e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
website: www.fe.unisma.ac.id (email: e.jrm.feunisma@gmail.com)

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto)

Oleh:
Laidia Himmatul Ulya *)
Siti Asiyah **)
Afi Rachmat Slamet *)**

Email: 21801081122@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of service quality, trust and corporate image on customer satisfaction. The population in this study were customers of PT. Bank BPR UMKM East Java Mojokerto Branch that uses products/services at PT. Bank BPR UMKM East Java Mojokerto Branch with a total sample of 100 respondents. The analysis method uses multiple linear regression analysis. Sampling technique with non probability sampling technique with purposive sampling method. The results showed that the variables of service quality, trust and corporate image simultaneously affect customer satisfaction. The variables of service quality, trust and company image partially have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Trust, Company Image, Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyaknya perbankan yang ada di setiap daerah menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perbankan untuk dapat mempertahankan nasabahnya dan menarik calon nasabah baru agar memilih perbankan mereka sebagai layanan pemberi jasa yang dapat mereka percaya. Setiap bank dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi berbagai macam pesaing yang bergerak dalam industri perbankan. Hal ini karena persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap bank. Sedangkan pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuan menghimpun dana masyarakat, baik dalam skala kecil maupun skala besar.

PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto adalah salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro,kecil dan menengah dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan, BPR (Bank Perkreditan Rakyat) lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, kredit dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR.

PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto merupakan salah satu dari sekian banyak bank yang berada di Kota Mojokerto yang dalam pelayanannya

memperhatikan kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan guna meningkatkan kepuasan dimata masyarakat maupun nasabahnya. Namun, dalam upaya menciptakan kepuasan nasabah PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto nampaknya masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi sehingga sulit untuk mencapai tujuan perusahaan ini terlihat dari kondisi perkembangan jumlah nasabah PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto periode 2019 – Desember 2020 sebagai berikut:

Tabel 1
Data Jumlah Nasabah (Orang)
PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto
Periode Tahun 2019 – Tahun 2020

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)		
	Tabungan	Deposito	Kredit
2019	7.032	193	1.308
2020	7.177	183	1.092

Sumber: Data Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto, 2021

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah tabungan tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 145 nasabah/orang, penurunan jumlah nasabah deposito tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 10 nasabah/orang, dan juga terjadi penurunan jumlah nasabah kredit tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 216 nasabah/orang. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan jumlah nasabah yang kurang stabil pada PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto. Maka dari itu perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi naik dan turunnya jumlah nasabah dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Kualitas layanan yang ditawarkan dan diberikan oleh PT. Bank BPR UMKM Cabang Mojokerto harus bisa memenuhi bahkan melebihi harapan dari nasabah agar terbentuk suatu perasaan puas dalam diri nasabah atas kualitas layanan yang diperoleh. Kepercayaan juga mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap nasabah. Nasabah yang telah menetapkan kepercayaannya pada satu perusahaan dapat mendatangkan calon nasabah lain apabila nasabah tersebut membagikan pengalaman yang telah dirasakannya pada orang lain terhadap perbankan yang menjadi pilihannya bahwa PT. BPR UMKM Cabang Mojokerto mampu memberikan layanan jasa keuangan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan nasabah. Oleh karena itu PT. BPR UMKM Cabang Mojokerto perlu menjaga dan mempertahankan citra perusahaan yang positif di mata masyarakat dan nasabahnya, karena apabila citra yang tercipta di dalam masyarakat bukanlah citra positif maka tidak menutup kemungkinan hal tersebut akan menimbulkan kekecewaan pada diri nasabah dan menyebabkan nasabah akan berpindah memilih jasa perbankan lainnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah: 1)Apakah kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. 2)Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. 3)Apakah

kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. 4)Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Tujuan Penelitian

(1)Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.(2)Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.(3)Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.(4)Untuk mengetahui dan menganalisis citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi (referensi) guna melakukan penelitian lebih lanjut dari perspektif yang berbeda sekaligus menambah wawasan yang dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan penelitian khususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah serta pengembangan ilmu ekonomi pemasaran.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti empiris bagi pihak PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan agar lebih tercipta kepuasan bagi nasabah dan dapat menarik nasabah lebih banyak lagi.

Tinjauan Teori

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah hasil perbandingan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya sehingga menimbulkan perasaan senang atau kecewa (Syaifullah, S & Mira, 2018). Menurut (Fatihudin, 2019) Kepuasan nasabah adalah pengukuran atau indikator sejauh mana nasabah atau pengguna produk atau jasa sangat senang dengan produk – produk atau jasa yang diterima. Kepuasan adalah perbandingan antara harapan dan presepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

Indikator Kepuasan Nasabah: Menurut (Tjiptono, 2014) indikator dari kepuasan nasabah yaitu: (1) Kesesuaian harapan (2) Minat berkunjung kembali (3) Kesediaan merekomendasikan.

Kualitas Layanan

Menurut (Kotler dan Keller, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah secara umum nasabah membandingkan pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan nasabah maka nasabah akan puas sedangkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan jauh dibawah harapan nasabah makan nasabah akan kecewa.

Indikator Kualitas Layanan: Menurut Tjiptono dalam (Dewi, 2019) ada lima dimensi SerQual *(Service Quality)* yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu: (1) *Tangibles* (Bukti Fisik) (2) *Reliability* (Keandalan).(3) *Responsiveness* (daya tanggap).(4) *Assurance* (jaminan).(5) *Emphaty* (kepedulian).

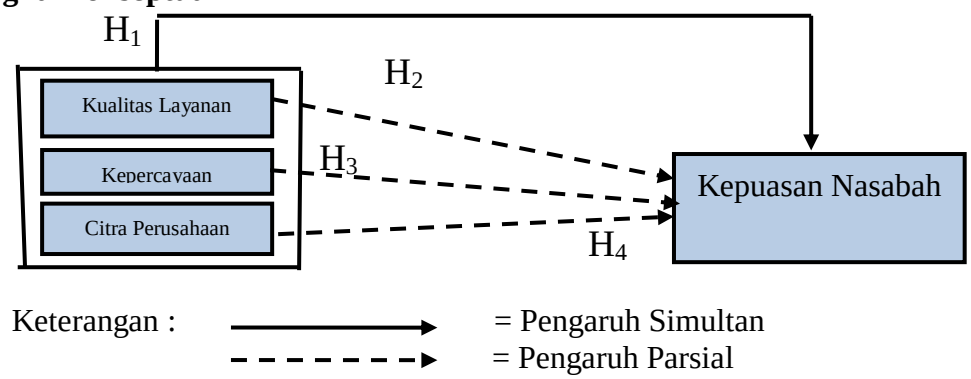
Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu dari karakteristik sikap dan keyakinan bahwa penyedia jasa layanan dapat dihandalkan dan dapat bertanggung jawab atas kinerjanya (Ita, 2016). Menurut (Gisela E, 2014) mengemukakan bahwa kepercayaan diciptakan melalui ikatan hubungan rasional dan emosional. Kepercayaan rasional mengacu pada kesediaan konsumen untuk berpasrah pada penyedia layanan yang kompeten dan dapat diandalkan, sedangkan kepercayaan emosional adalah kepercayaan yang timbul dari perasaan konsumen dengan *level of care* dan *concern* terhadap penyedia layanan.
Indikator Kepercayaan: Menurut Yee & Faziharudean dalam (Segara, 2019) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen yaitu: (1)Integritas *(integrity)* (2)Kebaikan *(benevolence)*.(3) Kompetensi *(competence)*.

Citra Perusahaan

Menurut (Siringoringo, R & Kurniawan, 2018) citra perusahaan adalah pandangan atau pikiran publik tentang suatu perusahaan yang dibentuk dari keseluruhan kesan nasabah. Citra perusahaan berhubungan dengan atribut fisik dan perilaku perusahaan, inovasi produk dan pelayanannya, dan kesan kualitas komunikasi pegawainya dalam menjalin hubungan dengan nasabah. Lawrence dalam (Sutojo, 2011) mengatakan bahwa bagi perusahaan, citra juga dapat diartikan sebagai presepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan, seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, citra perusahaan yang sama dapat berbeda dimata dua orang yang berlainan maka sangatlah penting untuk menciptakan citra yang baik secara keseluruhan dalam suatu organisasi.
Indikator Citra Perusahaan: Indikator yang digunakan untuk mengukur citra perusahaan dalam penelitian ini mengacu pada teori dari Shirley Harrison dalam (Leni Nurjannah, 2016) yang meliputi : (1)Kepribadian. (2) Reputasi (nama baik). (3) Nilai. (4) Identitas Perusahaan.

Kerangka Konseptual



Hipotesis:

H1: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto

H2: Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto

H3: Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

H4: Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada Nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain, (Sugiyono, 2016:53). Di dalam penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan pengaruh antara kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di PT. Bank BPR Bank UMKM Jatim Cabang Mojokerto Jl. Mojopahit No. 381-393 Margelo, Kranggan Kec. Prajurit Kulon Kota Mojokerto, Jawa Timur.

Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Oktober 2021 sampai Februari 2022

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto pada tahun 2019 dan tahun 2020 dengan jumlah sebanyak 8.452 nasabah/orang.

Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus *Slovin* (Darmawan, 2013) dengan presentase kesalahan 10% sebagai berikut :

$$n = N / 1 + Ne^2$$

Dimana : n : Jumlah Sampel
N : Jumlah Populasi
e : batas toleransi kesalahan *(error tolerance)*

$n = N / 1 + Ne^2 = 8452 / 1 + 8452 (0,1)^2 = 99,83 = 100$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 nasabah/orang dan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan

anggota sampel dengan mempertimbangkan khusus sehingga layak untuk dijadikan sampel. Kriteria dalam penelitian ini yang ditetapkan oleh peneliti adalah Nasabah aktif PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang berusia > 20 tahun.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah sumber data yang didapatkan peneliti secara langsung dari sumber aslinya tanpa adanya perantara, (Sugiyono, 2016:137). Data primer dalam penelitian ini adalah data kuisioner nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cab. Mojokerto.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku – buku penunjang materi penelitian, jurnal, internet,literatur – literatur yang berkaitan dengan judul penelitian sekarang serta data dari PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Pada penelitian ini peneliti memakai metode pengumpulan data berupa kuesioner yang akan dibagikan kepada Nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cab. Mojokerto. Kuesioner adalah teknik pengambilan data berupa dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, (Sugiyono, 2016:142).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan hasil kuisioner jawaban responden dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak ialah perempuan dengan jumlah 57 responden (57%) sedangkan berdasarkan jenis kelamin laki – laki sebanyak 43 responden (43%).

Kemudian berdasarkan hasil kuisioner jawaban responden dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak ialah nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim cabang Mojokerto yang berusia >30 – 40 tahun dengan jumlah 39 responden (39%). Nasabah yang berusia 21-30 tahun dengan jumlah 19 responden (19%). Nasabah yang berusia >40-50 tahun dengan jumlah 27 responden (27%) sedangkan nasabah yang berusia >50 tahun dengan jumlah 15 responden (15%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto rata – rata berusia >30 – 40 tahun.

Kemudian berdasarkan hasil kuisioner jawaban responden dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak ialah nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang bekerja sebagai wiraswasta dengan jumlah 29 responden (29%), nasabah yang bekerja sebagai PNS/POLRI/TNI dengan jumlah 13 responden (13%), nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta dengan jumlah 26 responden (26%) nasabah yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga dengan jumlah 17 (17%), dan nasabah lain lain sebesar 14 respoden (14%), sedangkan jumlah paling sedikit pada mahasiswa dengan jumlah 1 responden (1%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto rata – rata bekerja sebagai wiraswasta.

Kemudian berdasarkan hasil kuisioner jawaban responden dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan lama menjadi nasabah ialah >3 – 5 tahun dengan jumlah 47 responden (47%), lama menjadi nasabah >1-3 tahun dengan jumlah 19 responden (19%), lama menjadi nasabah >5 tahun dengan jumlah 25

responden (25%), sedangkan paling sedikit ialah lama menjadi nasabah < 1 tahun dengan jumlah 9 (9%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto rata – rata menjadi nasabah selama > 3- 5 tahun.

Berdasarkan hasil kuisioner jawaban responden dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan produk/jasa layanan yang digunakan ialah pada tabungan yang berjumlah 51 responden (51%), pada kredit berjumlah 29 responden (29%) sedangkan jumlah paling sedikit berada pada deposito dengan jumlah 20 responden (20%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto rata – rata menggunakan produk tabungan.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keputusan
Kualitas Layanan	X1.1	0,795	0,195	Valid
	X1.2	0,756	0,195	Valid
	X1.3	0,779	0,195	Valid
	X1.4	0,696	0,195	Valid
	X1.5	0,214	0,195	Valid
Kepercayaan	X2.1	0,756	0,195	Valid
	X2.2	0,846	0,195	Valid
	X2.3	0,682	0,195	Valid
Citra Perusahaan	X3.1	0,804	0,195	Valid
	X3.2	0,815	0,195	Valid
	X3.3	0,805	0,195	Valid
	X3.4	0,754	0,195	Valid
Kepuasan Nasabah	Y1.1	0,846	0,195	Valid
	YI.2	0,818	0,195	Valid
	Y1.3	0,788	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah,Tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian Uji Validitas, dapat diketahui bahwa pada variabel Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Citra Perusahaan (X3), dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel sehingga dari data tersebut maka setiap item pernyataan pada variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien *Cronbach's Alpha*	Keputusan
Kualitas Layanan (X1)	0,667	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,640	Reliabel
Citra Perusahaan (X3)	0,804	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,746	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil penelitian Uji Reliabilitas bahwa menunjukkan semua variabel Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Citra Perusahaan (X3) dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga seluruh item pernyataan pada variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22391625
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.039
Test Statistic		.047
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: Data Primer Diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan *One - Sample Kolmogorov Smirnov Test* diketahui bahwa nilai sig. yang diperoleh pada variabel Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Nasabah memiliki nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keputusan
Kualitas Layanan	1,941	Bebas Multikolinearitas
Kepercayaan	1,026	Bebas Multikolinearitas
Citra Perusahaan	1,971	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 1,941, variabel Kepercayaan sebesar (X2) 1,026 dan variabel Citra Perusahaan (X3) sebesar 1,971. Dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai VIF < 10. Dengan demikian bahwa variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keputusan
Kualitas Layanan (X1)	0,859	Bebas Heteroskedastisitas
Kepercayaan (X2)	0,764	Bebas Heteroskedastisitas
Citra Perusahaan (X3)	0,619	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji *Spearman rho* diperoleh nilai sig pada variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,859, variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,764, dan Citra Perusahaan (X3) sebesar 0,619. Semua variabel memiliki nilai sig > 0,05 yang menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Analiss Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.918	1.394		3.529	.001
	Kualitas_Layanan	.277	.071	.382	3.875	.000
	Kepercayaan	.162	.070	.165	2.306	.023
	Citra_Perusahaan	.278	.070	.393	3.949	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah						

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2021

Dari tabel diatas diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y= 4,918 + 0,277X1 + 0,162X2 + 0,278X3

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a. α = Nilai konstanta positif artinya dalam model tidak ada variabel X1, X2,X3, maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) bernilai positif.
b. b_1 = Koefisien regresi Kualitas Layanan (X1) bernilai positif artinya jika variabel Kualitas Layanan (X1) meningkat, maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto akan mengalami peningkatan.
c. b_2 = Koefisien regresi Kepercayaan (X2) bernilai positif artinya jika variabel Kepercayaan (X2) meningkat, maka variabel Kepuasan Nasbaah (Y) di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto juga akan mengalami peningkatan.
d. b_3 = Koefisien regresi Citra Perusahaan (X3) bernilai positif artinya jika variabel Citra Perusahaan (X3) meningkat maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.491	3	53.164	34.415	.000[b]
	Residual	148.299	96	1.545		
	Total	307.790	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Citra_Perusahaan, Kepercayaan, Kualitas_Layanan						

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2021

Berdasarkan dari hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 34,415 serta nilai sig = 0,000. Nilai sig < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Citra Perusahaan (X3) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.918	1.394		3.529	.001
	Kualitas_Layanan	.277	.071	.382	3.875	.000
	Kepercayaan	.162	.070	.165	2.306	.023
	Citra_Perusahaan	.278	.070	.393	3.949	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah						

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

Dari hasil pengujian secara parsial dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki nilai signifikan 0,00 < 0,05, variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai signifikan 0,023 < 0,05, variabel Citra Perusahaan (X3) memliki nilai signifikan 0,00 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Citra Perusahaan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720[a]	.518	.503	1.243
a. Predictors: (Constant), Citra_Perusahaan, Kepercayaan, Kualitas_Layanan				

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

Berdasarkan hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,503. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Citra Perusahaan (X3) berkontribusi sebesar 50,3% terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Menurut hasil analisis data, bahwasanya dapat dinyatakan Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Hal ini didukung dengan teori (Kotler & Keller, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah secara umum pelanggan membandingkan pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu apabila layanan PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan nasabah maka nasabah akan puas sedangkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan jauh dibawah harapan nasabah maka nasabah akan kecewa dan tidak puas. PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto harus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang memberikan kemudahan dan keuntungan untuk

menciptakan kepuasan nasabahnya. Kepercayaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dimana kepercayaan merupakan salah satu dari karakteristik sikap dan keyakinan bahwa penyedia jasa layanan dapat dihandalkan dan dapat bertanggung jawab atas kinerjanya (Ita, 2016). Dengan adanya kepercayaan dapat mendorong PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto untuk berusaha menjaga hubungan kerjasama yang terjalin dengan nasabahnya. Selain kualitas layanan dan kepercayaan, citra perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak nasabah tentang perusahaan. Untuk itu, PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang perbankan yang diharapkan sehingga dapat mengarahkan nasabah dalam mencitrakan perusahaan secara positif.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Finnora, 2017) dengan hasil penelitianya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dilanjut dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Rizalfalal, 2020) dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut hasil analisis data Kualitas Layanan secara parsial dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. Dengan demikian PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto harus memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah. Kualitas layanan yang baik membuat nasabah merasa puas dan tidak kecewa. Apabila kualitas layanan jasa yang dirasakan kecil dari pada yang diharapkan nasabah, maka nasabah akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberikan dampak negatif lainnya pada perusahaan. Adapun kualitas layanan yang diberikan PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto cukup memuaskan dari segi penampilan pegawai yang rapi, mampu memberikan pelayanan transaksi secara tepat waktu, sigap dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, serta memiliki pengetahuan yang lengkap mengenai jenis produk/jasa yang ditawarkan untuk meyakinkn nasabah dan memberikan perhatian yang penuh kepada nasabah.

Hal ini sejalan dan mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Finnora, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menurut pendapat nasabah dikarenakan oleh tersedia fasilitas kantor pelayanan yang sangat baik, peralatan yang menunjang layanan ATM berfungsi dengan baik, layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan dan customer service melayani setiap keluhan nasabah dengan baik. Hal ini juga sejalan dan mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Japlani, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut hasil analisis data Kepercayaan secara parsial dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. Kepercayaan melibatkan kesediaan nasabah untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan. Nasabah yang percaya terhadap suatu perbankan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perbankan yang akhirnya akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya. Dalam membangun kepercayaan tersebut perlu adanya usaha dari perusahaan sehingga rasa percaya nantinya juga akan dapat menciptakan suatu hubungan jangka panjang dan kepuasan nanti juga didapatkan. Demikian PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto mampu memberikan solusi kepada nasabah saat nasabah sedang mengalami kesulitan maka akan menimbulkan kepercayaan pada nasabah terhadap perusahaan tersebut. Selain itu PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto selalu memberikan hadiah kepada nasabahnya sebagai bentuk kebaikan hati yang diberikan oleh perusahaan.

Hal ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Rizalfalal, 2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga sejalan dan mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Japlani, 2020) menyatakan bahwa kepercayaan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Citra Perusahaan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut hasil analisis data Citra Perusahaan secara parsial dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. Citra perusahaan merupakan pemikiran nasabah tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman nasabah masing – masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi nasabah (Ratih, 2009). Citra perusahaan yang positif maka nasabah akan merasa puas dan informasi yang ditularkan dari mulut ke mulut dapat menarik minat calon nasabah baru untuk menggunakan produk/jasa layanan di perbankan tersebut. Maka dari itu PT. Bank BPR UMK Jatim Cabang Mojokerto memberikan dana CSR atau dana sosial sebagai bentuk kepedulian sosial dan mempunyai budaya kerja yang baik dimata nasabah. Hal tersebut merupakan salah satu strategi dimana ketika bank peduli dengan lingkungan sosial maka akan menciptakan image baik di mata nasabah dan nasabah akan puas dengan perbankan tersebut.

Hal ini juga sejalan dan mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Nugroho, 2018) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga sejalan dan mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Larasati, 2018) yang menyatakan bahwa citra perusahaan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:(1)Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan secara

simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto. (2)Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.(3)Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.(4)Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Keterbatasan

(1)Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan. Masih banyak variabel – variabel lain yang mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah, seperti penanganan keluhan, komitmen.(2)Penelitian ini hanya dilakukan pada bidang perbankan, yaitu PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang belum tentu mempunyai hasil penelitian yang sama jika diterapkan pada bidang lain.

Saran

Bagi Perusahaan: (1)Perusahaan diharapkan mampu memberikan perhatian penuh kepada nasabah yang mengalami masalah seperti kehilangan buku tabungan agar dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, serta menjamin bahwa ketika nasabah menggunakan produk/jasa layanan yang ada di PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto mereka merasa puas.(2)Perusahaan diharapkan telah menerapkan prinsip – prinsip yang dapat diterima nasabah seperti berperilaku jujur agar dapat mempertahankan dan membangun kepercayaan kepada nasabah di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.(3)Perusahaan diharapkan perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang diharapkan kepada nasabah sehingga dapat mengarahkan nasabah dalam mencitrakan perusahaan secara positif.

Bagi Penelitian Selanjutnya: (1)Penambahan variabel – variabel lain yang mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah, seperti penanganan keluhan, komitmen. (2)Objek penelitian bisa lebih dikembangkan. (3)Dapat memperbaruhi pernyataan – pernyataan dan indikator pada penelitian ini. (4)Dapat mengembangkan penelitian menjadi jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Daftar Pustaka

Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Rosdakarya.

Dewi, K. N. M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. In *Warmadewa Economic Development Journal*. Universitas Warmadewa, Denpasar Bali.

Fatihudin, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Penerbit Deepublish.

Finnora, E. & I. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *5*.

Gisela E, R. & E. J. (2014). Pengaruh Customer Satisfaction dan Switching Barries

Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Buku Petra Togamas Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Japlani, A. F. & S. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat. *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, *03*.

Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson EducationINC.

Larasati, D. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pasa PT. BRI Cabang Manna. *Jurnal Perbanas Review*, *03*.

Leni Nurjannah. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Ni Wayan Ita, M. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lion Air di Bandara Juanda Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Nugroho, B. & I. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *06*.

Ratih, I. A. B. (2009). Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumberdaya Amnesia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya. *Ekuitas*, *13*, 176–198.

Rizalfalal, M. M. H. & F. R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Bank BRI KCP Unit Lawang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, *09*.

Segara, S. C. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS PT. TIGER DUA RIBU MEDAN*. Universitas Medan Area.

Siringoringo, R & Kurniawan, P. H. (2018). Analisis Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan dan Kebijakan Tarif Listrik Prabayar Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Citra PLN BRIGHT BATAM. *Jurnal Akuntansi Barelang*, *3*, 96–108.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sutojo, S. (2011). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka.

Syaifullah, S & Mira, M. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, *6*(2), 86–91.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offseet.

Laidia Himmatul Ulya *) Adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA.
Siti Asiyah **) Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA.
Afi Rachmat Slamet ***) Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA.