

Membangun Kepuasan Dengan Meningkatkan Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan

I Kadek Krisna Dwipayana ⁽¹⁾

Ida Ayu Sasmita Dewi ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail : krisnadwipayana56.kd@gmail.com

ABSTRACT

Village precredit institutions in each village in Bali are the financial institutions closest to the community. Village financial institutions will greatly assist the community in overcoming financial problems more easily. The goal that is expected to be achieved in this study is to find out an increase in satisfaction by improving service quality, corporate image, and trust in the LPD Desa Pakraman Ketewel. The population is known to be 13,282 active customers until 2021 and the number of samples determined by calculating the slovin formula is 100 people. Data testing was carried out using multiple linear regression analysis methods. The results obtained from the test show that partially or simultaneously, service quality, corporate image, and trust show a positive and also significant influence on increasing customer satisfaction. Advice that can be given from the research results found is to continue to improve service quality, corporate image, and trust so that customers are increasingly satisfied using LPD financial products.

Keywords: *Customer Satisfaction; Service quality; Corporate Image; Trust*

ABSTRAK

Lembaga prekreditasi desa yang ada di masing-masing desa di Bali menjadi lembaga keuangan paling dekat dengan masyarakat. Lembaga keuangan desa akan sangat membantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan keuangan dengan lebih mudah. Tujuan yang diharapkan dapat dicapai pada penelitian ini adalah mengetahui peningkatan kepuasan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan di LPD Desa Pakraman Ketewel. Populasi diketahui berjumlah sebanyak 13.282 orang nasabah aktif hingga tahun 2021 serta jumlah sampel yang ditetapkan melalui perhitungan rumus slovin yaitu sebanyak 100 orang. Pengujian data dilakukan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dari pengujian menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan menunjukkan pengaruh yang positif dan juga signifikan pada peningkatan kepuasan yang dirasakan nasabah. Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian yang ditemukan yaitu terus meningkatkan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan agar nasabah semakin puas menggunakan produk keuangan LPD.

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

Pendahuluan

Perkonomian desa di Bali menjadi hal penting untuk selalu diperhatikan dan ditingkatkan oleh pemerintah setempat yang berwenang (Aswati *et al.*, 2022). Desa yang tidak dikelola dengan baik tidak akan memberikan pengaruh ekonomi yang signifikan kepada masyarakat yang ada di sana (Salsabilah *et al.*, 2021). dalam sektor keuangan, setiap desa di Bali memiliki lembaga keuangan yaitu lembaga perkreditan desa (LPD) yang ada di

setiap desa (Mahaputra & Susanti, 2023). Lembaga keuangan ini menjadi lembaga paling dekat dengan masyarakat desa yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk terus meningkatkan perekonomian masyarakat desa terkait (Mujahid, 2018). LPD memegang peranan penting dalam memberikan jasa keuangan bagi masyarakat desa yang memerlukan bantuan sehingga mendapat akses yang lebih mudah dan cepat (Wati *et al.*, 2023). Nasabah harus dibuat puas agar LPD dapat terus berkembang dan memberikan produk terbaiknya bagi masyarakat desa setempat (Partha, 2022).

Kepuasan nasabah akan mendukung LPD untuk dapat terus menyediakan layanan-layanan keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat (Kusuma *et al.*, 2023). Kepuasan nasabah adalah rasa senang yang dimiliki oleh nasabah setelah harapannya mampu terpenuhi dalam menggunakan produk-produk keuangan yang disediakan (Wemben *et al.*, 2020). Kepuasan nasabah menjadi salah satu kunci sukses untuk dapat membuat lembaga menjadi lebih besar dan berhasil mencapai tujuan-tujuannya (Purnama & Hidayah, 2019). Nasabah yang puas akan memberikan dampak yang sangat baik bagi lembaga dan membawakan berbagai keuntungan sehingga perlu untuk terus ditingkatkan (Malian, 2021). Nasabah yang merasa kecewa akan membuatnya memilih menggunakan produk keuangan dari lembaga lain yang dapat memenuhi harapannya dengan lebih baik yang akan mengurangi keuntungan lembaga sebagai penyedia yang paling dekat dengan masyarakat (Buddy *et al.*, 2019).

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap nasabah yang ada akan mempengaruhi kepuasan dari nasabah tersebut (Hafidz & Muslimah, 2023). Kualitas pelayanan adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk memberikan afirmasi positif untuk mendukung produk-produk yang ditawarkan (Massora & Widyanti, 2021). Pelayanan yang berkualitas dapat membuat nasabah menjadi lebih puas dalam menggunakan jasa lembaga untuk mengelola keuangannya (Syahwi & Pantawis, 2021). Tingkat kepuasan akan lebih meningkat apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah lebih baik dan berkualitas sehingga mampu melampaui harapannya (Nugroho & Subagja, 2018). Pelayanan memegang peran yang penting untuk mendukung nasabah menjadi lebih puas dan terus menggunakan produk lembaga (Susanto & Subagja, 2019). Pelayanan akan dirasakan langsung oleh nasabah dan langsung dapat dinilai oleh nasabah sehingga harus sangat berhati-hati dalam memberikan pelayanan sehingga hasilnya lebih maksimal (Atmanegara *et al.*, 2019).

Citra perusahaan juga akan menjadi faktor penting dalam mendukung meningkatnya kepuasan yang dirasakan oleh nasabah (Cavalera & Soliha, 2019). Citra perusahaan adalah gambaran yang dimiliki oleh nasabah terhadap suatu lembaga yang mempermudah

mengingat lembaga tersebut (Rizalfalal *et al.*, 2020). Citra lembaga harus dibangun dengan baik agar persepsi nasabah selalu dalam keadaan baik dan mampu membuatnya puas menggunakan produk lembaga (Putri *et al.*, 2021). Lembaga yang memiliki citra yang baik di kalangan nasabah akan lebih diminati untuk digunakan produknya (Naufal & Sitohang, 2018). Citra lembaga akan membuat nasabah menjadi lebih puas karena harapannya selama menggunakan produk dapat terpenuhi dengan baik (Mada *et al.*, 2022). Citra lembaga yang diketahui oleh nasabah akan dibandingkan dengan kinerja aktual selama nasabah menggunakan produk yang tersedia, sehingga menjadi penting untuk selalu membangun citra lembaga yang baik dimata nasabah (Almassawa, 2018).

Kepercayaan nasabah juga akan menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah dalam menggunakan produk lembaga (Mujahid, 2018). Kepercayaan adalah keyakinan yang dimiliki oleh nasabah untuk menggunakan produk-produk yang disediakan lembaga (Pambudi & Soliha, 2021). Nasabah akan menjadi lebih yakin dan puas dalam menggunakan produk perusahaan karena adanya kepercayaan yang dimiliki nasabah bahwa harapannya akan terpenuhi (Lutfiyani & Soliha, 2019). Lembaga harus dapat meyakinkan nasabah agar menjadi percaya dalam menggunakan produk yang disediakan sehingga akan memaksimalkan kepuasannya (Malian, 2021). Rasa puas ini akan mendukung nasabah untuk terus menggunakan produk lembaga dan hal ini merupakan keuntungan yang besar bagi lembaga karena nasabahnya menjadi setia (Syahwi & Pantawis, 2021). Kepercayaan tidak dibangun dengan singkat sehingga lembaga harus dengan hati-hati menjaga kepercayaan yang diberikan nasabah agar tidak timbul kekecewaan dan mengakibatkan rasa tidak puas (Susanto & Subagja, 2019). Ketidakpuasan dapat menjadi bumerang yang merugikan dan menghambat lembaga untuk terus meningkatkan layanannya dalam upaya mencapai tujuan (Putri *et al.*, 2021).

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Ketewel adalah salah satu lembaga keuangan desa memberikan pelayanan kepada nasabah yang menyediakan jasa simpanan dan pinjaman hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan pinjaman (kredit). Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang akan bertransaksi LPD Desa Pakraman Ketewel menyediakan nomor antrian, tujuan diberikan nomor antrian kepada nasabah adalah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, tidak ada selisih paham dengan nasabah yang lainnya. Nasabah yang datang ke LPD Desa Pakraman selalu mendapatkan perhatian dan pelayanan khusus sehingga nasabah nyaman bertransaksi di LPD Desa Pakraman Ketewel. Permasalahan yang dihadapi oleh LPD Desa Pakraman Ketewel adalah penurunan jumlah kepuasan nasabah yang salah satunya diindikasikan

dengan fluktuasinya jumlah nasabah tabungan, kredit dan deposito. Setelah melakukan pra survey kepada beberapa nasabah juga diketahui bahwa terdapat berbagai masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra Perusahaan, kepercayaan sehingga kepuasan dari setiap nasabah menjadi semakin menurun. Masalah-masalah ini membuat penurunan pada nasabah yang menggunakan jasa LPD sehingga harus terus ditingkatkan agar tidak menjadi semakin buruk kedepannya. Keluhan nasabah menjadi pendorong penting bagi LPD untuk melakukan perbaikan sehingga kepuasannya dapat terus ditingkatkan.

Kepuasan dari setiap nasabah yang menggunakan jasa keuangan lembaga akan sangat menentukan laju perkembangan usaha (Salsabilah *et al.*, 2021). Lembaga harus selalu memastikan nasabahnya merasa puas dengan setiap pelayanan yang diberikan maupun faktor lain yang mendukungnya (Massora & Widyanti, 2021). Membangun kepuasan nasabah akan memberikan banyak keuntungan bagi keberlangsungan lembaga untuk terus dapat menyediakan jasa keuangan kepada setiap nasabahnya (Rizalfalal *et al.*, 2020). Tujuan yang diharapkan dapat dicapai pada penelitian ini adalah mengetahui peningkatan kepuasan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan di LPD Desa Pakraman Ketewel.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan sangat menentukan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan lembaga (Hafidz & Muslimah, 2023). Nasabah akan menjadi lebih puas jika diberikan pelayanan yang berkualitas dan mampu memenuhi kebutuhannya terkait pelayanan jasa keuangan (Nugroho & Subagja, 2018). Susanto & Subagja (2019), Purnama & Hidayah (2019), serta Atmanegara *et al.*, (2019) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis penelitian yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Diduga bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Ketewel.

Citra lembaga juga akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan produk keuangan yang ditawarkan (Lutfiyani & Soliha, 2019). Lembaga harus membangun citra yang baik agar konsumen lebih percaya untuk menggunakan produk yang ditawarkan dan menjadi lebih puas (Wati *et al.*, 2023). Almassawa (2018), Rizalfalal *et al.*, (2020), serta Cavallera & Soliha (2019) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa citra perusahaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis penelitian yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Diduga bahwa citra perusahaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Ketewel.

Nasabah yang percaya dengan penyedia produk keuangan akan memiliki kepuasan yang baik dibandingkan dengan yang lainnya (Mahaputra & Susanti, 2023). Kepercayaan konsumen pada penyedia jasa keuangan akan membuatnya semakin yakin untuk menggunakan produk dan menjadi lebih puas dalam menggunakannya (Pambudi & Soliha, 2021). Massora & Widyanti (2021), Partha (2022), serta Nugroho & Subagja (2018) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis penelitian yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Diduga bahwa kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Ketewel.

Kepuasan nasabah membuat berbagai dampak positif yang dapat diterima oleh lembaga keuangan (Aswati *et al.*, 2022). Sangat penting untuk terus meningkatkan kepuasan nasabah agar menjadi lembaga yang lebih besar kedepannya (Salsabilah *et al.*, 2021). Purnama & Hidayah (2019), Wemben *et al.*, (2020), serta Mada *et al.*, (2022) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis penelitian yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah:

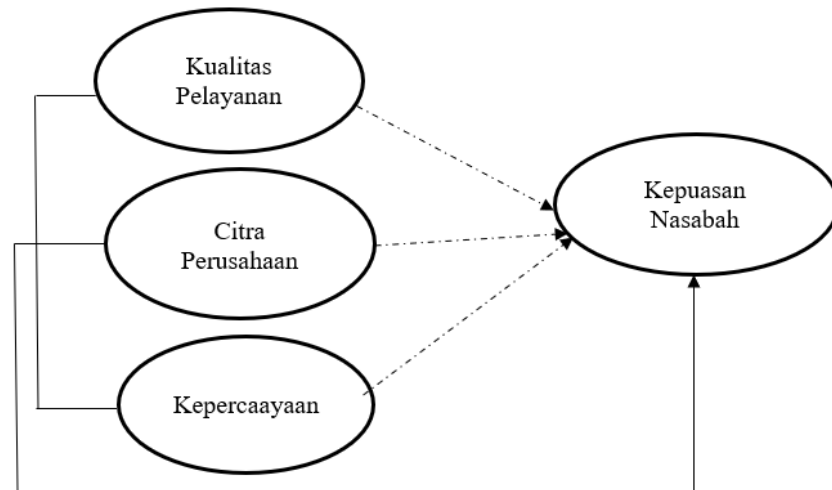
H₄ : Diduga bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Ketewel.

Metode Penelitian

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai pada penelitian ini adalah mengetahui peningkatan kepuasan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan di LPD Desa Pakraman Ketewel. Alasan dilakukannya penelitian di lokasi ini karena terjadi penurunan jumlah nasabah, peneliti ingin melihat kondisi yang terjadi pada perusahaan dilihat dari fenomena yang terjadi dilapangan dan alasan lainnya di lokasi yang cukup strategis. Populasi diketahui berjumlah sebanyak 13.282 orang nasabah aktif hingga tahun 2021 serta jumlah sampel yang ditetapkan melalui perhitungan rumus slovin yaitu sebanyak 100 orang. Data penelitian diperoleh dan dikumpulkan dengan mewawancarai responden serta memberikan item pernyataan yang berupa kuesioner dan berisikan pernyataan-pernyataan yang dapat diberikan skor oleh responden mulai dari 1 (sangat tidak

setuju) – 5 (sangat setuju). Data yang diperoleh dari pengumpulan sebelumnya akan ditabulasikan dan dilakukan pengujian data dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Purnama & Hidayah (2019), Wemben *et al.*, (2020), serta Mada *et al.*, (2022)

Karakteristik responden penelitian ini adalah dilihat dari jenis kelamin responden diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara responden laki-laki dan responden perempuan disebabkan karena LPD Desa Pakraman Ketewel merupakan lembaga keuangan yang melayani nasabah laki-laki dan perempuan tanpa menetapkan target nasabah berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan usia maka dapat diketahui responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 36 – 45 disebabkan karena responden pada rentang usia tersebut umumnya telah bekerja dan memiliki penghasilan, serta telah berkeluarga sehingga memiliki dana untuk ditabung dan juga memiliki sumber pengembalian untuk mencari pinjaman kredit. Berdasarkan pekerjaan responden penelitian ini didominasi oleh nasabah yang berkerja sebagai wiraswasta disebabkan karena banyak warga yang berwiraswasta seperti pedagang pasar dan pelaku UKM lainnya. Dilihat dari pendidikan yang dimiliki oleh responden diketahui bahwa didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat sebanyak 20 orang atau 57,14 persen yang disebabkan karena syarat untuk bekerja di LPD Desa Pakraman Ketewel adalah minimal SMA/ sederajat.

Dilihat dari Tabel 1 berikut ini dikethaui bahwa hasil uji instrumen penelitian menunjukkan pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi syarat validitas karena nilai

koefisien korelasinya lebih tinggi dari 0,30 dan dengan nilai dari *cronbach's alpha* yang lebih tinggi dari 0,60 instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitasnya.

Tabel 1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

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

Sumber : data diolah (2023)

Melihat hasil jawaban responden pada Tabel 2, memberikan informasi bahwa variabel kepuasan nasabah mendapatkan nilai rata-rata untuk keseluruhan pernyataannya sebesar 3,78 dengan kategori baik, skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Bertransaksi di LPD Desa Pakraman Ketewel prosesnya sangat cepat dan mudah” sebesar 3,90 dengan kategori baik dan ini disebabkan karena kantor LPD Desa Pakraman Ketewel yang tidak senantiasa ramai sehingga nasabah tidak perlu mengantri lama, sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan “Bunga pinjaman kredit yang ditawarkan oleh LPD Desa Pakraman Ketewel cukup kecil sehingga nasabah merasa puas” sebesar 3,64 dengan kategori baik. Hal ini disebabkan karena responden merasa bunga kredit yang ditawarkan LPD Desa Pakraman Ketewel bisa dikatakan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Melihat hasil jawaban responden pada Tabel 3, variabel kualitas mendapatkan nilai rata-rata untuk keseluruhan pernyataannya sebesar 3,58 dengan kategori baik, skor terendah yaitu pada pernyataan “LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki pelayanan administrasi cepat dan tepat” sebesar 3,37 dengan kategori cukup dan ini disebabkan karena responden menganggap LPD Desa Pakraman masih kurang cepat dalam melayani nasabah terutama terkait dengan masalah administrasi karena banyak yang masih dilakukan dengan cara manual, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel memberikan pengertian dan toleransi terhadap para nasabah apabila terjadi masalah” sebesar 3,88 dengan kategori baik yang disebabkan karena responden merasa pihak LPD Pakraman Ketewel memiliki kebijakan toleransi pada nasabah yang mengalami masalah untuk menyelesaikan masalahnya seperti kredit macet.

Tabel 2 Skor Penilaian Variabel Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
Bunga pinjaman kredit yang ditawarkan oleh LPD Desa Pakraman Ketewel cukup kecil sehingga nasabah merasa puas	0	10	37	32	21	364	3,64	Baik
<i>Reward</i> yang diperoleh nasabah yang menjadi anggota di LPD Desa Pakraman Ketewel sangat menguntungkan nasabah sehingga nasabah merasa senang	0	10	32	32	26	374	3,74	Baik
Fasilitas yang ditawarkan LPD Desa Pakraman Ketewel sesuai dengan yang diharapkan	0	12	32	35	21	365	3,65	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel sangat ramah dalam melayani nasabah	0	0	35	40	25	390	3,90	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel sangat cepat dalam melayani nasabahnya	0	10	28	38	24	376	3,76	Baik
Bertransaksi di LPD Desa Pakraman Ketewel prosesnya sangat cepat dan mudah	0	0	30	39	31	401	4,01	Baik
Total	0	84	582	864	740	2270	3,78	Baik

Sumber : data diolah (2023)

Tabel 3 Skor Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
Fasilitas fisik yang dimiliki LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki kualitas yang baik (gedung, ruang tunggu, toilet, dll)	0	15	32	40	13	351	3,51	Baik
Pelayanan yang ditawarkan oleh LPD Desa Pakraman Ketewel sangat baik	0	18	33	38	11	342	3,42	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel sigap dalam melayani nasabah	0	14	30	41	15	357	3,57	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah	0	12	35	40	13	354	3,54	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki pelayanan administrasi cepat dan tepat	8	14	29	31	18	337	3,37	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki respon yang baik apabila ada <i>complain</i> dari nasabah	5	11	32	35	17	348	3,48	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel selalu menjaga kepercayaan nasabah	0	13	40	35	12	346	3,46	Baik
Nasabah LPD Desa Pakraman Ketewel merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi	0	0	42	35	23	381	3,81	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel melayani nasabah dengan ramah/senyum	0	0	45	32	23	378	3,78	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel memberikan pengertian dan toleransi terhadap para nasabah apabila terjadi masalah	0	0	41	30	29	388	3,88	Baik
Total							3,58	Baik

Sumber : data diolah (2023)

Melihat hasil jawaban responden pada Tabel 4, variabel citra perusahaan mendapatkan nilai rata-rata untuk keseluruhan pernyataannya sebesar 3,62 dengan kategori baik, skor terendah yaitu pada pernyataan “Logo LPD Desa Pakraman Ketewel sangat mudah diingat” sebesar 3,24 dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan karena responden menganggap logo LPD Desa Pakraman Ketewel saat ini tidak memiliki desain yang mudah diingat sehingga dapat menyebabkan rendahnya *brand awareness*, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan “LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki citra yang baik sehingga dapat di percaya” sebesar 3,95 dengan kategori baik. Hal ini disebabkan karena LPD Desa Pakraman merupakan lembaga keuangan yang dikelola oleh Desa Pakraman Ketewel di mana pengelola bertanggung jawab kepada paruman desa adat sehingga pengelola dituntut untuk dapat menjaga kepercayaan masyarakat.

Tabel 4 Skor Penilaian Variabel Citra Perusahaan

Citra perusahaan	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki citra yang baik sehingga dapat di percaya	0	0	35	35	30	395	3,95	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel tempat yang baik untuk bertransaksi keuangan	0	9	38	28	25	369	3,69	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel menjamin keamanan bagi nasabah sehingga dapat dipercaya	0	10	42	29	19	357	3,57	Baik
Saya percaya LPD Desa Pakraman Ketewel tidak akan menipu saya	0	0	43	32	25	382	3,82	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel selalu bertanggung jawab atas keluhan yang disampaikan oleh nasabah	0	9	35	30	26	373	3,73	Cukup
LPD Desa Pakraman Ketewel memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan nasabah	0	8	42	28	22	364	3,64	Baik
Logo LPD Desa Pakraman Ketewel sangat mudah diingat	10	12	40	20	18	324	3,24	Cukup baik
Nama LPD Desa Pakraman Ketewel sangat khas sehingga menarik untuk diingat	9	12	35	24	20	334	3,34	Cukup baik
Total							3,62	Baik

Sumber : data diolah (2023)

Melihat hasil jawaban responden Tabel 5, variabel kepercayaan mendapatkan nilai rata-rata untuk keseluruhan pernyataannya sebesar 3,74 dengan kategori baik, skor tertinggi yaitu pada pernyataan “LPD Desa Pakraman Ketewel dapat dipercaya sehingga nasabah tidak takut untuk bertransaksi” sebesar 4,10 dengan kategori baik dan hal ini disebabkan karena responden merasa selama menjadi nasabah tidak pernah dirugikan oleh pihak LPD dan pihak LPD transparan mengenai dana masyarakat, sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan “Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki sikap yang kompeten dibidangnya” sebesar 3,33 dengan kategori cukup baik. Hal ini disebabkan karena karyawan

LPD Desa Pakraman Ketewel umumnya adalah warga desa tersebut dengan kualifikasi minimal SMA/ sederajat dan kurangnya pelatihan yang didapatkan oleh karyawan.

Tabel 5 Skor Penilaian Variabel Kepercayaan

Kepercayaan	Jawaban Responden					Total	Rata-rata	Kriteria
	1	2	3	4	5			
Bertransaksi pada LPD Desa Pakraman Ketewel bebas dari bahaya dan resiko yang merugikan nasabah	0	12	32	35	21	365	3,65	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel bersedia membantu nasabah	0	0	38	40	22	384	3,84	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel mengelola dana nasabah dengan hati-hati	0	8	35	42	15	364	3,64	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel cepat dalam menangani keluhan nasabah	0	8	40	35	17	361	3,61	Baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel memiliki sikap yang kompeten dibidangnya	8	12	32	35	13	333	3,33	Cukup baik
Pegawai LPD Desa Pakraman Ketewel mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah sehingga pelanggan puas	0	0	35	40	25	390	3,90	Baik
nasabah LPD Desa Pakraman Ketewel berani mengambil resiko untuk bertransaksi di LPD Desa Pakraman Ketewel	0	0	36	42	22	386	3,86	Baik
LPD Desa Pakraman Ketewel dapat dipercaya sehingga nasabah tidak takut untuk bertransaksi	0	0	25	40	35	410	4,10	Baik
Total							3,74	Baik

Sumber : data diolah (2023)

Melihat hasil pengujian asumsi klasik yang ditampilkan pada Tabel 6 berikut ini diketahui bahwa hasil uji asumsi klasik penelitian menunjukkan penyebaran data yang terjadi secara normal dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang lebih tinggi dari 0,05, tidak terjadinya gejala multikolinieritas pada data dengan melihat nilai *Tolerance* yang lebih tinggi dari 0,10 seta nilai VIF yang lebih rendah dari 10, dan juga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada data dengan melihat nilai *sig.* yang lebih tinggi dari 0,05.

Tabel 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

No.	Variabel	Normalitas	Multikolinieritas		Heteroskedastisitas
		<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	<i>Tolerance</i>	VIF	<i>Sig.</i>
1	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,718	0,223	4,493	0,560
2	Citra Perusahaan (X_2)		0,155	6,461	0,458
3	Kepercayaan (X_3)		0,175	5,709	0,101

Sumber : data diolah (2023)

Melihat hasil uji dari koefisien determinasi total pada Tabel 7 yang memiliki nilai sebesar 0,813 dapat dibuktikan bahwa besarnya variasi model yang terjadi dapat dijelaskan sebesar 81,3 persen dari model penelitian yang terbentuk, sedangkan untuk pengaruh sisasnya yang bernilai sebesar 18,7 persen dijelaskan oleh model diluar dari penelitian ini seperti lokasi, kualitas produk, dan loyalitas.

Tabel 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.813	.807	183.291

Sumber : data diolah (2023)

Dilihat dari Tabel 8 berikut ini diketahui bahwa hasil uji regresi linier berganda penelitian menunjukkan persamaan yang dibentuk yaitu $Y = 8,711 + 0,179X_1 + 0,250X_2 + 0,275X_3$ yang diinterpretasikan sebagai berikut ini:

Hasil penelitian membuktikan kualitas pelayanan kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan nasabah yang didasarkan pada nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,179 (positif), dan nilai sig. $0,000 < \alpha 0,05$ yang berarti H_1 diterima kebenarannya. Hasil ini berarti jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan (X_1) maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan kepuasan nasabah LPD Desa Pakraman Ketewel (Y) secara signifikan. Kualitas pelayanan menunjukkan kemampuan perusahaan, dalam hal ini adalah LPD Desa Pakraman Ketewel dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Pelayanan akan dikatakan berkualitas apabila mampu memenuhi harapan nasabah atau bahkan melebihi harapan. Hasil ini menunjukkan pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan nasabah sehingga dapat menyebabkan nasabah merasa puas. Susanto & Subagja (2019), Purnama & Hidayah (2019), serta Atmanegara *et al.*, (2019) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan.

Hasil penelitian membuktikan citra perusahaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan nasabah yang diketahui dari nilai koefisien regresi citra perusahaan sebesar 0,250 (positif) dan nilai sig. $0,000 < \alpha 0,05$ yang berarti H_2 diterima kebenarannya. Hasil ini berarti jika terjadi peningkatan citra perusahaan (X_2) maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan kepuasan nasabah LPD Desa Pakraman Ketewel (Y) secara signifikan (nyata). Citra perusahaan adalah persepsi konsumen atau dalam hal ini persepsi nasabah terhadap LPD Desa Pakraman Ketewel. Citra perusahaan yang baik tentu saja sangat penting bagi lembaga keuangan seperti LPD karena merupakan lembaga keuangan yang dikelola oleh desa adat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan warga dan juga para nasabahnya. Almassawa (2018), Rizalfalal *et al.*, (2020), serta Cavalera & Soliha (2019) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa citra perusahaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan.

Hasil penelitian membuktikan kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,275 (positif) dan nilai sig. $0,000 < \alpha 0,05$ yang berarti H_3 diterima kebenarannya. Hasil ini berarti jika terjadi peningkatan kepercayaan (X_3) maka akan menyebabkan terjadinya peningkatan kepuasan nasabah LPD Desa Pakraman Ketewel (Y) secara signifikan (nyata). Kepercayaan konsumen adalah keyakinan, rasa percaya, dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai LPD Desa Pakraman Ketewel terkait dengan berbagai atribut dan manfaat yang dimiliki. Kepercayaan yang baik ini tentu pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan nasabah karena nasabah merasa LPD Desa Pakraman dapat dipercaya. Massora & Widianti (2021), Partha (2022), serta Nugroho & Subagja (2018) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan.

Tabel 8 Hasil Uji-T

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.711	1.343		6.486	.000
1 Kualitas Pelayanan	.179	.067	.248	2.652	.009
Citra Perusahaan	.250	.085	.330	2.944	.004
Kepercayaan	.275	.080	.363	3.438	.001

Sumber : data diolah (2023)

Hasil penelitian pada Tabel 9 membuktikan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} (138,900) < F_{tabel} (2,700)$ dan Sig $(0,000) < \alpha (0,05)$ yang berarti secara simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini menunjukkan H_4 diterima kebenarannya. Secara parsial telah dibuktikan bahwa masing-masing dari kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan yang berarti secara individu ketiga variabel tersebut sebaiknya ditingkatkan. Purnama & Hidayah (2019), Wemben *et al.*, (2020), serta Mada *et al.*, (2022) menemukan di dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan.

Tabel 9 Hasil Uji-F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,399,923	3	466,641	138,900	.000 ^b
1 Residual	322,517	96	3,360		
Total	1,722,440	99			

Sumber : data diolah (2023)

Simpulan

Melalui hasil pengujian yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh kesimpulan bahwa (1) kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan, (2) citra perusahaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan, (3) kepercayaan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan, serta (4) kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruhnya yang positif dan juga signifikan terhadap kepuasan. Saran yang diberikan adalah memaksimalkan penggunaan teknologi informasi untuk mempercepat pelayanan administrasi, melakukan *rebranding* seperti merubah logo, dan memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga akan meningkatkan kompetensi karyawan.

Daftar Pustaka

- Almassawa, S. F. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(3), 69–84.
- Aswati, T., Komara, A. T., Satria, R. O., & Roslina, N. Y. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Di Kota Bandung)." *Acman: Accounting And Management Journal*, 2(1), 1–10.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso." *Jsmbi (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 79–89.
- 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.
- Cavalera, N. D., & Soliha, E. (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpeda Bank Jateng Cabang Utama Semarang." *Prosiding Sendi_U 2019*, 12(4), 388–397.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife." *Jimea: Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(1), 253–274.
- Kusuma, I. Gede A. P., Kawiana, I. G. P., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Bayu Sudana Di Tabanan." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan*

-
- Pariwisata*, 3(6), 1168–1177.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi Pada Kspps Bondho Ben Tumoto Semarang).” *Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 62–68.
- Mada, I. G. N. C. W., Dewi, I. G. A. R. K., & Yamawati, N. K. S. (2022). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bri Tbk Cabang Gianyar.” *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 164–168.
- Mahaputra, I. G. A. M. A. A., & Susanti, P. H. (2023). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lpd Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Lpd Desa Pakraman Yeh Bakung Di Tabanan.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(8), 1561–1568.
- Malian, M. (2021). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Online.” *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 1–15.
- Massora, A., & Widyanti, I. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta.” *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 9(1), 20–38.
- Mujahid, A. (2018). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Produk On Line.” *Jurnal Ekonomi*, 8(1), 1–18.
- Naufal, G., & Sitohang, S. (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Travel Panca Indra Abadi Sentosa Di Sidoarjo.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 7(10), 1–17.
- Nugroho, B., & Subagja, I. K. (2018). “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 28–47.
- Pambudi, T. W. S., & Soliha, E. (2021). “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Partha, I. P. A. S. T. (2022). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Perkreditan Desa.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 1151–1158.
- 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.
- Putri, S. Z. E., Widarko, A., & Asiyah, S. (2021). “Pengaruh Citra Perusahaan, Penanganan Keluhan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Shavira Catering & Service).” *E – Jurnal Riset Manajemen*, 10(9), 24–45.
- Rizalfalal, M., Hufon, M., & Rahman, F. (2020). “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank BRI KCP Unit Lawang).” *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 9(9), 1–15.
- Salsabilah, F., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Rel Listrik.” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 479–488.
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84.
-

-
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada PT.Telkom Di Kota Semarang)." *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 3(2), 150–163.
- Wati, N. N., Tratintya, M. A. P., & Astawa, I. P. P. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(5), 1021–1032.
- Wemben, F. V, Mananeke, L., & Roring, F. (2020). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pegadaian Upc Tanjung Batu." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 1119–1128.