
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada LPD Desa Adat Guwang

I Wayan Erwin⁽¹⁾

A. A. Ngurah Gede Sadiartha⁽²⁾

Putu Atim Purwaningrat⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

E-mail: wayanerwin11@gmail.com

ABSTRACT

Credit customer satisfaction is a perception of a customer that if his wishes are fulfilled properly or according to his will. To achieve customer satisfaction, it is necessary to have good service quality and a good corporate image. This study aims to determine the effect of service quality and corporate image on customer satisfaction. The research was conducted at the Guwang Traditional Village LPD, Sukawati, Gianyar. The number of samples used in this study amounted to 90 respondents taken by the Accidental 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 results of the study, it can be seen that service quality has a positive and significant partial effect on credit customer satisfaction at LPD Guwang Traditional Village. Corporate image has a partial positive and significant effect on credit customer satisfaction at the Guwang Traditional Village LPD. And service quality and corporate image simultaneously have a positive and significant effect on credit customer satisfaction at the Guwang Traditional Village LPD.

Keywords: *customer satisfaction; service quality; company image*

ABSTRAK

Kepuasan nasabah kredit adalah sebuah persepsi dari nasabah yang jika keinginannya terpenuhi dengan baik atau sesuai kemauannya. Untuk mencapai kepuasan nasabah maka diperlukan adanya kualitas pelayanan yang baik dan citra baik perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian dilakukan di LPD Desa Adat Guwang, Sukawati, Gianyar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 responden yang diambil dengan metode Accidental 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 sapat diketahui bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah kredit di LPD Desa Adat Guwang. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah kredit di LPD Desa Adat. Dan Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan kepuasan nasabah kredit di LPD Desa Adat Guwang.

Kata Kunci : *kepuasan nasabah; kualitas pelayanan; citra perusahaan*

Pendahuluan

Kepuasan nasabah kredit mempunyai peranan sangat penting bagi LPD, karna kepuasan nasabah kredit merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, untuk memenuhi sebuah kebutuhan dan keinginan pada nasabah maka, perlu kualitas pelayanan yang baik serta integritas kerjasama antara LPD dan nasabah agar nasabah lebih merasa puas terhadap LPD. Kualitas pelayanan pada LPD diperlukan sebagai upaya kepentingan kelengkapan perusahaan dimana, kualitas pelayanan yang kurang baik akan mengakibatkan banyak nasabah akan beralih dari LPD. Kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh nasabah dan kepuasan dari nasabah (Tidichumremporn *et al*, 2010).

Citra perusahaan (*corporate image*) adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Citra perusahaan yang melekat terhadap nasabah merupakan sebuah persepsi dari suatu perusahaan dalam benak nasabah yang terkait komitmen dan intensitas kepedulian dalam strategi berkomunikasi. Citra perusahaan yang semakin tinggi dalam benak nasabah maka dapat meningkatkan kepuasan. (Pradipta, 2012)

Khususnya di Bali terdapat lembaga keuangan milik desa yang merupakan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang melaksanakan kegiatan usaha dilingkungan desa dan untuk krama desa. LPD harus memiliki keunggulan kompetitif dalam melayani nasabah di desanya, karena adanya persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. LPD Desa Adat Guwang merupakan salah satu LPD yang ada di Kecamatan Sukawati yang menempati peringkat ketiga dengan jumlah laba sebesar Rp. 2.550.000.000 pada tahun 2017 di Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar.

Pada tahun 2017 sampai tahun 2021 nasabah kredit mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan adanya kekurangan dalam Citra LPD Desa Adat Guwang yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan terdapat keluhan yang disampaikan oleh beberapa nasabah kredit LPD Desa Adat Guwang, ketika nasabah mencoba mengajukan penangguhan pembayaran kredit namun informasi yang di dapatkan kurang membantu. Karyawan menunjukkan kurangnya empati, demikian pula pada saat pengajuan permohonan kredit karyawan LPD Desa Adat Guwang memprosesnya masih cukup lambat.

Menurut penelitian Hasil penelitian oleh Adi Satya (2022) Erwina (2016) , Muhammad Syahwi & Setyo Pantawis (2021), Lira Arlia (2019) dan Adi Satya (2022), dan lainnya menuunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit. Oleh karena itu, hipotesis berikut dapat dinyatakan:

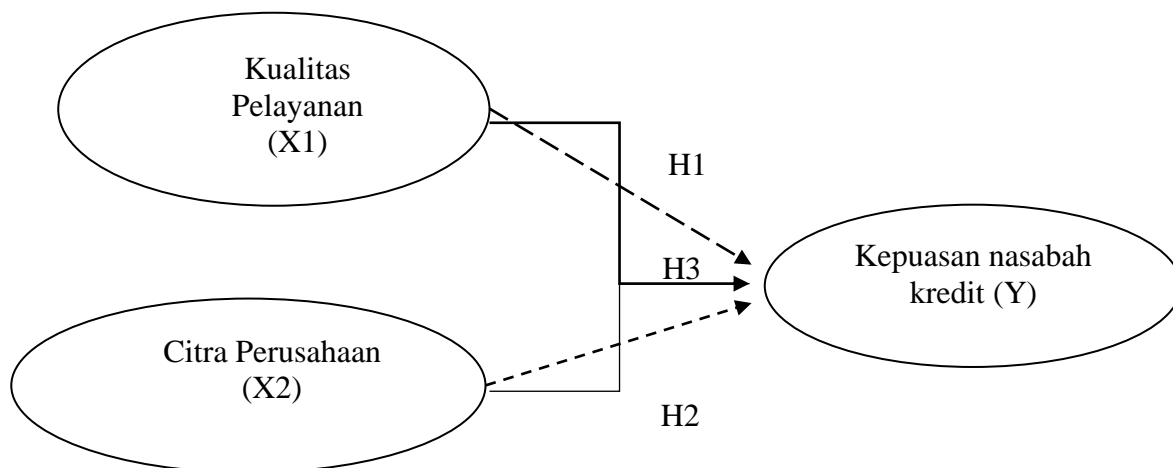
H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit LPD Desa Adat Guwang.

H2 : Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit LPD Desa Adat Guwang.

H3 : Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah kredit LPD Desa Adat Guwang.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di LPD Desa Adat Guwang, Sukawati, Gianyar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 responden yang merupakan nasabah kredit LPD Desa Adat Guwang yang diambil dengan metode Acidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan, dan kuisioner. 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. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hasil Penelitian dan pembahasan

Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variable penelitian ini yaitu pernyataan dari kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2) dan kepuasan nasabah kredit(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		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96340925
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.061
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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 ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.390	1.613			.862	.391		
Kualitas Pelayanan	.081	.040	.126		2.055	.043	.658	1.519
Citra Perusahaan	.811	.062	.806		13.133	.000	.658	1.519

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah kredit

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 multikolinieritas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	3.127	1.003			3.118	.002	
Kualitas Pelayanan	-.004	.025			-.019	-.144	.886
Citra Perusahaan	-.023	.038			-.078	-.591	.556

a. Dependent Variable: Abs_res

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

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.390	1.613		.862	.391
Kualitas Pelayanan	.081	.040	.126	2.055	.043
Citra Perusahaan	.811	.062	.806	13.133	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah kredit

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui persamaan regresinya menjadi:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,390 + 0,081X_1 + 0,811X_2 + e$$

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah KREDIT di LPD Desa Adat Guwang

Berdasarkan gambar di atas tampak jelas bahwa nilai $t_{hitung} = 2,055$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,987$ dan nilai signifikansi = 0,043 dengan nilai $\alpha = 0,05$, maka ternyata nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai sig lebih kecil dari α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 sehingga H_1 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas pelayanan (X_1) maka akan meningkatkan minat kepuasan nasabah kredit (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit (Y) teruji kebenarannya.

2. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah KREDIT di LPD Desa Adat Guwang

Berdasarkan gambar di atas tampak jelas bahwa nilai $t_{hitung} = 13,133$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,987$ 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 α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 sehingga H_2 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial citra perusahaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable

citra perusahaan (X2) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah kredit (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa citra perusahaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit (Y) teruji kebenarannya.

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

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2841.543	2	1420.771	158.150	.000 ^b
Residual	781.580	87	8.984		
Total	3623.122	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah kredit

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit di LPD Desa Adat Guwang

Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian diatas, ternyata dengan tingkat keyakinan diri 95%, kesalahan 5% dan derajat bebas pembilang 2 dan derajat penyebut 87, nilai F_{tabel} sebesar 3,10 dan nilai F_{hitung} sebesar 158,150 serta diperoleh nilai signifikansi = 0.000 dengan nilai $\alpha = 0,05$, sehingga jika dibandingkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 maka H_3 diterima. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah kredit (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kredit (Y) teruji kebenarannya.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.784	.779	2.99728

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah kredit

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,784. Hal ini berarti 78,4 % variasi variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen kualitas pelayanan (X1), citra perusahaan (X2). Sisanya (21,6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian seperti kepercayaan, nilai pelanggan dan *corporate social responsibility*(CSR).

Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah kredit di LPD Desa Adat Guwang (2). Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah kredit di LPD Desa Adat Guwang. (3) Kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan kepuasan nasabah kredit di LPD Desa Adat Guwang.

Oleh karena itu, saran terbaik yang dapat ditawarkan kepada perusahaan adalah LPD Desa Adat Guwang harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, memperbaiki system penetapan bunga, sehingga nasabah kredit akan semakin puas dalam bertransaksi, lebih meningkatkan citra baik perusahaan di mata masyarakat.

Daftar Pustaka

- Astuti, W. W. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan Mengenai Kualitas Pelayanan Service Excellent Komputer Semarang. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–6.
- Ayu, D. (2012). Pengaruh Citra Merek. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24.
- 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.
- Febriana, N. I. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric, E. (2020). Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 474–481. <https://doi.org/10.31842/jurnalnobis.v3i4.152>
- Imam, & Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Keller, K. dan. (2015). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- 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.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Oktaviani Satriyanti, E. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 2(2), 171. <https://doi.org/10.14414/jbb.v2i2.172>
- P. Ginting, B. S. D. G. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), 21–33.
- 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
- 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. (2018). *Metode Penelitian 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.