

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera

Ni Wayan Amelia ⁽¹⁾

Anak Agung Ngurah Gede Sadiartha ⁽²⁾

Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
email: niwayanamelia38@gmail.com

ABSTRACT

There is attention and findings regarding problems regarding service quality, communication and company image in an effort to improve and increase customer satisfaction in accordance with the aim of this research to determine the influence of service quality, communication and company image on customer satisfaction at KSU Putra Jaya Sejahtera. The number of samples in this research was 96 customers. The sampling method in this research used the proportional stratified random sampling technique. The analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The research results show that service quality, communication and company image have a positive and significant partial and simultaneous effect on customer satisfaction at KSU Putra Jaya Sejahtera. Suggestions that can be given to agencies include 1) It is hoped that leaders will improve the quality of service as well as the abilities and knowledge of employees in the world of cooperatives. 2) It is recommended for employees to improve communication with customers. 3) It is recommended for leaders to improve the company's image by promoting their company to make it more famous. 4) It is recommended that KSU Putra Jaya Sejahtera make more efforts to meet customer needs and desires.

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

ABSTRAK

Adanya perhatian dan temuan mengenai permasalahan mengenai kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan dalam upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kepuasan nasabah sesuai dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang nasabah. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional stratified random sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Saran-saran yang dapat diberikan kepada instansi antara lain 1) Diharapkan kepada pimpinan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam dunia perkoperasian. 2) Disarankan kepada karyawan untuk meningkatkan komunikasi kepada nasabah. 3) Disarankan kepada pimpinan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan mempromosikan perusahaannya agar lebih terkenal. 4) Disarankan kepada KSU Putra Jaya Sejahtera lebih berusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

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

Pendahuluan

Dewasa ini sektor jasa telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, seperti yang terjadi pada industri jasa perhotelan, asuransi, kesehatan, penerbangan, pariwisata dan telekomunikasi. Demikian pula pada industri jasa perbankan. Dalam jasa perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas produk jasa, nasabah akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa, maka nasabah akan merasa puas (Halimah, 2016).

Menurut Swasta dan Irawan (2018) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima/peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Beberapa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menurut Heriyanto, dkk., (2021) adalah komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan dan citra merek.

Begitu juga pada KSU Putra Jaya Sejahtera sebagai tempat penelitian ini, kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan eksistensi koperasi dimasa yang akan datang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan KSU Putra Jaya Sejahtera, mengatakan bahwa terjadinya penurunan jumlah nasabah merupakan salah satu hal yang mengindikasikan penurunan kepuasan nasabah dan harus diperhatikan oleh KSU Putra Jaya Sejahtera.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan penurunan jumlah nasabah disebabkan berkurangnya kepuasan nasabah yang disebabkan karena nasabah merasa kurang puas setelah melakukan transaksi. Melakukan transaksi pada KSU Putra Jaya Sejahtera belum sesuai dengan yang diharapkan. Ketidakpuasan nasabah ini berdampak kepada nasabah akan kurang memberikan rekomendasi mengenai keberadaan KSU Putra Jaya Sejahtera kepada kerabat dekatnya. Berdasarkan pengamatan di lapangan bahwa menurunnya kepuasan nasabah ini

diakibatkan oleh banyaknya faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, diantaranya masalah kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan.

Kualitas pelayanan pada KSU Putra Jaya Sejahtera sangat diperlukan, dimana kualitas pelayanan yang kurang baik akan mengakibatkan banyak nasabah yang akan beralih pada lembaga keuangan lainnya. Menyadari pentingnya kualitas pelayanan, maka KSU Putra Jaya Sejahtera dituntut untuk tetap memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada setiap nasabahnya. Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui pelayanan yang dirasakan nasabah belum memuaskan, ini dilihat banyaknya pengaduan atau keluhan yang ditemui pada kotak saran, seperti kelengkapan fasilitas operasional seperti kursi di ruang tunggu yang kurang memadai, kurang cepatnya karyawan dalam memberikan pelayanan pada saat melakukan transaksi, kurang ramahnya karyawan kepada nasabah serta karyawan kurang cepat tanggap dalam memahami keinginan nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah masalah terkait komunikasi, diantaranya adalah: karyawan kurang menawarkan layanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, karyawan kurang memberikan informasi jika terdapat layanan serta produk yang baru kepada nasabahnya serta karyawan kurang memiliki kemampuan secara terbuka untuk mendiskusikan solusi kepada nasabah ketika terjadi suatu masalah.

Banyaknya lembaga keuangan yang muncul mengakibatkan masyarakat lebih bebas dalam menjatuhkan pilihannya. Menyikapi hal tersebut, agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya maka KSU Putra Jaya Sejahtera harus memiliki strategi yang efektif agar menciptakan citra perusahaan yang baik. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah ditemukan masalah citra perusahaan, diantaranya kurangnya citra perusahaan yang dimiliki oleh KSU Putra Jaya Sejahtera di mata nasabah disebabkan karena karyawan yang kurang memberikan pelayanan terbaik untuk para nasabahnya serta nasabah merasa kurang puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian-uraian permasalahan di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada KSU Putra Jaya Sejahtera”**.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada KSU Putra Jaya Sejahtera yang beralamat di Jalan Arjuna No. 8X, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, Bali. Obyek penelitian ini adalah mengenai

kualitas pelayanan (X_1), komunikasi (X_2), citra Perusahaan (X_3) dan kepuasan nasabah (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KSU Putra Jaya Sejahtera tahun 2023 yang berjumlah 2.246. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional stratified random sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Determinasi, dan Pengujian Hipotesis.

Hasil dan Analisis

Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Pengujian Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

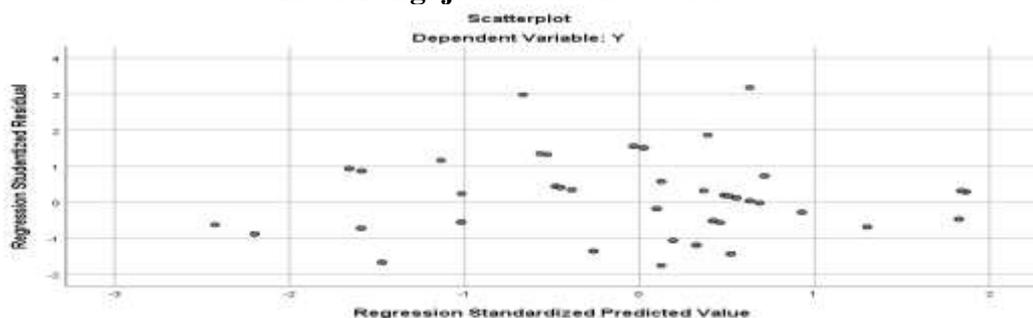
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.824	.829		2.199	.030		
X1	.202	.037	.400	5.394	.000	.917	1.090
X2	.256	.046	.427	5.557	.000	.854	1.171
X3	.166	.036	.368	4.645	.000	.805	1.243

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Lampiran 8 (data diolah, tahun 2024)

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 1
Hasil Pengujian Heterokedastisitas



Sumber : Lampiran 8 (data diolah, tahun 2024)

Berdasarkan tampilan pada *scatter plot* pada Gambar 1 dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan grafik tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut.

Tabel 2
Hasil Pengujian Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27282355
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.050
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Lampiran 8 (data diolah, tahun 2024)

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.824	.829		2.199	.030
	X1	.202	.037	.400	5.394	.000
	X2	.256	.046	.427	5.557	.000
	X3	.166	.036	.368	4.645	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 9 (data diolah, tahun 2024)

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh persamaan regresi linier berganda adalah : $Y = 1,824 + 0,202 X_1 + 0,256 X_2 + 0,166 X_3$ sehingga memberikan informasi bahwa nilai koefisien regresi bertanda positif artinya ada hubungan searah, jika kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan ditingkatkan, maka kepuasan nasabah akan meningkat.

Analisis Determinasi

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 25* dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Tabel Model Summary
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.535	.520	1.29341

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Lampiran 9 (data diolah, tahun 2024)

Berdasarkan Tabel 4 besarnya koefisien determinasi adalah sebesar $D = 52,00$ persen. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi/sumbangan kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera adalah sebesar 52,00.

Pengujian Hipotesis

Analisis Statistik Uji t (t-test)

Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t (t-test) dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 25* dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Hasil Analisis Statistik Uji t (t-test)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.824	.829		2.199	.030
	X1	.202	.037	.400	5.394	.000
	X2	.256	.046	.427	5.557	.000
	X3	.166	.036	.368	4.645	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 9 (data diolah, tahun 2024)

Berdasarkan Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa nilai $t_{1\text{-hitung}} = 5,394 > t_{\text{tabel}} = 1,662$. Maka kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa ada pengaruh positif dan

signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Nilai $t_{2\text{-hitung}} = 5,557 > t_{\text{tabel}} = 1,662$. Maka kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Sedangkan nilai $t_{3\text{-hitung}} = 4,645 > t_{\text{tabel}} = 1,662$. Maka kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera.

Analisis Statistik Uji F (F-test)

Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F (F-test) dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics 25* dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Hasil Analisis Statistik Uji F (F-test) pada Tabel Anova
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.426	3	59.142	35.353	.000 ^b
	Residual	153.908	92	1.673		
	Total	331.333	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Lampiran 9 (data diolah, tahun 2024)

berdasarkan Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} = 35,353 > F_{\text{tabel}} = 2,70$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera.

Interprestasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan di uji secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Hal ini berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Presepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan konsumen. Bila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian

yang diteliti oleh Cavalera dan Soliha (2019), Rizalfalal, dkk., (2020), Wijanarko dan Krisnawati (2020), Wahab (2020), Heriyanto, dkk., (2021), Dewi dan Ariana (2021), Prasetyo, dkk., (2022), Nugroho dan Seminari (2023), Herlina dan Mulyeni (2023) serta Zismawati, dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi di uji secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Berdasarkan pembahasan di atas bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera.

Tanpa adanya hubungan komunikasi yang baik antara pelanggan dengan pihak perusahaan, bisa dipastikan bila pemasaran yang dijalankan kurang bekerja secara maksimal dan roda bisnis yang dijalankan belum berhasil memenangkan persaingan pasar yang semakin hari semakin ramai. Penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Heriyanto, dkk., (2021), Prasetyo, dkk., (2022) serta Herlina dan Mulyeni (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas komunikasi pemasaran terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan di uji secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Berdasarkan pembahasan di atas bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera.

Pembentukan citra perusahaan adalah dengan keseluruhan informasi terkait perusahaan yang didapat pelanggan yang diperoleh dari iklan maupun kabar mulut ke mulut. Berdasarkan pengertian tersebut mengenai citra perusahaan yang baik dapat memberikan kepuasan di benak pelanggan. Dengan perusahaan yang berusaha menciptakan citra perusahaan yang baik, dapat dipastikan akan membuat banyak pelanggan yang merasa puas dan menarik calon pelanggan baru. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Cavalera dan Soliha (2019), Wijanarko dan Krisnawati (2020), Wahab (2020), Heriyanto, dkk., (2021), Dewi dan Ariana

(2021), Nugroho dan Seminari (2023) serta Zusmawati, dkk., (2023) menunjukkan bahwa citra perusahaan dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa variabel kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera. Berdasarkan analisa dan data-data di atas menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera, serta dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heriyanto, dkk., (2021) yang menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Jakarta Gatot Subroto.

Simpulan dan Saran

Kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah pada KSU Putra Jaya Sejahtera diterima. Hal ini berarti bahwa semakin bagus kualitas pelayanan, komunikasi dan citra perusahaan, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Saran-saran yang dapat diberikan kepada instansi antara lain: 1) Diharapkan kepada pimpinan KSU Putra Jaya Sejahtera, untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam dunia perkoperasian, dengan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan-pelatihan, seminar-seminar atau sosialisasi mengenai perbankan sehingga karyawan mampu dalam menangani masalah nasabah. 2) Disarankan kepada karyawan KSU Putra Jaya Sejahtera untuk meningkatkan komunikasi kepada nasabah dengan berbagai cara misalnya komunikasi langsung maupun tidak langsung dengan berbagai media seperti internet dan media massa lainnya dengan penyampaian yang mudah dipahami dan diterima dengan baik oleh nasabah. 3) Disarankan kepada pimpinan KSU Putra Jaya Sejahtera untuk meningkatkan citra perusahaan dengan mempromosikan perusahaannya agar lebih terkenal dengan cara mengikuti event-event koperasi sehingga nasabah percaya bahwa KSU Putra

Jaya Sejahtera merupakan lembaga keuangan yang terpercaya. 4) Disarankan kepada KSU Putra Jaya Sejahtera lebih berusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti menindaklanjuti keluhan nasabah dengan segera untuk meningkatkan kepuasan dari nasabah sehingga nasabah memberikan dukungan akan keberadaan KSU Putra Jaya Sejahtera.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- 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.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- 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* ISBN: 978-979-3649-99-3.
- Dewi, K. M., & Ariana, I. K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank BPD Bali Cabang Tohpati. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 5(4).
- Halimah, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Hotel Ubud Malang). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 2.
- Heriyanto, A. Y. B., Ranti, M., Rojikun, A., & Hernaningsih, F. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pengguna Aplikasi BRImo. *Ekonomika*. 14(2), 258-277.
- Herlina, H., & Mulyeni, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen. *Indonesian Journal Of Economic And Business*. 1(1), 39-47.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- 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.
- Nugroho, R. R., & Seminari, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Major Sukses Berkah. *Public Service and Governance Journal*. 4(1), 246-257.
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. JNE Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*. 5(1), 463-472.
- Rizalfalal, M., Hufron, M., & Rahman, F. (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*. 9(09).

-
- Subadra, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Nilai Tukar, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Sukoco, S.A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Swastha, B., & Irawan, T. (2018). *Marketing Management Consumer Behavior Analysis*. 4th Edition. Yogyakarta: BPFE.
- Wahab, W. (2020). Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Kantor Kementrian Agama Kota Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*. 11(4), 351-369.
- Weningtyas, E., & Suseno, M.N. (2012). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Psikologika*. Volume 17 Nomor 1 Tahun 2012.
- Wijanarko, A., & Krisnawati, D. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Kospin Jasa. *Jurnal Ekonomi dan Industri*. e-ISSN, 2656, 3169.
- Zusmawati, Z., Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Economics and Digital Business Review*. 4(1), 470-482.