
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra LPD dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan

I Gusti Agung Made Arri Adhi Mahaputra⁽¹⁾
Putu Herny Susanti⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: agungadhimahaputra@gmail.com

ABSTRACT

Perceived satisfaction shows the company's success in meeting customer expectations. Conducting this research is expected to determine the effect of service quality, image, and customer trust on credit customer satisfaction at LPD Desa Pakraman Yeh Bakung in Tabanan. The sample used in this study amounted to 91 people who were selected by accidental sampling method. The data obtained were analyzed using multiple linear regression. From the research results, it was found that, service quality, LPD image and customer trust were able to influence credit customer satisfaction at LPD Desa Pakraman Yeh Bakung in Tabanan either partially or simultaneously positively and significantly. To the LPD, management should maintain and improve customer satisfaction by observing the factors of service quality, image and trust.

Keywords: *Service Quality; Image; Trust; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Kepuasan yang dirasakan menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan nasabah. Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah kredit pada LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 91 orang yang dipilih dengan metode *accidental sampling*. Data yang diperoleh di analisis menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa, kualitas pelayanan, citra LPD dan kepercayaan nasabah mampu mempengaruhi kepuasan nasabah kredit pada LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan baik secara parsial maupun secara simultan dengan positif dan signifikan. Kepada pihak LPD agar manajemen tetap menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah dengan melihat faktor kualitas pelayanan, citra dan kepercayaan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Citra; Kepercayaan; Kepuasan Nasabah*

Pendahuluan

Nasabah merupakan aset yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Berbagai cara diterapkan untuk membuat nasabah mau menggunakan produk yang ditawarkan. Kepuasan nasabah menjadi salah satu alternatif strategi yang dapat digunakan perusahaan agar mendapat nasabah yang sesuai harapannya (Sutardi *et al.*, 2019). Menurut Setiawan (2016) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Nasabah yang merasa puas akan membuatnya setia pada perusahaan dan akan berpikir lebih jika ingin berpindah kepada perusahaan lainnya. ini

menunjukkan bahwa sangat penting bagi setiap perusahaan untuk menjaga kepuasan yang dimiliki nasabahnya (Utami & Puja, 2021).

Kualitas pelayanan yang baik dapat mengantarkan perusahaan untuk menciptakan kepuasan di benak konsumen (Kusyana *et al.*, 2020). Kualitas pelayanan menurut (Wati *et al.*, 2020), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah sehingga akan membuatnya lebih senang untuk menggunakan jasa perusahaan (Buddy *et al.*, 2019). Kualitas pelayanan akan menjadi bahan penilaian bagi pelanggan untuk menggunakan jasa perusahaan (Santosa & Mashyuni, 2021). Kusyana & Pratiwi (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan pendekatan dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Citra perusahaan juga memberikan keuntungan yang cukup besar bagi perusahaan untuk memuaskan nasabah (Karuniati & Sugianingrat, 2021). (Safitri *et al.*, 2016) berpendapat bahwa, citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Perusahaan yang memiliki citra yang baik akan lebih diminati untuk digunakan produknya (Tumbuan *et al.*, 2014). Menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk membangun citra perusahaan agar dapat meningkatkan daya saingnya dipasaran (Purnama & Hidayah, 2019). Selain kualitas pelayanan dan citra perusahaan, kepercayaan yang dimiliki nasabah juga menentukan kepuasannya (Afrizal & Suhardi, 2018). Kepercayaan adalah keyakinan individu akan sesuatu yang menurutnya dapat diandalkan (Mahendra & Indriyani, 2018). Menurut Diza *et al.*, (2016) ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut. Kepercayaan ini akan memperbesar kemauan nasabah untuk tetap menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan, sehingga perusahaan dapat menjalankan usahanya secara berkesinambungan (Mawey *et al.*, 2018).

LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan sebagai lembaga intermediasi dimana sebagai lembaga keuangan berupa kegiatan simpan pinjam kepada masyarakat dan selalu memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya terhadap nasabahnya khususnya dalam pemberian kredit baik sebagai modal usaha atau pinjaman kegiatan keagamaan dengan bunga kredit yang sangat kecil sehingga mampu membantu masyarakat yang sedang membutuhkan dana. Terjadinya fluktuasi dalam jumlah nasabah kredit, mengindikasikan kurang optimalnya LPD dalam memikat hati nasabah dan memenangkan persaingan pasar. Berdasarkan hasil observasi

dan wawancara, terdapat beberapa keluhan yang dirasakan nasabah seperti karyawan penagih kredit yang tidak ramah, memberikan penjelasan secara lengkap tentang informasi yang dibutuhkan, kurang tersedianya ruang tunggu atau kursi bagi nasabah yang mengantri, serta sulitnya pengajuan kredit dengan jumlah dana besar.

Pentingnya menjaga nasabah agar tetap menggunakan jasa perusahaan perlu diberikan perhatian lebih oleh perusahaan (Tiza & Susanti, 2019). Perencanaan dan pelaksanaan strategi yang tepat harus selalu diawasi dan dievaluasi agar dapat memberikan dampak yang signifikan pada kemajuan perusahaan (Setiawan, 2016). Dengan menjamin nasabah merasa puas, keunggulan bersaing perusahaan juga akan meningkat dimasa depan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra LPD dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah kredit pada LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan.

Tiza & Susanti (2019), Irbantoro & Dewanto (2014) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Sutardi *et al.*, (2019) menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Berdasar pada hasil penelitian diatas, diajukan hipotesis pertama yaitu:

H₁ : Diduga bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit secara positif dan signifikan di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan.

Wati *et al.*, (2020), Utami & Puja (2021) menemukan bahwa citra memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Karuniati & Sugianingrat (2021) menyatakan citra memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Berdasar pada hasil penelitian diatas, diajukan hipotesis kedua yaitu:

H₂ : Diduga bahwa citra memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit secara positif dan signifikan di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan.

(Buddy *et al.*, 2019), Mahendra & Indriyani (2018) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Mawey *et al.*, (2018) dimana kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Berdasar pada hasil penelitian diatas, diajukan hipotesis ketiga yaitu:

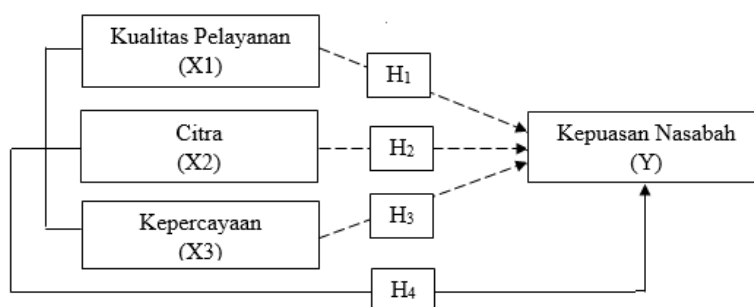
H₃ : Diduga bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit secara positif dan signifikan di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan.

Purnama & Hidayah (2019), Utami & Puja (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Wati *et al.*, (2020) dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan secara positif dan signifikan. Berdasar pada hasil penelitian diatas, diajukan hipotesis keempat yaitu:

H₄ : Diduga bahwa kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit secara positif dan signifikan di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan.

Metode Penelitian

Penelitian asosiatif yang dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, citra dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Lokasi dilakukannya penelitian ini adalah LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan karena terjadinya penurunan pendapatan yang cukup drastis. Seluruh nasabah di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan merupakan populasi dan untuk mempersempitnya dipilih 91 orang responden dengan rumus slovin. Sampel ditentukan dengan metode *accidental sampling* dimana sampel yang dipilih adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data. Untuk mengumpulkan data primer, akan dilakukan dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang telah terpilih menjadi responden. Persepsi konsumen terkait dengan seluruh item pernyataan untuk masing-masing variabel akan diukur dengan skala liker dengan lima pilihan jawaban yang tersedia. Data yang telah terkumpul akan di analisis



menggunakan analisis regresi linier berganda.

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Purnama & Hidayah (2019), Utami & Puja (2021)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Dari Tabel 1 diketahui bahwa seluruh item pernyataan telah valid dimana nilai koefisien korelasinya $> 0,30$ dan telah reliabel dimana nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$.

Tabel 1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

| No. | Variabel Penelitian | Item Pernyataan | Validitas | | Reliabilitas | |
|-----|-------------------------|-----------------|--------------------|------------|--------------------------|------------|
| | | | Koefisien Korelasi | Keterangan | <i>Chronbach's Alpha</i> | Keterangan |
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | No. 1 - 11 | $> 0,30$ | Valid | $> 0,60$ | Reliabel |
| 2 | Citra (X2) | No. 1 - 8 | | | | |
| 3 | Kepercayaan (X3) | No. 1 - 6 | | | | |
| 4 | Kepuasan Nasabah (Y) | No. 1 - 10 | | | | |

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 2 menunjukkan bahwa, menurut jenis kelamin nasabah didominasi laki-laki sebanyak 48 orang (52,7%) sedangkan responden perempuan sebanyak 43 orang (47,3%). Nasabah tergolong usia produktif karena rentang usianya 36 - 45 Tahun sebanyak 36 orang (39,6%). Nasabah tertinggi merupakan lulusan SMA/SMK sebanyak 43 orang (47,3%). Nasabah tertinggi memiliki bekerja sebagai Wiraswasta dan lain-lain sebanyak 70 orang (77%).

Tabel 2 Karakteristik Responden

| No. | Karakteristik | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-----|---------------|----------------|----------------|----------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Laki – laki | 48 | 52.7 |
| | | Perempuan | 43 | 47.3 |
| | | Total | 91 | 100 |
| 2 | Usia | < 23 thn | 10 | 11.0 |
| | | 23 - 35 thn | 33 | 36.3 |
| | | 36 - 45 thn | 36 | 39.6 |
| | | > 50 thn | 12 | 13.2 |
| | | Total | 91 | 100 |
| 3 | Pendidikan | SMP | 11 | 12.1 |
| | | SMA/SMK | 43 | 47.3 |
| | | Diploma | 21 | 23.1 |
| | | Sarjana | 16 | 17.6 |
| | | Total | 91 | 100 |
| 4 | Pekerjaan | Nasabah swasta | 21 | 23,0 |
| | | Wiraswasta | 35 | 38.5 |
| | | Lain-lain | 35 | 38.5 |
| | | Total | 91 | 100 |

Sumber: Data diolah (2021)

Dari hasil uji asumsi klasik pada Tabel 3, diketahui bahwa data terstandarisasi normal yang terlihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, tidak terjadi gejala multikolinieritas yang terlihat dari nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, serta tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang terlihat dari nilai *Sig.* > 0,05.

Tabel 3 Hasil Uji Asumsi Klasik

| No. | Variabel Penelitian | Normalitas | Multikolinieritas | | Heteroskedastisitas |
|-----|-------------------------|------------------------|-------------------|-------|---------------------|
| | | Asymp. Sig. (2-tailed) | Tolerance | VIF | Sig. |
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | 0,065 | 0,522 | 1,914 | 0,246 |
| 2 | Citra (X2) | | 0,963 | 1,038 | 0,794 |
| 3 | Kepercayaan (X3) | | 0,532 | 1,881 | 0,420 |

Sumber: Data diolah (2021)

Dari nilai R square yang ditunjukkan pada Tabel 4 berarti bahwa sebesar 0,631 atau 63,1% pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh model sedangkan sisanya dipengaruhi faktor diluar model penelitian.

Tabel 4 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .795 ^a | .631 | .619 | 2.678 |

Sumber: Data diolah (2021)

Dari hasil regresi yang ditampilkan pada Tabel 5, diperoleh persamaanyaitu $Y=12,182+0,302X_1+0,162X_2+0,346X_3$ dengan interpretasi seperti berikut:

Koefisien regresi sebesar 0,302 (positif), t-hitung (5,416) > t-tabel (1,662) dengan signifikansi 0,000 < α (0,05), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan dengan positif dan signifikan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan perusahaan akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Santosa & Mashyuni (2021), Karuniati & Sugianingrat (2021), serta Safitri *et al.*, (2016) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Koefisien regresi sebesar 0,162 (positif), 2,179 t-tabel (1,662) dengan signifikansi 0,032 < α (0,05), menunjukkan bahwa citra memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit secara positif dan signifikan di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan. Artinya, semakin baik citra perusahaan akan mampu meningkatkan kepuasannya. Sutardi *et al.*, (2019), Mutmainnah (2017), serta Mulyaningih & Suasana (2016) juga menemukan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Koefisien regresi sebesar 0,346 (positif), nilai t-hitung 4,212 t-tabel (1,662) dengan signifikansi 0,000 < α (0,05), menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit secara positif dan signifikan di LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan. Artinya, semakin baik kepercayaan nasabah pada perusahaan akan mampu meningkatkan kepuasannya. Mahendra & Indriyani (2018), Mawey *et al.*, (2018), serta Diza *et al.*, (2016) juga menemukan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Tabel 9 Hasil Uji-T

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 12.182 | 3.121 | | 3.904 | .000 |
| 1 Kualitas Pelayanan | .302 | .056 | .488 | 5.416 | .000 |
| Citra | .162 | .074 | .145 | 2.179 | .032 |
| Kepercayaan | .346 | .082 | .376 | 4.212 | .000 |

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 10 menunjukkan nilai $F_{hitung}(49,657) > F_{tabel}(2,71)$ dengan nilai Sig. (0,000) < α (0,05), yang berarti kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor LPD Desa Pakraman Yeh Bakung di Tabanan. Sehingga, semakin baik kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan pada

perusahaan akan meningkatkan kepuasan nasabah. Utami & Puja (2021), Tumbuan *et al.*, (2014), serta Purnama & Hidayah (2019) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan, citra, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Tabel 10 Hasil Uji-F

| | Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| | Regression | 1.068.633 | 3 | 356.211 | 49.657 | .000 ^b |
| 1 | Residual | 624.092 | 87 | 7.173 | | |
| | Total | 1.692.725 | 90 | | | |

Sumber: Data diolah (2021)

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (2) citra LPD positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (3) kepercayaan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (4) kualitas pelayanan, citra LPD, dan kepercayaan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah (1) menjaga sopan santun dalam melayani nasabah, (2) melakukan pelayanan yang konsisten dan adil kepada seluruh nasabah, (3) selalu memberikan informasi yang lengkap, mudah dipahami dan berguna bagi nasabah, (4) bunga kredit yang rendah atau pemberian pelayanan khusus bagi nasabah, dan (5) peneliti selanjutnya agar melakukan analisis lebih mendalam terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Daftar Pustaka

- Afrizal, & Suhardi. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA RUMAH SAKIT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PASIEN. *JEM: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 70–86.
- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PT. FIGROUP CABANG MANADO). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Irbantoro, D., & Dewanto, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Kota Batu. *Irbantoro, Dolly Dewanto, Aryo N, Asih Tri Rachmi*, 13(1), 158–165.
- Karuniati, N. M. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2021). Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Amertha Dana Lestari di Badung. *Widya*

- Amrita*, 1(1), 394–411. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1188>
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.354>
- Kusyana, D. N. B., Purwaningrat, P. A., & Sunny, M. P. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Menciptakan Loyalitas Mahasiswa. *Widya Manajemen*, 2(1), 10–27. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i1.546>
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1), 1–5.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SULUTGO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1198–1207. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20106>
- Mulyaningsih, L. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(1), 1–30.
- Mutmainnah. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201–216. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i2.113>
- Purnama, Ri., & Hidayah, A. A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 14(2), 187–203.
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 90–104.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 290–302. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1176>
- Setiawan. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, 2(2), 1–17.
- Sutardi, S., Mursito, B., & Widayanti, R. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Citra Merk, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Go-Jek Universitas Islam Batik Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 470–478. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.656>
- Tiza, M. F., & Susanti, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang. *INA-Rxiv Papers*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.31227/osf.io/hx87m>
- Tumbuan, W., Kawet, L., & Pontoh, M. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 285–297. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5502>
- Utami, N. P. E. W., & Puja, I. M. S. (2021). Pengaruh Citra Koperasi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Serba Usaha Wahyu Artha Sedana Di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 126–143. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1161>