

---

# Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada KSU Br. Gelumpang, Sukawati di Gianyar

I Gede Risky Indra Bayu<sup>(1)</sup>

Putu Yudy Wijaya<sup>(2)</sup>

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

E-mail: [bayurisky506@gmail.com](mailto:bayurisky506@gmail.com)

## ABSTRACT

*Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment that comes from a comparison between his impression of a product's performance or results and other expectations. To achieve customer satisfaction, it is necessary to have good service quality and a high level of trust. This study aims to determine the effect of trust and service quality on customer satisfaction. The research was conducted at KSU Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar which is located at Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar. The number of samples used in this study amounted to 100 respondents who were KSU Banjar Gelumpang customers who were taken using a proportional random sampling method. Validity and reliability tests were used to test research instruments. The analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, determination analysis, t test and F test. Based on the research results, it can be seen that service quality has a positive and significant partial effect on customer satisfaction at KSU Br. Gelumpang, trust has a positive and partially significant effect on customer satisfaction at KSU Br. Gelumpang and service quality and trust have a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction at KSU Br. Gelumpang*

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

## ABSTRAK

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan lainnya. Untuk mencapai kepuasan nasabah maka diperlukan adanya kualitas pelayanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian dilakukan di KSU Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar yang beralamat di Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan nasabah KSU Banjar Gelumpang yang diambil dengan metode propotional random sampling. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di KSU Br. Gelumpang, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di KSU Br. Gelumpang, dan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan kepuasan nasabah di KSU Br. Gelumpang.

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

---

## Pendahuluan

Kepuasan nasabah merupakan tingkat pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang nasabah merespon dan rasakan dengan perbandingan dengan harapannya. indikator kepuasan nasabah adalah kepuasan nasabah keseluruhan, dimensi nasabah, konfirmasi harapan, niat menabung, kesediaan untuk merekomendasi dan ketidakpuasan nasabah.

Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan *expected service* dan persepsi terhadap pelayanan *perceived service* (Parasuraman, 2010). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas layanan dipersepsikan negatif atau buruk.

Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari suatu bisnis. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan.

KSU Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar yang sudah berdiri sejak 28 Oktober 2003 yang berada dilingkungan Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar. Tujuan dari KSU Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi krama banjar serta memanfaatkan peluang ekonomi yang ada dengan memberikan pelayanan jasa lembaga keuangan kepada masyarakat Banjar Gelumpang.

Diketahui bahwa banyaknya keluhan nasabah dan ketidak stabilan jumlah nasabah setiap bulannya hsl ini terjadi karena kurangnya kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kepercayaan dan kualitas pelayanan nasabah KSU Banjar Gelumpang, Sukawati, Gianyar misalnya seperti kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan seperti kolektor tidak setiap hari datang untuk mengambil tabungan nasabah, sulitnya proses kredit pada KSU dimana nasabah harus membawa jaminan jika ingin mengajukan kredit walaupun mengajukan kredit dalam jumlah sedikit.

Menurut penelitian Hasil penelitian oleh Ardiansyah Japlani, Fitriani (2020), Nurul R ismatul Huda (2021), Umami Leliana (2019), Vabiola Ghantynireta, Inayatillah, dan Evriyenni (2021), A Bagus Subantoro dan Aniek Wahyuati (2019), Erwina Safitri, Mintarti Rahayu, dkk



## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variable penelitian ini yaitu pernyataan dari kepercayaan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan nasabah (Y). dinyatakan valid semua karena menurut perhitungan yang digunakan untuk menentukan koefisien korelasi, semuanya memiliki r hitung yang lebih tinggi dari r tabel. (0,361). Sehingga dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian. Dan berdasarkan hasil uji realibilitas menyatakan seluruh pernyataan dinyatakan realiable karena seluruh pernyataan memiliki nilai alpha yang lebih besar dari 0,60.

**Tabel 1. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.46381981
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.063
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan uji normalitas yang ditampilkan pada tabel 1, menunjukkan bahwa besarnya nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 2. Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	11.807	2.918			4.047	.000		
Kualitas Pelayanan	.239	.057	.381		4.215	.000	.851	1.176
Kepercayaan	.413	.123	.304		3.360	.001	.851	1.176

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas ditunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai tolerance > 0,10, begitu juga dengan hasil perhitungan nilai VIF, seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10. Hal ini berarti bahwa pada model regresi yang dibuat tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	5.503	1.828		3.010	.003
Kualitas Pelayanan	-.054	.036	-.165	-1.518	.132
Kepercayaan	.000	.077	.000	.003	.998

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 tersebut, ditunjukkan bahwa masing-masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berarti didalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	11.807	2.918		4.047	.000
Kualitas Pelayanan	.239	.057	.381	4.215	.000
Kepercayaan	.413	.123	.304	3.360	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2023

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah KSU Br. Gelumpang.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 4,215$  dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,984$  dan nilai signifikansi = 0,000 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , dan nilai sig lebih kecil dari  $\alpha$ , sehingga berada pada daerah penolakan  $H_0$ . Demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas pelayanan (X1) maka akan meningkatkan minat kepuasan nasabah (Y).

### 2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah KSU Br. Gelumpang

Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadapkepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 3.360$  dibandingkan dengan

nilai  $t_{tabel} = 1,984$  dan nilai signfikansi = 0,001 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , maka ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , dan nilai sig lebih kecil dari  $\alpha$ , sehingga berada pada daerah penolakan  $H_0$  sehingga  $H_2$  diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variabel kepercayaan (X2) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y).

**Tabel 5. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	956.517	2	478.258	23.517	.000 <sup>b</sup>
Residual	1972.643	97	20.337		
Total	2929.160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2023

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah KSU Br. Gelumpang

Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh secara simultan variable kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah KSU Br. Gelumpang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 23,517 serta diperoleh nilai signfikansi = 0.000 dengan nilai  $\alpha = 0,05$ . Maka ternyata nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$ , dan  $t_{hitung}$  dan nilai signfikansi lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , sehingga berada pada daerah penolakan  $H_0$  sehingga  $H_3$  diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5%, secara simultan kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variabel simultan kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y).

**Tabel 6. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.571 <sup>a</sup>	.327	.313	4.510

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,327. Hal ini berarti 32,7% variasi variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2). Sisanya (67,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian seperti citra perusahaan, nilai pelanggan dan *corporate social responsibility*(CSR).

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa (1). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di KSU Br. Gelumpang, (2). Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah di KSU Br. Gelumpang, (3). Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan kepuasan nasabah di KSU Br. Gelumpang.

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian maka dapat diberikan saran yaitu KSU Br. Gelumpang harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya yaitu dengan melayani nasabah dengan sepenuh hati seperti melayani nasabah dengan ramah, memperbaiki system penetapan bunga, lebih meningkatkan produk-produk.

### Daftar Pustaka

- Astuti, W. W. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Service Excellent Komputer Semarang. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–6.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulifindonesia – Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Gosal, P., Sepang, J. L., & Rate, P. V. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di Bank Bri Kampus Fisip Unsrat Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset ...*, 6(4), 3983–3992.
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I*, Vol.1(No.1), PP.40-54.
- Harish, I. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok). *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2(2), 30.
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric, E. (2020). Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 474–481. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i4.152>
- Imam, & Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler Phillip, K. L. (2012). *Marketing Management 14th edition*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- 
- 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.
- OLIVIA, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Proses Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Agus Jaya Tailor Di Kota Padang. *Sumatera, Jl Karang, Ulak Utara, Padang Syaputra, Riki*, 45, 6–7. <http://repo.bunghatta.ac.id/3293/3/36> ARIF MURANDA 1510017411019 BAB I.pdf
- Purwa, I. B. N. S., & Ardani, I. G. A. K. S. (2017). Peran Kepercayaan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 192. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p08>
- Sahanggamu et, A. (2015). Analisis Kualitas Layanan, Servicescape Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal EMBA, Vol.3 No.1*(1), 1084–1095. [file:///C:/Users/ASUS\\_ID/Downloads/7868-15538-1-SM.pdf](file:///C:/Users/ASUS_ID/Downloads/7868-15538-1-SM.pdf)
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (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.
- Subantoro, B., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh kualitas layanan, harga, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- 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.