

---

# Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

I Gede Adi Partawan<sup>(1)</sup>

I Gusti Ayu Wimba<sup>(2)</sup>

Ni Nyoman Adityarini Abiyoga Vena Swara<sup>(3)</sup>

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

## ABSTRACT

*The purpose of carrying out this activity is to find out the influence of service quality, company image and trust on customer satisfaction at PT Asuransi Ramayana Tbk Denpasar Branch. This activity uses multiple regression analysis tools to find the relationship between the independent and dependent variables. The large population here includes all individual customers of PT Asuransi Ramayana Tbk Denpasar Branch, totaling 1,215 customers. The sampling method in this research used the Slovin formula to find the appropriate number of samples, namely 92 samples. Here, people who have been determined to be the sample are given a questionnaire to obtain primary data. The research results show that service quality can make a very definite change in customer satisfaction at PT Asuransi Ramayana Tbk Denpasar Branch. The company image can make a very definite change in customer satisfaction at PT Asuransi Ramayana Tbk Denpasar Branch. Trust can make a very definite change in customer satisfaction at PT Asuransi Ramayana Tbk Denpasar Branch and service quality, company image and trust can make a very definite change in customer satisfaction at PT Asuransi Ramayana Tbk Denpasar Branch.*

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

## ABSTRAK

Kegunaan dilakukannya kegiatan ini guna mencari tahu pengaruh kualitas pelayanan, citra Perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Kegiatan ini menggunakan alat bantu analisis regresi berganda guna mencari tahun hubungan yang terjadi antara variabel bebas dan terikat yang. Banyaknya populasi disini mencakup seluruh nasabah perorangan PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar yang berjumlah 1.215 orang nasabah. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin sehingga menemukan jumlah yang sesuai dijadikan sampel yaitu 92 sampel. Disini orang orang yang telah ditetapkan menjadi sampel diberikan kuisisioner sehingga memperoleh data primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat membuat terjadinya perubahan dengan sangat pasti pada kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Citra perusahaan dapat membuat terjadinya perubahan dengan sangat pasti pada kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Kepercayaan dapat membuat terjadinya perubahan dengan sangat pasti pada kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar dan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan dapat membuat terjadinya perubahan dengan sangat pasti pada kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

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

---

## Pendahuluan

Kepuasan nasabah merupakan sebuah hasil rasa senang pada suatu yang mereka dapatkan dalam memenuhi harapan terhadap keinginannya Tjiptono & Diana (2019). Kepuasan tersendiri bagi nasabah akan diperoleh dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena setiap nasabah memiliki perbedaan, keinginan atau kebutuhan yang diharapkan maka kepuasan nasabah secara organisasi sangat sulit dicapai. menurut Atmaja (2018) kualitas pelayanan adalah apa yang didapatkan nasabah dari pelayanan yang diberikan oleh pihak lain baik atau tidak. Citra perusahaan menjadi faktor penting bagi keberhasilan pemasaran suatu perusahaan. Menurut Siringoringo & Kurniawan (2018) citra perusahaan adalah bagaimana pendapat atau pandangan orang lain terhadap seperti apa perusahaan itu berjalan dan dijalankan. Kepercayaan juga dapat menghubungkan bagaimana keinginannya tercapai hingga menjadi puas. Adanya fasilitas yang bagus dapat menyenangkan konsumen begitujuga jika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik maka mereka akan percaya pada perusahaan bersangkutan Gunawan & Susanti, (2021).

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar yang dimana perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa asuransi umum. Berdasarkan penelitian awal yang dilaksanakan PT Asuransi Ramayana Cabang Denpasar ditemukan permasalahan dimana erat kaitannya seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepercayaan dan kepuasan nasabah. Permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan ialah terdapat beberapa kualitas pelayanan jasa yang belum maksimal dalam memenuhi harapan nasabah, yaitu kurangnya informasi yang detail diberikan bagian pemasaran (dalam hal ini pihak marketing) kepada beberapa nasabah yang berhubungan dengan pertanggungan yang tertera pada polis asuransi, dan apa saja yang dapat diajukan pada saat pengajuan klaim ke perusahaan, terkadang marketing perusahaan tidak menjelaskan bagaimana prosedur klaim yang sebenarnya, sehingga terjadi kesalahpahaman antara nasabah dengan bagian klaim. Dengan adanya permasalahan tersebut membuat nasabah merasa kurang puas atas kualitas pelayanan yang diberikan.

Adapun dari wawancara yang dilakukan peneliti ke bagian klaim dan marketing perusahaan terdapat permasalahan yang terjadi diantaranya berhubungan dengan citra perusahaan, dimana nasabah pada saat pengajuan klaim perbaikan mobil ke perusahaan PT Asuransi Ramayana Cabang Tbk Denpasar, klaim nasabah tersebut ditolak oleh bagian klaim perusahaan, dikarenakan marketing perusahaan tidak menjelaskan perlindungan yang didapatkan oleh nasabah pada saat serah terima polis asuransi. Sedangkan perlindungan *Komprehensif* memberi jaminan kerusakan ringan, kerusakan berat, hingga kehilangan. Alasan bagian klaim perusahaan menolak klaim dari

---

nasabah karena polis yang dipegang nasabah merupakan perlindungan *Total Loss Only* (TLO) yang dimana kendaraan nasabah dapat di klaim bila kerusakan di atas 75%.

Pada tahun 2020 PT Asuransi Ramayana Tbk menempati peringkat ke 10 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan peringkat yang sangat drastis yaitu peringkat ke 18 serta pada tahun 2022 menempati peringkat ke 9. Yang dimana pada tahun 2020-2021 dapat dikatakan mengalami penurunan dari peringkat 10 menjadi 18 namun di tahun 2021-2022 mengalami peningkatan dari peringkat 18 menjadi peringkat ke 9. Yang menjelaskan bahwa perusahaan sempat mengalami penurunan peringkat akibat dari citra perusahaan yang menurun.

Adapun terdapat permasalahan lain ialah adanya salah satu oknum marketing perusahaan yang menggelapkan premi asuransi nasabah, sehingga pada saat nasabah tersebut mengajukan klaim, polis nasabah ditolak oleh bagian klaim karena diduga tidak membayar premi asuransi, padahal nasabah tersebut sudah membayarkan premi asuransi sesuai dengan jatuh tempo pembayaran, oleh sebab itu nasabah merasa ditipu oleh perusahaan asuransi sehingga kurangnya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan asuransi, yang akan berimbas pada perusahaan PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

Berdasarkan hasil pra *survey*, dapat dilihat bahwa 87% dari 15 responden menyatakan bahwa mereka percaya mengasuransikan asetnya pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar, sementara 13% dari 15 responden menyatakan bahwa mereka tidak percaya mengasuransikan asetnya pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Disamping itu 80% dari 15 responden menyatakan bahwa informasi yang diberikan karyawan PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar terkait dengan penawaran asuransi dapat dipercaya, sementara 20% dari 15 responden menyatakan bahwa tidak percaya informasi yang diberikan karyawan PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar terkait dengan penawaran asuransi tidak dapat dipercaya. Dari hasil pra *survey* tersebut juga dapat dilihat 67% dari 15 responden menyatakan percaya PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar selalu bersungguh-sungguh melayani nasabah pada saat pengajuan klaim, sementara 33% dari 15 responden menyatakan tidak percaya PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar selalu bersungguh-sungguh melayani nasabah pada saat pengajuan klaim.

Permasalahan lain terkait dengan kepuasan nasabah ialah pada saat nasabah melakukan klaim cenderung berbelit-belit, dan cenderung memakan waktu cukup lama pada saat pengajuan klaim tersebut, sehingga nasabah merasa kecewa dan kurang puas dengan hasil yang didapatkan. Dengan memperhatikan kepuasan dari nasabah akan berpengaruh kepada target dari perusahaan. Hal Pada tahun 2020 persentase pencapaian target yaitu sebesar 30.9% dan pada tahun 2021

---

sebesar 27.7% serta pada tahun 2022 pencapaian target sebesar 55.5%. Dimana dari tahun 2020-2021 dapat dikatakan mengalami penurunan dalam realisasi jumlah nasabah yang mengasuransikan asetnya dari 30.9% menjadi 27.7% namun di tahun 2021-2022 mengalami peningkatan dalam realisasi jumlah nasabah yang mengasuransikan asetnya dari 27.7% menjadi 55.5%. Yang menjelaskan bahwa perusahaan sempat mengalami penurunan pencapaian target yang tidak sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan, faktor yang menyebabkan menurunnya target perusahaan ialah kepuasan dari nasabah.

Menurut Riyanto, (2018) kepuasan nasabah adalah mereka yang mendapatkan apa yang mereka inginkan sama dengan apa yang mereka pikir dapat mereka gapai disana akan tumbuh perasaan puas karena kejadian yang terjadi telah sesuai harapan. Menurut Hamirul, (2020) kualitas pelayanan seberapa baik pelayanan yang telah diberikan pihak penyedia jasa dan perasaan konsumen atas pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2018) mengemukakan citra perusahaan adalah pandangan konsumen pada bagaimana perusahaan itu berjalan sebelumnya sehingga menjadi tampilan umum perusahaan pada pikiran orang lain. Menurut Priansa, (2017), mendefinisikan sebuah kepercayaan adalah perasaan yakin yang dimiliki pada suatu perusahaan sehingga ingin melakukan ikatan dan kerjasama yang bermanfaat satu sama lainnya.

Selain kajian teori juga ditentukan hipotesis dalam mengembangkan penelitian seperti :

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Penelitian yang dilakukan Salehah, dkk (2021) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

### **2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Penelitian yang dilakukan Triyadi, dkk (2021) membuktikan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi citra perusahaan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Setiap perusahaan diharapkan selalu menjaga citra perusahaan karena citra perusahaan cerminan dari perusahaan itu sendiri. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

---

H<sub>2</sub> : Diduga citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

### 3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Syarifuddin, dkk (2021) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi kepercayaan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Kepercayaan nasabah harus tetap dijaga agar hubungan yang sudah terjalin antara perusahaan dengan nasabah tetap terjaga dengan baik. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

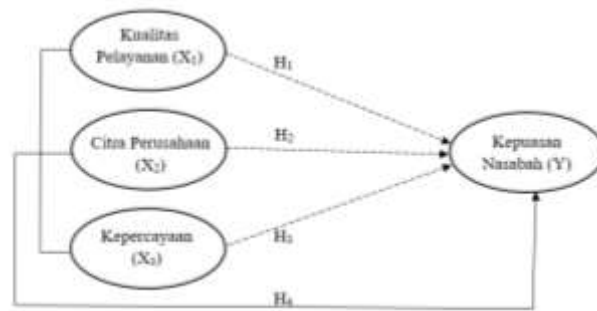
### 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan Partha, (2022) membuktikan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Setiap perusahaan diharapkan mampu untuk memperhatikan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan agar tidak menurunkan tingkat kepuasan nasabah terhadap perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>4</sub> : Diduga kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dapat dikatakan penelitian ini erat dengan penggunaan angka dalam penarikan kesimpulan penelitian. Adapun penelitian ini menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar yang berjumlah 1.215 orang nasabah. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 orang nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode accidental sampling. Disini kuisisioner disebar untuk mendapatkan data penelitian. Sebelum itu juga dilakukan observasi dan wawancara pada responden penelitian. Hasil data yang terkumpul nantinya diolah dengan analisis regresi berganda.

Terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen yang digunakan. Disini hasil uji validitas sudah mendapatkan bahwa seluruh pernyataan mendapatkan nilai korelasi diatas 0,3 dan nilai reliabilitas diatas 0,6 sehingga instrumen penelitian bisa dikatakan valid dan reliabel.

Untuk uji normalitas didapat *Asymp, Sig, (2-tailed)* sebesar 0,061. Itu sudah membuktikan bahwa data yang di buat normal. Untuk besaran *tolerance sudah didapat* diatas 10 persen dan untuk *variance indicator factor (VIF)* sudah kurang dari 10, ini juga membuktikan data bebas multikolinieritas. Hasil uji heterokedastisitas juga mengindikasikan semua variabel memiliki sig yang besarnya lebih dari 0,5

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.954	2.605		.750	.455
Kualitas Pelayanan	.186	.087	.181	2.147	.035
Citra Perusahaan	.529	.088	.506	6.011	.000
Kepercayaan	.279	.111	.237	2.506	.014

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Melalui perhitungan diatas dapat disampaikan sebagai berikut:

$$Y = 1,954 + 0,186X_1 + 0,529X_2 + 0,279X_3$$

1. Nilai konstanta diasumsikan bahwa tanpa ditambahkan variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan maka nilai kepuasan nasabah bernilai sebesar 1,954 satuan.
2. kualitas layanan ( $X_1$ ) mendapat 0,186, jadi jika kualitas layanan ( $X_1$ ) naik maka kepuasan nasabah naik juga 0,186 satuan.
3. citra perusahaan ( $X_2$ ) didapat 0,529, jadi jika citra perusahaan ( $X_2$ ) naik maka kepuasan nasabah turut naik 0,529 satuan.
4. kepercayaan ( $X_3$ ) didapat 0,279, jadi jika kepercayaan ( $X_3$ ) naik maka kepuasan nasabah turut naik 0,279 satuan.

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,807 <sup>a</sup>	0,651	0,639	4,247

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Dari tabel 2 didapat nilai *R Square* sebesar 0,651 ini jika dikatakan seperti 65,1 persen kepuasan nasabah turut dibangun oleh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan sedangkan sisanya sebesar 34,9 persen dibangun oleh hal hal lainnya seperti kualitas produk, fungsi produk, dan keunggulan dari produk tersebut.

**Tabel 3. Hasil Uji-t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.954	2.605		.750	.455
Kualitas Pelayanan	.186	.087	.181	2.147	.035
Citra Perusahaan	.529	.088	.506	6.011	.000
Kepercayaan	.279	.111	.237	2.506	.014

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024.

Hasil uji t pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

1. Nilai signifikansi yang didapat 0,035 kurang dari 0,05 ( $0,035 < 0,05$ ), nilai regresi 0,186 dan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,147 > 1,662$ ). Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat merubah kepuasan nasabah secara meyakinkan

2. Nilai signifikansi yang didapat 0,000 kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), nilai regresi 0,529 dan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $6,011 > 1,662$ ). Ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dapat merubah kepuasan nasabah secara meyakinkan
3. Nilai signifikansi yang didapat 0,014 kurang dari 0,05 ( $0,014 < 0,05$ ), nilai regresi 0,279 dan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,506 > 1,662$ ). Ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat mengubah kepuasan nasabah secara meyakinkan

**Tabel 4. Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2960.834	3	986.945	54.706	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1587.601	88	18.041		
	Total	4548.435	91			

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Nilai signifikansi dari uji F yang didapat  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $54,706 > 2,71$ . Ini menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan dapat mengubah kepuasan nasabah secara meyakinkan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai signifikansi yang didapat 0,035 kurang dari 0,05 ( $0,035 < 0,05$ ), nilai regresi 0,186 dan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,147 > 1,662$ ). Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat merubah kepuasan nasabah secara meyakinkan. Ini dapat membuktikan naik turunnya kualitas pelayanan akan diikuti dengan naik turunnya kepuasan nasabah secara searah. Konsumen menganggap kualitas pelayanan adalah seberapa baik mereka dilayani oleh pihak perusahaan. Dapat diumpamakan pelayanan adalah apa yang telah dilakukan kepada orang lain agar orang lain merasa senang. Pelayanan yang semakin bagus dapat menyenangkan nasabah yang ada. Pelayanan dapat mengubah persepsi kepuasan yang dimiliki nasabah dimana dengan pelayanan yang memuaskan maka nasabah akan puas begitupula sebaliknya. Ini mirip dengan jurnal yang dibyit Salehah, dkk (2021) dimana disana dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### 2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai signifikansi yang didapat 0,000 kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), nilai regresi 0,529 dan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $6,011 > 1,662$ ). Ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dapat merubah kepuasan nasabah secara meyakinkan. Ini membuktikan naik turunnya citra perusahaan dapat juga membuat kepuasan nasabah naik dan turun secara searah. Citra perusahaan secara umum



---

dapat dilihat dari pikiran seseorang pada perusahaan tersebut. Orang yang puas selalu mendeskripsikan perusahaan dengan baik begitupula sebaliknya. Citra perusahaan menjadi gambaran apa yang terjadi di perusahaan tersebut dimana jika mereka merasa nyaman makan mereka akan mengatakan itu perusahaan yang bagus. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyadi, dkk (2021) membuktikan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Nilai signifikansi yang didapat 0,014 kurang dari 0,05 ( $0,014 < 0,05$ ), nilai regresi 0,279 dan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,506 > 1,662$ ). Ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat mengubah kepuasan nasabah secara meyakinkan. Ini membuktikan bahwa naik turunnya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan akan mengakibatkan kepuasan naik dan turun secara searah. Nasabah yang memiliki keyakinan yang tinggi terhadap perusahaan akan menjadi puas ketika apa yang mereka yakini menjadi kenyataan. Nasabah akan semakin memiliki kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan mampu memenuhi segala janji yang mereka miliki. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarifuddin, dkk (2021) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar**

Nilai signifikansi dari uji F yang didapat  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $54,706 > 2,71$ . Ini menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan dapat mengubah kepuasan nasabah secara meyakinkan. Naik turunnya kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan akan berdampak pada naik dan turunnya kepuasan nasabah secara searah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Partha, (2022) membuktikan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Simpulan**

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar. Kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan

---

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Asuransi Ramayana Tbk Cabang Denpasar.

### Daftar Pustaka

- 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.
- Ariani, I Gusti Ayu Putu, dkk (2020). Pengaruh Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance dan Filosofi Tri Hita Karana Terhadap Kinerja Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Se-Kota Denpasar. *Jurnal Kharisma*. Vol. 2 No. 3.
- Atmaja, Jaka (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, Vol 2, No. 1.
- Azwar. (2020). Mekanisme Pelaksanaan Layanan Lumpur Tinja Terjadwal (LLTT) Studi pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR) Kota Kendari. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*. Vol. 1 No. 2. Hal. 181-192.
- Choiriah, Eka Ni'matul dan Liana, Lie, 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang). *MADIC*
- Elida, Sri Syabanita, & Putri, Aulia Berliana. (2020) Citra perusahaan sebagai aset. Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan. *Jurnal Ilmiah M-Progress* Vol.12, No. 2
- Ghozali, Imam. (2018) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gultom, dkk. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. Vol. 3 No. 2. Hal. 171 - 180.
- Gunawan, Hery, & Susanti, Christina Esti. (2021). Pengaruh e-Servqual Terhadap e-Word of Mouth melalui e-Customer Satisfaction dan e-Customer Trust pada e-Commerce Pakaian di Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial Technium*. Vol. 24 Hal. 517 - 525.
- Hamirul. (2020). *Good Governce Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan*. Malang : Pustaka Learning Center.
- Hermawati, Rizka Cahyani, Lukitaningsih, Ambar, & Cahyani, Putri Dewi. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. BPR Bank Daerah Gunungkidul). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, Vol.10 No.3. Hal. 1066-1078.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jamaludin, Asep. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*. Vol. 4 No.1.
- Jeany & Sigian Mauli (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi* Universitas Sam Ratulangi, Vol. 7 No.3. Hal. 330-341.
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. 2018. *Publik Relations*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Karwur, Hanna Sheren Lavenia, Marjam Mangantar, dan Mirah H. Rogi. (2022) Analisis pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

- 
- PT Pegadaian UPC Tumpaan di Desa Pinamorongon." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Kotler, Philip. & Keller Kevin Lane, (2018), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Jakarta : Erlangga.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Laksana, Muhammad Fajar. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV A1 Fath Zumar.
- Lesmana, Rosa, & Yustriani. (2017, November) Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Garuda Indonesia TBK (Persero). *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, Vol.1. No.1.
- Lutfiyani, Vika, and Euis Soliha. (2019) Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *Jurnal of Management Dynamics*.
- Mada, I. Gede Nyoman Carlos W., Ratih Permata Dewi, dan Ni Kd Sioaji Yamawati. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BRI Tbk Cabang Gianyar. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*. Vol. 13 No. 2.
- Malian, Marina. (2021) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Online. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 3 No. 2.
- Nugroho, Budiarto, dkk (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol. 6 No. 1.
- Nugroho, Renaldi Ridho, & Seminari, Ni Ketut (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Major Sukses Berkah. *Public Service and Governance Journal*, Vol.4. No.1. Hal. 246-257.
- Nurani, Dewi & Evianah. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol. 15 No.2
- Partha, I Putu Adi Setya Teja (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Perkreditan Desa. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol.2 No. 4. Hal.1151-1158..
- Pratama, Darma Putra. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen di RSUD Lawang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 4. No.1 .
- Prayoga, Dimas Willy. (2019) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Layanan Bpjs Ketenagakerjaan Purwakarta." *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung : Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. (2020). *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontenporer*, Bandung : Alfabeta.
- Putra, Kevin., & Indriyani, Ratih. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 7. No. 1.
- Riyanto, Andi (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1.

- Rizalfalal, Muhammad., Hufron, M., & Rahman, Fahrurrozi. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, Vol.9. No.9.
- Salehah, Rena Nur, dkk (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Bjb Kcp Kiaracandong Bandung. *Jurnal Ilmiah, Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. Vol. 5 No. 2 Hal. 1532-1542.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, Chandra (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi ke 4. Yogyakarta : Andi.
- Waluyo & Crosby Lethimen. (2020). *good governce* dalam perspektif kualitas pelayanan. *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*. Vol.1.