
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Lembaga Perkreditan Desa

Ni Kadek Ari Widarsini⁽¹⁾

⁽¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: kadekariwidarsini123@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of service quality and trust on customer loyalty at the Village Credit Institution (LPD) Mengening Traditional Village, Badung Regency in Badung Regency. The population in this study were all customers in the 2020 period, totaling 2162 people with a total sample of 96 respondents who were determined using the accidental sampling method. Data analysis techniques used in this study were validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. Based on the results of the study it can be seen that: (1) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. (2) trust has a positive and significant effect on customer loyalty. (3) Service quality and trust have a positive and significant effect on customer loyalty. Seeing the results of the research, the LPD in Mengening Traditional Village must improve transaction security for its customers. This can be done by inputting customer savings data using the system so that there are no more mistakes in writing customer fund nominal values on the savings book. This will make customers feel safe in transactions so that they will be loyal to saving at the LPD in the Mengening Traditional Village.

Keywords: *Service Quality; Trust; Customer Loyalty*

ABSTRAK

Penelitian kali ini dilakukan dengan tujuan mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung di Kabupaten Badung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada periode tahun 2020 yang berjumlah 2162 orang dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (3) Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Melihat hasil penelitian, LPD Desa Adat Mengening harus meningkatkan keamanan transaksi bagi nasabahnya hal ini bisa dilakukan dengan menginput data tabungan nasabah menggunakan sistem sehingga tidak lagi ada kekeliruan penulisan nominal dana nasabah pada buku tabungan. Hal ini akan membuat nasabah merasa aman dalam bertransaksi sehingga akan setia menabung pada LPD Desa Adat Mengening.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan; Kepercayaan; Loyalitas Nasabah*

Pendahuluan

LPD sangat berkontribusi bagi perekonomian pedesaan. Kemajuan perekonomian dapat dimulai dari desa yang nantinya jika sudah merata keadaan ekonomi di setiap desa maka otomatis berdampak pada keadaan ekonomi di kota dan akan mengalami kestabilan di segala bidang. LPD dapat berperan besar bagi kemajuan perekonomian desa, hal tersebut dapat dilihat dari seberapa besar peluang pasar bagi LPD untuk memajukan perekonomian masyarakat. Untuk itulah setidaknya setiap desa harus memiliki lembaga keuangan tersendiri, salah satunya LPD untuk menghimpun dananya. Lembaga keuangan merupakan suatu badan yang bergerak di bidang keuangan untuk menyediakan jasa bagi nasabah atau masyarakat. Lembaga keuangan memiliki fungsi utama yaitu sebagai lembaga yang dapat menghimpun dana nasabah atau masyarakat ataupun sebagai lembaga yang menyalurkan dana pinjaman untuk nasabah untuk masyarakat (Piadnyan, dkk., 2020). LPD diharapkan mampu memberikan pelayanan serta membangun kepercayaan nasabah untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Salah satu LPD yang ada di Provinsi Bali yaitu LPD Desa Adat Mengening yang ada di Kabupaten Badung.

Kabupaten Badung merupakan kabupaten dengan daerah yang memiliki destinasi wisata yang paling tinggi dengan kabupaten lain di Bali, dengan kabupaten yang hamper seluruhnya mengandung destinasi wisata maka kabupaten Badung memiliki pendapatan terbesar di Bali, tak heran jika saat ini seluruh desa di wilayahnya memiliki LPD. Salah satu LPD yang ada di Kabupaten Badung adalah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening. LPD Desa Adat Mengening sebagai lembaga intermediasi yaitu lembaga yang menarik dana dari masyarakat dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit, berusaha memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya terhadap nasabah kredit dan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung, Kabupaten Badung sejak awal berdiri telah melakukan upaya dalam membangun kualitas pelayanan, dan kepercayaan yaitu perusahaan memberikan sumbangan saat ada acara keagamaan di pura, memberikan hadiah pada nasabah dan memberikan bunga kredit yang rendah. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung memiliki fasilitas yang memadai didalam memberikan pelayanan kepada nasabah, dimana nantinya diharapkan nasabah merasa nyaman dan aman dalam menggunakan jasa pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung . Adapun jumlah nasabah penabung, deposito dan kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Nasabah LPD Desa Adat Mengening

Jenis Tabungan	Jumlah Nasabah (Orang)		
	2020	2021	2022
Kredit	464	440	415
Tabungan sukarela	1281	1342	1300
Tabungan simayun	228	214	182
Deposito	282	268	265
Total	2255	2264	2162

*Sumber: Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung
Kabupaten Badung (2022)*

Data pada tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah kredit sebanyak 464 nasabah, nasabah tabungan sukarela sebanyak 1281 nasabah, tabungan simayun sebanyak 228 nasabah dan deposito sebanyak 282 nasabah jadi total jumlah nasabah di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung sebanyak 2255 orang pada tahun 2020, dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2021 menjadi 2264 nasabah, namun pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 2162 nasabah.

Berdasarkan pemaparan tersebut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi berkurangnya loyalitas nasabah, walaupun memiliki jumlah nasabah yang banyak, namun masih terdapat beberapa keluhan sehingga mengurangi niat nasabah untuk menggunakan kembali jasa pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung. Berdasarkan wawancara dengan beberapa nasabah bahwa menurunnya loyalitas nasabah disebabkan karena kualitas pelayanan yang diberikan LPD masih belum maksimal serta masyarakat mendengar berita bahwa LPD Desa Mengening mengalami kebangkrutan, oleh karena itu pada tahun 2020 LPD Desa Mengening mengalami penurunan nasabah karena masyarakat mulai takut dan tidak percaya terhadap LPD Desa Adat Mengening Kabupaten Badung padahal informasi yang diterima masyarakat tersebut tidak benar atau bisa disebut berita *hoax*.

Era globalisasi ini, persaingan bisnis di bidang Lembaga keuangan semakin ketat. Kondisi persaingan yang kompetitif ini, membuat perusahaan baik secara makro maupun mikro mulai menyadari betapa pentingnya menciptakan loyalitas kepada nasabah demi mempertahankan eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui

program pengembangan kualitas pelayanan. Loyalitas atau kesetiaan pelanggan mencerminkan niatan berperilaku (*intended behavior*) berkenaan dengan suatu barang atau jasa. Niatan berperilaku disini mencakup kemungkinan pembelian mendatang atau pembaharuan kontrak jasa atau sebaliknya, juga seberapa mungkin pelanggan akan beralih ke penyedia layanan atau merk lainnya. Pelanggan yang loyal atau setia adalah orang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, serta memberikan informasi yang positif kepada pihak potensial lain dari mulut ke mulut (Sawitri *et al.* (2013)). Wendha *et al.* (2013) mengemukakan bahwa agar pelanggan tetap loyal, maka perusahaan harus meyakinkan pelanggannya bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan barang atau jasa yang bernilai secara terus menerus.

Pengertian tentang konsumen yang loyal menurut Griffin dalam Erawati (2020) adalah "A loyal customer is one who makes regular repeat purchases, purchase across product lines, refers others and demonstrates on immunity to the pull of the competition". Hal ini berarti konsumen yang loyal adalah konsumen yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian atau menggunakan produk/jasa secara berulang pada badan usaha yang sama, membeli atau menggunakan lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat pelanggan dari badan usaha tersebut dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing. Loyalitas telah diakui sebagai faktor dominan yang mempengaruhi keberhasilan bisnis saat ini, karena loyalitas konsumen (*customer loyalty*) telah menjadi tujuan strategis yang paling penting dari perusahaan dalam kurun waktu belakangan ini. Dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, nasabah yang loyal dapat meningkatkan keuntungan bank, karena keuntungan pokok perbankan adalah dari selisih bunga simpanan nasabah dengan bunga kredit atau pinjaman dari nasabah (Kasmir, 2017:136). Persaingan bisnis yang dimasukkan dalam kategori keuangan LPD (Lembaga perkreditan desa) Desa Adat Mengening harus terus update dalam loyalitas dengan konsumen sehingga tujuan dari bisnis keuangan terus berkembang dan memajukan Desa Adat Mengening.

Menurut Berry (dalam Sudirman, dkk., 2020), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas nasabah cenderung lebih dekat dengan perilaku (*behavior*) bukan sikap (*attitude*). Dengan demikian jika seorang nasabah telah membeli dua atau tiga kali produk yang sama maka otomatis telah dimasukkan sebagai nasabah yang loyal. Loyalitas nasabah bisa dipengaruhi oleh dua faktor yang pertama melalui kualitas pelayanan yang diterima saat bertransaksi dan kedua melalui kepercayaan nasabah terhadap barang atau jasa yang dibeli.

Kualitas pelayanan memiliki kaitan yang sangat erat dengan loyalitas nasabah. Persepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau buruknya tergantung dengan kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa khususnya jasa dibidang keuangan, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka nasabah akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan menimbulkan dampak negatif lainnya pada perusahaan. Kepuasan pada nasabah dapat diukur melalui perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari nasabah saat menerima pelayanan yang baik dan produk berkualitas dari perusahaan. Dengan adanya masalah tersebut diduga mengakibatkan penurunan tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan nasabah terhadap Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung Kabupaten Badung.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung Kabupaten Badung, ada nasabah yang mengeluh karena banyaknya antrian nasabah dan kurangnya rasa perhatian dari pihak bank, selain itu juga masih rendahnya kemampuan karyawan dalam melakukan hubungan komunikasi dengan nasabah. Ketika nasabah melakukan complain tidak semua karyawan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung Kabupaten Badung mampu memberikan pelayanan sehingga banyak complain dari nasabah tidak ditangani dengan maksimal. Hal ini membuat nasabah merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung Kabupaten Badung belum terlalu baik sehingga berdampak pada penurunan loyalitas nasabah.

Menurut Fandy Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan dan kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terejadi transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikan secara berlainan tetapi dari beberapa definsi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya berbeda. LPD (kembaga perkreditan desa) di Desa Adat Mengening harus ekstra dalam hal kualitas pelayanan prima kekonsumen, Apalagi dalam kurun waktu terakhir terdapat penurunan kepercayaan dalam hal pelayanan. Pelayanan prima berarti pelayanan terbaik yang diberikan oleh seorang karyawan

kepada pelanggan, pelayanan ini melebihi standar pelayanan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian oleh F.v.Wemben., dkk., (2020), yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga diperkuat oleh Evani Khoirunnisa (2017), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Nasabah. Penelitian lain yang mendukung yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lexzy Primantari (2018), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsive, Assurance, dan Empathy* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung. Namun hasil penelitian berbeda ditemukan oleh Triana, dkk., dimana dijelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Selain itu kategori kedua adalah kepercayaan nasabah, kepercayaan nasabah adalah keyakinan satu pihak pada integritas pihak lain dan tindakan yang kepentingan paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang sangat dipercaya. Adapun nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung menurun karena adanya isu kebangkrutan dari Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung tersebut maka para nasabah menjadi kurang percaya dengan kinerja dari Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung. Isu yang beredar menyebabkan kredibilitas LPD menjadi menurun. Hal ini mengacu pada prestasi, kinerja, keberhasilan menjadikan segalanya yang benar terlaksana. Jika tidak berhasil melaksanakan apa yang diekspektasikan, maka kredibilitas akan berkurang, namun jika sebaliknya, reputasi positif akan didapatkan. Kepercayaan nasabah juga menurun diakibatkan dari kualitas pelayanan yang diberikan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung juga kurang bagus, dengan kurangnya kualitas kerja karyawan kolektor dalam menyetorkan dana nasabah, dimana banyak nasabah yang menarik tabungan dan depositonya.

Kepercayaan nasabah adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Donni Juni (2017:116)). Menurut Suprpto & Azizi (2020) kepercayaan merupakan situasi dimana pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan pada keyakinan, bahwa setiap orang yang dipercayai memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Pavlo (dalam Donni Juni, 2017:116), kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai

dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Evani Khoirunnisa (2017), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga diperkuat oleh STIE Eka Prasetya (2020), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain yang mendukung yaitu penelitian yang dilakukan oleh Denis Lapasiang (2017), yang menyatakan bahwa secara parsial Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erwin dan Sitinjak (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang diatas, maka sangat relevan peneliti menjadikan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung di Kabupaten Badung”**.

Menurut Kotler (2009:128) Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan dan kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terejadi transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransista Viana Wemben (2020), Lexzy Primantari (2018), Taufiq Risal (2019). Penelitian ini juga diperkuat oleh STIE Eka Prasetya (2020) dan Yelli Trisusanti (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dari penjelasan diatas adalah :

H₁ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung

Menurut Maharani (2010) Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada *reliabilitas, durabilitas, dan integritas* pihak lain dalam *relationship* dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang

dipercaya. Sedangkan menurut Pavlo (dalam Donni Juni, 2017:116), Kepercayaan merupakan penilalain hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Sedangkan menurut Pavlo (dalam Donni Juni, 2017:116), Kepercayaan merupakan penilalain hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa Evani (2017), Denis Lapasiang (2017), Franasista Viana Wemben (2020). Penelitian ini juga diperkuat oleh STIE Eka Prasetya (2020) dan Yelli Trisusanti (2017) yang menyatakan bahwa secara parsial Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

H₂: Diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung .

Menurut Berry (dalam Sudirman, dkk., 2020), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas nasabah menurut Jill Griffin (dalam Hermawan, 2007:134), loyalitas nasabah cenderung lebih dekat dengan perilaku (*behavior*) bukan sikap (*attitude*). Dengan demikian jika seorang nasabah telah membeli dua atau tiga kali produk yang sama maka otomatis telah dimasukkan sebagai nasabah yang loyal.

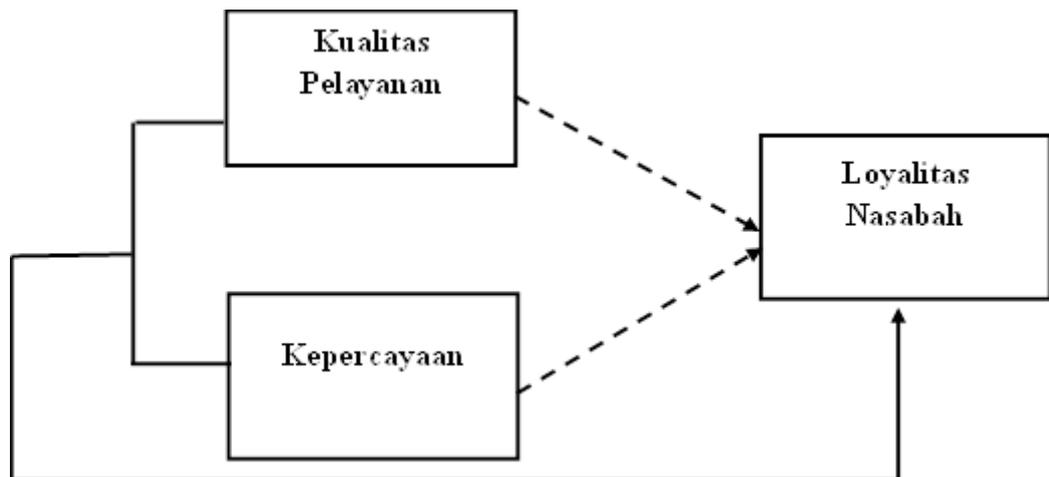
Loyalitas nasabah adalah kesetiaan pihak yang menggunakan produk atau jasa baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa secara berulang-ulang dan dengan suka rela merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya. Indikatornya adalah adanya pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan merekomendasikan pada orang lain.

Kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan yang baik akan dapat membuat nasabah semakin loyal. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh STIE Eka Prasetya (2020), Yelli Trisusanti (2017), Khoirunnisa Evani (2017). Penelitian ini juga diperkuat oleh Denis Lapasiang (2017), dan Franasista Viana Wemben (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah memiliki pengaruh dilihat dari hasil uji analisis linier berganda, dan uji *f/* simultan.

H₃ : Diduga kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung .

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini jenis hubungannya adalah hubungan linier karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung. Dalam pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan suatu cara bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian baik dan sistematis sehingga penulis akan dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya. Lokasi penelitian ini adalah Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Desa Adat Mengening, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Dipilihnya Desa Adat Mengening. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Penulis (2022)

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah pada periode tahun 2020 yang berjumlah 2162 orang. Besarnya jumlah sampel yang didapat ialah 95.58 dibulatkan menjadi 96 orang. Identifikasi bertujuan untuk memilih variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung Data dalam penelitian ini didapatkan melalui proses penyebaran kuisioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil telaah instrumen penelitian disimpulkan bahwa data penelitian ini valid sebab hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari 0,30. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa

alpha lebih besar dari 0,60, sehingga data dianggap reliabel. Hasil uji hipotesis klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200. Hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa data bebas dari bias pengamatan yang dapat mempengaruhi hasil dimana data tersebut dianggap layak untuk diteliti. .

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.493	.535		2.791	.006
	Kualitas Pelayanan	.716	.075	.743	9.515	.000
	Kepercayaan	.226	.080	.221	2.828	.006

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah 2023

$$\text{Persamaan regresi penelitian ini adalah : } Y = 1,493 + 0,716X_1 + 0,226X_2 + e$$

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 9,515$ lebih besar dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,661$ dan nilai sig 0.000 lebih kecil bila di bandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan 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 terhadap loyalitas nasabah (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas pelayanan (X_1) maka akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y). Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan dan kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terejadi transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan STIE Eka Prasetya (2020) dan Yelli Trisusanti (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2,828$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,661$ dan nilai sig 0.006 bila di bandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, maka ternyata nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai sig lebih kecil dari nilai α , sehingga berada pada daerah penolakan

H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kepercayaan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kepercayaan (X_2) maka akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y). Kepuasan nasabah adalah berhubungan dengan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan nasabah ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh nasabah selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan STIE Eka Prasetya (2020) dan Yelli Trisusanti (2017) yang menyatakan bahwa secara parsial Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.947 ^a	.896	.894	1.02734	

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,894. hal ini berarti 89,4% variasi variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan. Sedangkan sisanya (100% - 89,4% = 10,6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	849.179	2	424.590	402.295	.000 ^b
	Residual	98.154	93	1.055		
	Total	947.333	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

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

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh simultan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,09 dan nilai F_{hitung} sebesar 402,295, sehingga jika dibandingkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka H_3 diterima. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis

yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah adalah kesetiaan pihak yang menggunakan produk atau jasa baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa secara berulang-ulang dan dengan suka rela merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya. Indikatornya adalah adanya pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan merekomendasikan pada orang lain. Kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan yang baik akan dapat membuat nasabah semakin loyal. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Denis Lapasiang (2017), dan Fransista Viana Wemben (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah memiliki pengaruh.

Simpulan

Dari hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Melihat hasil penelitian, LPD Desa Adat Mengening harus meningkatkan keamanan transaksi bagi nasabahnya hal ini bisa dilakukan dengan menginput data tabungan nasabah menggunakan sistem sehingga tidak lagi ada kekeliruan penulisan nominal dana nasabah pada buku tabungan. Hal ini akan membuat nasabah merasa aman dalam bertransaksi sehingga akan setia menabung pada LPD Desa Adat Mengening. Melihat hasil penelitian, LPD Desa Adat Mengening kedepannya harus memberikan informasi terperinci ketika melakukan promosi kepada nasabah. Pastikan informasi yang disampaikan jelas seperti berapa jumlah bunga kredit, bunga tabungan maupun bunga deposito yang bisa diterima nasabah. Hal ini akan menghindari adanya miss komunikasi antara pihak LPD dengan nasabah sehingga tingkat kepercayaan nasabah terhadap LPD semakin meningkat. Melihat hasil penelitian, LPD Desa Adat Mengening kedepannya harus mengevaluasi berbagai produk baru yang diluncurkan. Pastikan semua produk yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga para nasabah mau untuk menggunakan produk tersebut.

Daftar Pustaka

- Ari widarsini: Evani Khoirunnisa. 2017. Pengaruh Penggunaan E-Banking, Kepercayaan (TRUST), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.
- Afifah, Azka Al. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang). Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah.

-
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. (2016). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda*. Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Indonesia.
- Dharma, Robby. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. Vol. 6. No. 2.
- Djaja, Sutrisno. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Jember. ISSN. 1907-9990. Vol. 12, No. 1.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Franasista Viana Wemben, Lisbeth Mananeke, dan Ferdy Roring. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian UPC Tanjung Batu.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harumi, Sasha Dwi. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. Jurnal Analitika Universitas Medan. ISSN. 2502-4590. Vol.8. No.2.
- Irnantha, Aris. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey : Pearson Education.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing, Edisi 15*. New Jersey : Pearson Education.
- Leninkumar, Vithya. 2017. The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. ISSN. 2222- 6990. Vol. 7, No.4.
- Mahayasa, I. G. A., & Martayanti, N. M. P. (2020). Analysis Of The Influence Of Member's Commitment And Satisfaction On Loyalty Of Cooperative Members. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 48-55.
- Nurdini, Shelly. 2019. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (survei pada salon Strawberry Jl. Sudirman No. 629 Bandung). *Jurnal Prodi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Universitas Islam Bandung*. ISSN. 2460-6545. Vol 5, No 2.
- Nuridin. 2018. Effect Of Service Quality And Quality Of Products To Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variable In PT. Nano Coating Indonesia. *International Journal Of Business And Applied Social Science*. ISSN. 2469-6501. Vol. 4.
- Pohan, Fanny Suzuda. 2018. Kualitas situs web, Kepercayaan, dan Loyalitas Konsumen Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. ISSN 2655-237X. Vol 2, No 1.
- Pramana, I.G.Y. dan N.M. Rastini. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. ISSN.2302-8912. No. 01. Vol.02. 2-5.
- Rafiah, Kurnia Khafidhatur. 2019. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *E-Journal Universitas Padjajaran*. E- ISSN: 2528-2948. Vol. 5, No.1.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trisusanti, Yelly. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*. Vol. 4. No. 2.