan teoretis melalui SERVQUAL dan Social Exchange Theory (SET) menyediakan kerangka ilmiah untuk mengukur dan menjelaskan hubungan kausalitas antarvariabel dalam konteks pelayanan jemaat.

Keterpaduan kedua ranah ini membentuk jembatan epistemologis antara iman dan ilmu, yang menjadikan model penelitian ini tidak hanya sah secara empiris, tetapi juga relevan secara teologis. Poin pertama, Integrasi teori manajemen pelayanan dengan teologi gereja menegaskan tiga argumen utama.

Argumen pertama, gereja sebagai organisme dan organisasi. Gereja adalah tubuh Kristus yang hidup (organisme) yang bekerja melalui struktur pelayanan (organisasi). Prinsip kualitas pelayanan (SERVQUAL) memastikan struktur ini berfungsi mendukung pertumbuhan rohani jemaat. Selanjutnya, Social Exchange Theory dalam Iman. Relasi gereja jemaat bukan transaksi ekonomi, melainkan pertukaran spiritual yang berlandaskan kasih dan komitmen. Jemaat “menginvestasikan” waktu, tenaga, dan iman; gereja “membalas” dengan pelayanan yang menumbuhkan kepuasan rohani. Terakhir, sebagai pijakan ganda. Teori SERVQUAL dan SET memberikan keabsahan ilmiah, sementara Tri Tugas Gereja memastikan arah teologis penelitian ini tetap sejalan dengan mandat iman Kristen.

Engagement Jemaat

Engagement jemaat dalam Alkitab dipahami sebagai keterlibatan aktif dalam ibadah, persekutuan, dan pelayanan. Kisah Para Rasul menunjukkan bahwa jemaat mula-mula “bertekun dalam pengajaran rasul-rasul, persekutuan, dan kebersamaan” (Kis. 2:42–44). *Engagement* mencakup dimensi rohani, sosial, dan misi, yang menjadi bukti iman yang hidup (Sinaga et al, 2022). Penelitian modern menemukan bahwa keterlibatan dalam pelayanan, perhatian pastoral, dan relasi antarjemaat memperkuat loyalitas serta ikatan dengan gereja (Simamora et al, 2025). Dengan demikian, *Engagement* jemaat merupakan respon aktif terhadap kepemimpinan rohani dan pelayanan gereja, yang ditandai dengan partisipasi, komitmen, serta kontribusi dalam kegiatan gerejawi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana layanan memenuhi atau melebihi harapan penerima (Kotler & Levy, 1969). Dalam gereja, kualitas pelayanan dipahami sebagai kemampuan pelayan dan pemimpin gereja memberikan pelayanan rohani, emosional, dan sosial yang menjawab kebutuhan jemaat. Model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1998) menilai kualitas pelayanan melalui kesenjangan antara harapan dan persepsi jemaat. Lima dimensi utama SERVQUAL adalah *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Studi organisasi nonbisnis menunjukkan bahwa tiga dimensi yang paling relevan untuk konteks gereja adalah *Empathy*, *Responsiveness*, dan *Assurance* (Silaban & Gulo, 2019).

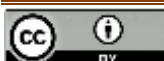
Empathy

Empathy mengacu pada perhatian personal, kepedulian, dan kemampuan memahami kebutuhan unik jemaat (Parasuraman et al., 1998). Secara manajerial, *Empathy* ditunjukkan melalui komunikasi yang ramah, sikap mendengar, dan pendampingan emosional. Dalam pelayanan gereja, *Empathy* terlihat dari kesediaan pemimpin rohani mendukung jemaat melalui doa, konseling, dan pendampingan. Penelitian membuktikan bahwa *Empathy* meningkatkan *Satisfaction* serta memperkuat *Engagement* jemaat (Atrizka et al., 2023).

Responsiveness

Responsiveness adalah kesediaan dan kecepatan gereja merespons kebutuhan jemaat, baik spiritual maupun praktis. Indikatornya meliputi ketepatan waktu, kepedulian, dan kemampuan menyesuaikan pelayanan dengan situasi jemaat (Afrilla & Alhadi, 2024). Di gereja, *Responsiveness* terlihat dari penanganan cepat terhadap kebutuhan pastoral, doa, kunjungan, konseling, dan resolusi konflik. *Responsiveness* yang baik memperkuat persepsi bahwa gereja peduli, dan terbukti meningkatkan *Satisfaction* serta minat jemaat untuk tetap terlibat (Hamid et al., 2020).

Assurance

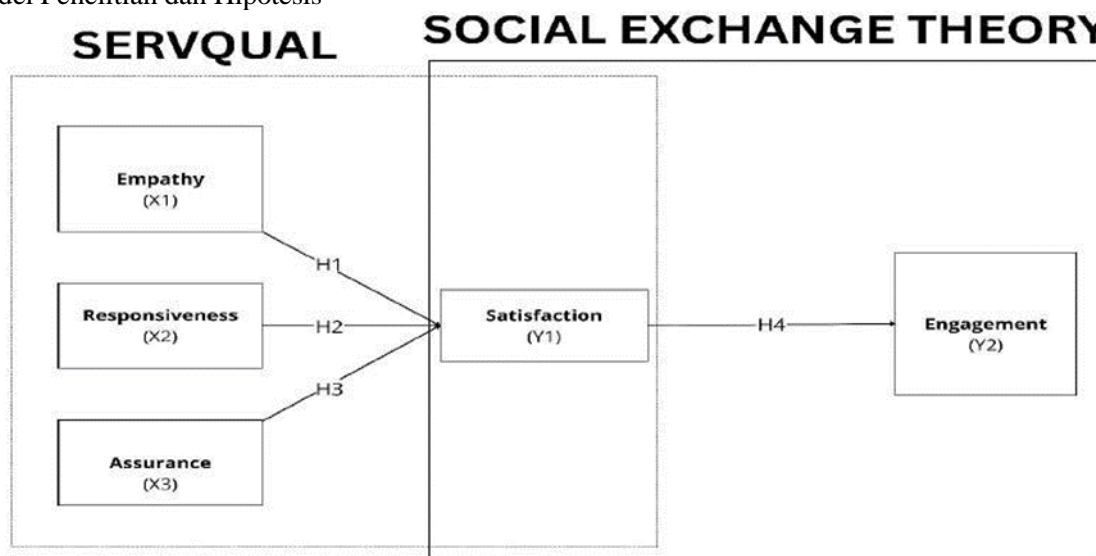


Assurance mencakup rasa aman, kepercayaan, kompetensi, dan kredibilitas pemimpin serta pelayan gereja (Parasuraman et al., 1998; Prananda et al., 2019). Dalam konteks gereja, *Assurance* meliputi kepastian ajaran yang benar, integritas pemimpin, dan kualitas pelayanan pastoral. *Assurance* yang baik meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan jemaat, yang pada akhirnya memperkuat *Satisfaction* serta *Engagement*.

Satisfaction Jemaat

Satisfaction didefinisikan sebagai evaluasi afektif terhadap pelayanan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan jemaat (Oliver, 1999). *Satisfaction* muncul ketika pelayanan gereja memenuhi kebutuhan rohani, emosional, dan sosial jemaat. *Satisfaction* berperan penting dalam membentuk loyalitas, komitmen, serta *Engagement* jemaat. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat memunculkan negative *word-of-mouth* atau perpindahan ke gereja lain (Richins, 1983)

Model Penelitian dan Hipotesis



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Teta, 2024).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah

- H1: Empathy berpengaruh positif terhadap Satisfaction.
- H2: Responsiveness berpengaruh positif terhadap Satisfaction.
- H3: Assurance berpengaruh positif terhadap Satisfaction.
- H4: Satisfaction berpengaruh positif terhadap Engagement.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh jemaat aktif GKDI Medan sebanyak 900 orang. Sampel diambil sebanyak 277 responden menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria jemaat aktif minimal satu tahun dan sudah berusia 17 tahun ke atas.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan skala Likert 1–5, di mana 1 = sangat tidak setuju dan 5 = sangat setuju.

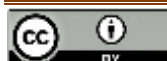
Metode Analisis

Data diolah dengan PLS-SEM (SmartPLS 4.0). Tahapan mencakup uji validitas konvergen (outer model), reliabilitas, dan uji signifikansi jalur (inner model).

Variabel Operasional

Tabel 1. Variabel Operasional

Jenis Variabel	Nama Variabel	Dimensi/Indikator Utama
Independen	Empathy (X ₁)	Perhatian pribadi, komunikasi hangat, dukungan emosional



Independen	Responsiveness (X ₂)	Ketepatan respon, kecepatan pelayanan
Independen	Assurance (X ₃)	Kepercayaan, kompetensi pelayan
Dependen 1	Satisfaction (Y1)	Kepuasan spiritual, relasional
Dependen 2	Engagement (Y2)	Partisipasi, loyalitas, komitmen

Sumber: Data Primer, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 277 responden, mayoritas adalah wanita (55,23%), telah menikah (74,01%), dan berusia 42 - 47 tahun (18,1%). Sebagian besar telah menjadi jemaat selama 13-16 tahun (16,2%), menunjukkan komitmen kuat. Dari segi kepemimpinan, 31,05% non-leader, sementara 68,95% memiliki tanggung jawab kepemimpinan. Sebanyak 62,82% aktif melayani di service ministry. Mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta (31,05%), wirausaha (24,19%), dan ibu rumah tangga (21,3%). Tingkat pendidikan didominasi SMA/SMK (35,38%) dan Sarjana (35,74%). Tingkat penghasilan bervariasi dengan kelompok terbesar di bawah 2.200.000 rupiah (20,2%).

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif menunjukkan semua variabel memiliki mean di atas 3,9, mengindikasikan responden setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan kuesioner. Variabel dengan nilai tertinggi adalah Engagement (Mean = 4,22), menunjukkan tingkat keterlibatan jemaat sangat tinggi. Nilai terendah pada Empathy (Mean = 3,99). Standar deviasi berkisar 0,71-0,82, menunjukkan variasi jawaban relatif kecil dan konsisten.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	n	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Empathy	277	1	5	3,99	0,82
Responsiveness	277	1	5	4,02	0,81
Assurance	277	1	5	4,14	0,75
Satisfaction	277	1	5	4,17	0,76
Engagement	277	1	5	4,22	0,71

Sumber: data primer diolah 2025

Pengujian Hipotesis

Sebelum menguji hipotesis, dilakukan evaluasi model untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk. Hasil outer model menunjukkan semua indikator memiliki loading >0,7 dan AVE >0,5. Nilai composite reliability dan Cronbach's alpha berada di atas 0,7, menandakan reliabilitas konstruk yang baik.

Nilai R² sebesar 0,583 untuk Satisfaction dan 0,652 untuk Engagement mengindikasikan daya jelaskan model yang kuat. Hasil bootstrapping memperlihatkan bahwa semua hipotesis diterima (Tabel 3).

Tabel 3. Pengujian Hipotesis

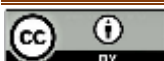
Jalur	Koefisien (β)	t-Statistic	p-Value	Keputusan
Empathy → Satisfaction	0,262	3.433	0.001	Diterima
Responsiveness → Satisfaction	0,299	4.228	<0.001	Diterima
Assurance → Satisfaction	0,332	4.764	<0.001	Diterima
Satisfaction → Engagement	0,770	25.437	<0.001	Diterima

Sumber: data primer diolah 2025

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan relasional menjadi pondasi utama pembentukan kepuasan jemaat. Dimensi Assurance memberikan pengaruh terbesar terhadap Satisfaction (β = 0.33), menunjukkan pentingnya perhatian personal dalam konteks pelayanan gereja. Responsiveness dan Assurance memperkuat persepsi jemaat terhadap keandalan dan kredibilitas pelayan.

Temuan ini selaras dengan temuan dari Parasuraman et al. (1988) dan Oliver (1997), yang



menegaskan bahwa kualitas pelayanan membentuk persepsi kepuasan. Dalam konteks gereja, hasil ini konsisten dengan penelitian Silaban & Gulo (2021) dan Atrizka et al. (2020), yang menemukan bahwa pendekatan relasional pemimpin gereja sangat mempengaruhi kepuasan jemaat.

Satisfaction terbukti menjadi prediktor utama Engagement ($\beta = 0.770$), yang mendukung prinsip reciprocity dalam Social Exchange Theory (Blau, 1964). Penelitian Hollebeek (2011) juga memperkuat bahwa engagement adalah hasil dari hubungan yang bermakna dan memuaskan. Ketika jemaat menerima pelayanan berkualitas, mereka merespons dengan partisipasi aktif dan loyalitas yang meningkat. Temuan ini memperluas studi Parasuraman et al. (1991) dan Setiawan & Siregar (2021) bahwa dalam organisasi berbasis relasi, kualitas pelayanan adalah katalis keterlibatan emosional dan spiritual.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Empathy, Responsiveness, dan Assurance secara bersama-sama berkontribusi signifikan dalam membentuk Satisfaction jemaat, sementara Satisfaction menjadi faktor paling dominan yang meningkatkan Engagement. Secara keseluruhan, model ini mampu menjelaskan sekitar 68,4% variasi kepuasan dan 59,2% variasi keterlibatan jemaat GKDI Medan.

Implikasi praktis bagi GKDI Medan adalah prioritas strategis pada peningkatan satisfaction melalui pendekatan terpadu yang mengintegrasikan ketiga dimensi kualitas pelayanan: meningkatkan assurance melalui pelatihan integritas dan profesionalisme pemimpin, memperkuat empathy melalui intensifikasi pastoral care dan mentoring personal, serta meningkatkan responsiveness melalui perbaikan mekanisme komunikasi dan SOP pelayanan. Dengan meningkatkan kepuasan secara holistik, keterlibatan dan loyalitas jemaat akan meningkat signifikan.

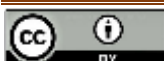
Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel spiritual leadership atau sense of belonging untuk memperkaya model engagement dalam organisasi gerejawi, sehingga pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan jemaat menjadi lebih komprehensif dan mampu menggambarkan dinamika hubungan antara pemimpin, komunitas, dan jemaat secara lebih mendalam.

Saran

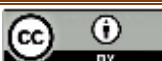
Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak lokasi gereja atau denominasi agar temuan yang diperoleh memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, penambahan variabel lain yang relevan seperti trust, commitment, atau spiritual leadership dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi satisfaction dan engagement jemaat. Penelitian mendatang juga sebaiknya menggunakan pendekatan longitudinal untuk melihat bagaimana kepuasan dan keterlibatan jemaat berubah dari waktu ke waktu. Di samping itu, kombinasi antara metode kuantitatif dan kualitatif akan memperkaya pemahaman terhadap dinamika perilaku jemaat secara lebih mendalam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoretis dalam memahami kualitas pelayanan dan keterlibatan jemaat, tetapi juga menawarkan arahan praktis bagi pengembangan pelayanan gerejawi yang berfokus pada peningkatan kepuasan dan komitmen jemaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilla, Z., & Alhadi, Z. (2024). Responsivitas Aparatur Dalam Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Di Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Bungo Provinsi Jambi. 05(02), 1–9.
- Arifianto, Y. A. (2021). Peran Guru Pendidikan Agama Kristen Dalam Pendidikan Etis-Teologis Mengatasi Dekadensi Moral Di Tengah Era Disrupsi. 6, 45–59.
- Atrizka, D., Imelda, A., & Sihombing, Y. W. (2023). Kepemimpinan Karismatik Gereja Meningkatkan Kepuasan Jemaat Gereja Bethel Indonesia di Medan. JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan), 6(11), 8746–8752.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. Wiley.
- Booyesen, E. (2015). *Exploring the impact of brand experience on satisfaction and loyalty in churches and religious organisations in Johannesburg*. November
- Center, B. R. (2021). *Gereja Sudah Tidak Menarik?* In Laporan Riset Remaja Kristen Indonesia.



- Bilangan Research Center. <https://www.bilanganresearch.com/>
- Fauziah, A., & Nugraha, H. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Farmasi Di Lingkungan Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung: Studi Kasus Terhadap Kepuasan Pasien. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 107-118
- Hamid, M. A., Ramadhani, R., Juliana, M., Safitri, M., Jamaludin, M. M., & Simarmata, J. (2020). *Media Pembelajaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, R. A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif Kepuasan Pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: Peran Fundamental Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Mewujudkannya. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 42-54
- Irawan, H., & Budijanto, P. (2020). Kunci Pertumbuhan Gereja di Indonesia: Menyingkap Faktor Pendorong Pertumbuhan Gereja berdasarkan temuan Survei Nasional BRC. In Second Edition. Yayasan Bilangan Research Center.
- Kotler, P., & Levy, S. (1969). Broadening the Concept of Marketing. *Journal of Marketing*, 33, 10–15. <https://doi.org/10.2307/1248740>
- Monferrer, D., Moliner, M. A., Estrada, M., Monferrer, D., Moliner, M. A., Estrada, M., & Journal, S. (2025). Increasing customer loyalty through customer engagement in the retail banking industry La mejora de la lealtad a través del compromiso del cliente en el sector bancario. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3), 461–484. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2019-0042>
- Nguyen, H. (2013). Nguyen, T. L. H. (2013). The challenges of developing research resources for leading Vietnamese universities. *Higher Education Management and Policy*, 24(2), 115-130. *Higher Education Management and Policy*, 24, 115–130. <https://doi.org/10.1787/hemp-24-5k3w5pdwd7g4>
- Nieuwhof, C. (2017). Engagement Is the New Attendance. <https://careynieuwhof.com/why-attendance-isnt-the-only-measure-of-church-growth/>
- Oliver, R. L. (1999). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (1998). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(January), 12–35.
- Pramulanto, H., Karomah, N., Estiana, R., Rif'an, I., Pelayanan, K., & Pelanggan, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Resto Cepat Saji Di Mall Lippo Cikarang. *Equilibria Pendidikan Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 9, 43–53. <https://doi.org/10.26877/ep.v9i1>
- Prananda, Y., Lucitasari, D., & Khannan, muhammad shodiq abdul. (2019). PENERAPAN Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12, 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Pranitasari, D., Tinggi, S., Ekonomi, I., Jakarta, I., Saodah, S., & Mada, U. G. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri otomotif Indonesia saat ini. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, October.
- Purnama, C., Rahmah, Z. Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., & Mutfarida, B. (2024). Investigasi Peran Temporal Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 390-400
- Richins, M. L. (1983). Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study. *Journal of Marketing*, 47(Winter), 68–78.
- Ritonga, J., & Girsang, R. M. (2019). Pengaruh Kreativitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.36>
- Sichula, O., Nanthambwe, P., & Magezi, V. (2025). Linking organisational life cycle models to church's dual nature for effective management. *Theologia Viatorum*, 49(1). <https://doi.org/10.4102/tv.v49i1.294>
- Silaban, P. H., & Gulo, O. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Warga Jemaat pada Gereja Resort 1 Banua Niha Kristen Protestan [Universitas HKBP Nommensen, Program



- Pascasarjana Magister Manajemen]. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4779>
- Simamora et al. (2025). Keterlibatan Pelayanan dan Loyalitas Jemaat.
- Sinaga et al. (2022). Engagement Jemaat dalam Dimensi Rohani, Sosial, dan Misi.
- Sinaga, J. E., & Simatupang, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Di Kota PematangSiantar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.37>
- Siti Syahara, & Munte, R. N. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(2). <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i2.366>
- Smith, G. A., Schiller, A., & Nolan, H. (2019). In U.S., Decline of Christianity Continues at Rapid Pace. Pew Reseach Center, 1(1), 2019.
- Sugiarto, Y. S., & Pratomo, L. A. (2024). Antecedent And Consequences of Customer Satisfaction of Local Fast Food In Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(3), 431-445
- Teta, B. (2024). Pengaruh kelalaian karyawan terhadap produktivitas di tambak udang venambak. 6(3), 613–623.

