

# Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, dan Citra LPD terhadap Kepuasan Nasabah pada LPD Desa Siangan, Gianyar

Ida Ayu Putu Meita Utami Dewi<sup>(1)</sup>

Made Dian Putri Agustina<sup>(2)</sup>

Gusti Alit Suputra<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: dayumeita02@gmail.com

## ABSTRACT

*One aspect that has an important role in national development is the banking sector. Banking has a strategic and quite important role, because its function is as a tool for collecting and managing public funds in an efficient manner. Village Credit Institutions (LPD) are also businesses in the financial services sector that function to improve the welfare of village communities. Currently, the problem faced by the LPD of Siangan Village, Gianyar is that the number of customers has increased and decreased or fluctuated over the last five years. This research aims to determine the influence of service quality, customer relationship management and LPD image on customer satisfaction at the Siangan Village LPD. This research used 95 customers as research respondents by collecting data using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*The results of this research are that partially service quality, customer relationship management, and LPD image have a positive and significant effect on customer satisfaction at Siangan Village LPD. Simultaneously, service quality, customer relationship management and LPD image have a significant effect on customer satisfaction at Siangan Village LPD. The suggestions that researchers can convey are to increase socialization regarding lower credit interest guarantees to customers or potential customers of the Siangan Traditional Village LPD, prioritizing a friendly attitude to all people who visit, and considering credit with low interest rates which can help the economic activities of the surrounding community.*

**Keywords:** *Service Quality; Customer Relationship Management; LPD Image; Customer Satisfaction*

## ABSTRAK

Salah satu aspek yang memiliki peran penting dalam pembangunan nasional yaitu pada sektor perbankan. Perbankan memiliki peranan strategis dan cukup penting, karena fungsinya sebagai alat untuk mengumpulkan dan menjalankan dana masyarakat dengan cara yang efisien. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) juga merupakan sebuah usaha pada sektor jasa keuangan yang berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Saat ini permasalahan yang dihadapi oleh LPD Desa Siangan, Gianyar adalah mengalami kenaikan dan penurunan jumlah nasabah atau fluktuasi selama lima tahun terakhir.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *customer relationship management* dan citra LPD terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan. Penelitian ini menggunakan 95 orang nasabah sebagai responden penelitian dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan; Customer Relationship Management; Citra LPD; Kepuasan Nasabah*

---

## Pendahuluan

Perbankan memiliki peranan strategis dan cukup penting, karena fungsinya sebagai alat untuk mengumpulkan dan menjalankan dana masyarakat dengan cara yang efisien. Khususnya di dalam aspek ekonomi, bank mendukung pelaksanaan dalam pembangunan nasional dengan tujuan untuk meningkatkan kesetaraan pembangunan ekonomi masyarakat. Menurut Adhi & Susanti (2023) pembangunan masyarakat di desa merupakan bagian dari upaya pembangunan masyarakat Indonesia secara keseluruhan dengan tujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera. Menurut Adhi & Susanti (2023) Lembaga Perkreditan Desa (LPD) adalah sebuah usaha yang bergerak pada sektor layanan keuangan yang sejenis dengan lembaga perbankan, yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam melayani konsumen.

Permasalahan muncul di dalam penyaluran kredit, pengumpulan angsuran, dan penatausahaan keuangan secara keseluruhan. Ketidakseimbangan antara pemberian kredit serta pemulihan dana dapat mengancam keberlanjutan keuangan LPD, terutama saat terjadinya kredit macet. Oleh karena itu, kunci keberhasilan LPD dapat dilakukan dengan cara memberdayakan nasabahnya untuk menciptakan kepuasan nasabah. Menurut Bahari & Basalamah (2019) kepuasan adalah penilaian tentang kualitas jasa atau produk itu sendiri. Menurut Bintarto dkk. (2021) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara ekspektasi pelanggan dengan layanan yang diberikan.

Pengalaman yang dialami oleh nasabah akan menjadi bayangan dari reputasi layanan, baik itu pengalaman yang positif maupun negatif, yang nantinya akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dengan pemberian pelayanan berkualitas. Menurut Dennisa & Santoso (2016) kualitas pelayanan adalah suatu pengukuran kinerja dalam perusahaan untuk memenuhi kebutuhan produk dan jasa yang diberikan kepada nasabah. Kualitas pelayanan dianggap baik ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Tantangan terbesar yang dihadapi dalam bisnis jasa keuangan bagi LPD selain menciptakan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, pihak LPD juga perlu untuk menjaga hubungan sosial yang baik dengan nasabahnya dan menjaga citra positif bagi LPD.

Menurut El Fikri dkk. (2020) *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam sasarnya dimana produk, harga, promosi, dan disrtibusi saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Dalam menghadapi persaingan, selain memberikan pelayanan yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, setiap perusahaan juga harus mempertahankan reputasi yang positif bagi perusahaannya. Menurut Kuswandarini & Annisa (2021) citra perusahaan

---

merupakan sebuah pandangan masyarakat kepada perusahaan yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas yang di tawarkan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan konsumen organisasi.

Saat ini permasalahan yang dihadapi oleh LPD Desa Siangan, Gianyar adalah mengalami kenaikan dan penurunan jumlah nasabah atau fluktuasi selama lima tahun terakhir. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti kepada beberapa nasabah LPD Desa Siangan, dari peralihan pasca pandemi ke masa sekarang kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPD juga masih kurang maksimal seperti halnya pada saat nasabah meminjam kredit prosesnya lebih sulit dibanding dengan menyimpan atau mendepositokan uang dan informasi yang diberikan karyawan LPD kurang jelas sehingga menyulitkan nasabah dalam mengambil keputusan atau memahami produk atau layanan yang ditawarkan.

Mengacu pada latar belakang dan fenomena yang telah disebutkan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Management, dan Citra LPD Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Di Desa Siangan Kabupaten Gianyar”.

Kualitas merupakan karakteristik dari produk yang mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan. Semakin tinggi kualitas yang diberikan maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan terhadap produk atau jasa yang digunakan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Hidayati dkk. (2022), Kasinem (2021) dan Oktarina (2022) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pernyataan tersebut berbeda dengan penelitian Safitri dkk. (2016) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

CRM adalah suatu proses perusahaan yang berusaha dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini dicapai dengan cara mengidentifikasi pelanggan, membentuk persepsi positif mengenai produk, organisasi, atau jasa yang ditawarkan melalui berbagai interaksi dengan pemasar, penjual, serta layanan pendukung, yang akhirnya mendorong pelanggan untuk tetap setia. Pada penelitian Pradana (2018), Ramadhani dkk. (2019) dan Oktarina (2022) yang menyatakan *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Citra perusahaan adalah pandangan yang diberikan oleh masyarakat terhadap suatu perusahaan, yang terkait dengan aspek-aspek seperti tampilan fisik, operasi bisnis, beragam produk, dan tingkat kualitas yang diberikan oleh para karyawan perusahaan kepada konsumen perusahaan tersebut. Citra LPD (Lembaga Perkreditan Desa) tidak dapat diberikan melalui

---

produksi barang di pabrik, melainkan citra LPD merupakan gambaran yang seseorang dapatkan berdasarkan pengetahuan dan pemahamannya tentang citra yang positif. Citra ini terbentuk dari pengalaman bagaimana perusahaan menjalankan operasionalnya, terutama dalam hal layanan. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Susanto & Subagja (2019), Rista, (2018), Susilawati, (2022), Dlizah, (2019) yang menyatakan bahwa Citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H1 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan, Kabupaten Gianyar.

H2 : Diduga *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan, Kabupaten Gianyar.

H3 : Diduga Citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan, Kabupaten Gianyar.

H4 : Diduga Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, dan Citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan, Kabupaten Gianyar.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan salah satu metodenya adalah survei. Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa dalam survei, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara untuk memperoleh tanggapan dari responden. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif dimana penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Tempat dan lokasi di dalam penelitian ini dilaksanakan pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Siangan, Kabupaten Gianyar. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan lembaga keuangan yang memiliki hubungan yang cukup erat dengan masyarakat. LPD ini didirikan khusus untuk mengutamakan kesejahteraan masyarakat di Desa Siangan, Kabupaten Gianyar. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah Lembaga Perkreditan Desa di Desa Siangan, Kabupaten Gianyar pada tahun 2022 yaitu sejumlah 2145 orang. Penentuan jumlah sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya menggunakan rumus dalam menentukan jumlah elemen atau anggota sampel dari suatu populasi dalam penelitian dapat dijelaskan dengan menggunakan metode slovin dengan hasil perhitungan sampel sebanyak 95 orang. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu *Proporsional Stratified Random Sampling* dimana ini merupakan

pendekatan yang mengambil sampel dari setiap kelompok (strata) populasi dalam proporsi yang sesuai, karena beragamnya populasi, yang mencakup nasabah tabungan, deposito, dan kredit pada LPD Desa Siangan Kabupaten Gianyar selama penelitian berlangsung.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	Instrumen	<i>Pearson Correlation</i>	Standar	Ket.
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,559	0.30	Valid
		Y.2	0,480	0.30	Valid
		Y.3	0,513	0.30	Valid
		Y.4	0,494	0.30	Valid
		Y.5	0,528	0.30	Valid
		Y.6	0,729	0.30	Valid
		Y.7	0,492	0.30	Valid
		Y.8	0,472	0.30	Valid
		Y.9	0,523	0.30	Valid
		Y.10	0,431	0.30	Valid
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,530	0.30	Valid
		X1.2	0,560	0.30	Valid
		X1.3	0,671	0.30	Valid
		X1.4	0,663	0.30	Valid
		X1.5	0,483	0.30	Valid
		X1.6	0,576	0.30	Valid
		X1.7	0,658	0.30	Valid
		X1.8	0,586	0.30	Valid
		X1.9	0,626	0.30	Valid
		X1.10	0,592	0.30	Valid
3.	<i>Customer Relationship Management</i> (X2)	X2.1	0,561	0.30	Valid
		X2.2	0,812	0.30	Valid
		X2.3	0,773	0.30	Valid
		X2.4	0,833	0.30	Valid
		X2.5	0,779	0.30	Valid
		X2.6	0,762	0.30	Valid
4.	Citra LPD (X3)	X3.1	0,463	0.30	Valid
		X3.2	0,567	0.30	Valid
		X3.3	0,766	0.30	Valid
		X3.4	0,808	0.30	Valid
		X3.5	0,599	0.30	Valid
		X3.6	0,797	0.30	Valid
		X3.7	0,656	0.30	Valid
		X3.8	0,425	0.30	Valid

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji instrumen dengan penyebaran kuesioner pada 37 responden, maka dapat dilihat pada Tabel 1. bahwa seluruh indikator variabel kualitas pelayanan (X1), *customer relationship management* (X2), Citra LPD (X3) serta kepuasan nasabah (Y) pada penelitian ini yaitu memiliki nilai *pearson correlation* lebih dari 0,30. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen pada penelitian ini telah memenuhi syarat validitas atau dapat dinyatakan valid.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Jumlah Instrumen	Cronbach's Alpha	Standar	Ket.
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	10	0,746	0,70	Reliabel
2.	<i>Customer Relationship Management</i> (X2)	6	0,789	0,70	Reliabel
3.	Citra LPD (X3)	8	0,756	0,70	Reliabel
4.	Kepuasan Nasabah (Y)	10	0,724	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2. dapat dilihat bahwa instrumen-instrumen variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X1), *customer relationship management* (X2), Citra LPD (X3) serta kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen variabel pada penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi atau dapat dinyatakan reliabel.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90000318
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.035
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan uji normalitas yang ditampilkan pada Tabel 3. 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 4. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.626	1.476			
	Kualitas Pelayanan (X1)	.192	.034	.344	.784	1.275
	Customer Relationship Management (X2)	.335	.039	.520	.797	1.255
	Citra LPD (X3)	.159	.032	.282	.924	1.082

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Pada Tabel 4. menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,784 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,275 kurang dari 10, *customer relationship management* (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,797 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,255 yang kurang dari 10, variabel citra LPD (X3) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,924 lebih besar dari 0,1 serta nilai VIF sebesar 1,082. Maka dapat dinyatakan variabel kualitas pelayanan (X1), customer relationship management (X2) dan citra LPD (X3) dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.956	.843		-1.134	.260
	Kualitas Pelayanan (X1)	-.005	.019	-.029	-.256	.798
	Customer Relationship Management (X2)	.030	.022	.152	1.341	.183
	Citra LPD (X3)	.034	.018	.196	1.863	.066

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data diolah (2024)

Dari Tabel 5. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan (X1) dengan nilai *absolut residual* (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,798, variabel customer relationship management (X2) dengan nilai signifikansi sebesar 0,183 lebih besar dari 0,05 dan nilai signifikansi antara variabel citra LPD (X2) dengan nilai *absolut residual* (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,66. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 6. Hasil Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 <sup>a</sup>	.736	.728	.915

a. Predictors: (Constant), Citra LPD (X3), Customer Relationship Management (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 6. hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,728. Ini berarti besarnya kontribusi antara kualitas pelayanan (X1), customer relationship management (X2) dan citra LPD (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah 72,8% sedangkan sisanya 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, misalnya teknologi informasi hingga fasilitas yang disediakan LPD Desa Siangan.

**Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.626	1.476		13.977	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.192	.034	.344	5.662	.000
Customer Relationship Management (X2)	.335	.039	.520	8.631	.000
Citra LPD (X3)	.159	.032	.282	5.033	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber : Data diolah (2024)

Dari Tabel 7. tampak jelas bahwa nilai  $t_{hitung} = 5,662$  dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,986$  dan nilai sig 0,000 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  $\alpha$ , 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 ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variabel kualitas pelayanan (X1) maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y).

Dari Tabel 7. tampak jelas bahwa nilai  $t_{hitung} = 8,631$  dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,986$  dan nilai sig 0,000 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  $\alpha$ , 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 ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial *Customer Relationship Management* (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).

Dari Tabel 7. tampak jelas bahwa nilai  $t_{hitung} = 5,033$  dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,986$  dan nilai sig 0,000 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  $\alpha$ , 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 ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial citra LPD (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).



**Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	212.659	3	70.886	84.721	.000 <sup>b</sup>
	Residual	76.141	91	.837		
	Total	288.800	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra LPD (X3), Customer Relationship Management (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian diatas, ternyata dengan tingkat keyakinan diri 95%, kesalahan 5% dan derajat bebas pembilang 3 dan derajat penyebut 91, nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 84,721, sehingga jika dibandingkan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  berada pada daerah penolakan  $H_0$  maka  $H_4$  diterima. Ini berarti kualitas pelayanan (X1), *customer relationship management* (X2) dan citra LPD (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien korelasi sebesar 0,192. Dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan.
2. *Customer relationship management* berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien korelasi sebesar 0,335. Dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada *customer relationship management* maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan.
3. Citra LPD berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien korelasi sebesar 0,159. Dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada citra LPD maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan.
4. Kualitas pelayanan, *customer relationship management* dan citra LPD secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa jika terjadi kenaikan pada kualitas pelayanan, *customer relationship management* dan citra LPD maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Siangan.

### Daftar Pustaka

Adhi, I. G. A. M. 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. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(8), 1561–1568.
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1424–1436.
- Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management Serta Dampaknya pada Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 11–21.
- Bintarto, A., Nurwati, E., & Kristiadi, A. A. (2021). Pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan hotel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(1), 1322–1338.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 997–1009.
- Dlizah, Q. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepatuhan Syariah, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Semarang)*.
- El Fikri, M., Ahmad, R., & Harahap, R. (2020). Strategi mengembangkan kepuasan pelanggan online shop dalam meningkatkan penjualan (studi kasus Sabun Pyari). *Jurnal Manajemen Tools*, 12(1), 87–105.
- Hidayati, A. M., Saroh, S., & Zunaida, D. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Kursus Mengemudi Private Kota Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 11(2), 62–71.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Kuswandarini, K. I., & Annisa, A. A. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan, corporate image, dan customer relationship management terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(1), 37–51.
- Oktarina, R. (2022). Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan. *Jurnal Teknologi Terkini*, 2(5).
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 193–212.
- Ramadhani, A. P., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Nilai Nasabah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bri Cabang Martadinata Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(13).
- Rista, D. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra LPD Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pensiunan Pada PT. Kantor Pos Ponorogo*.
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang]. *Ekonomi Bisnis*, 21(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, 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.

Susilawati, N. M. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada LPD Desa Adat Ambengan.*