

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar

Wayan Krishna Bintang Mahardika¹, I Gst. Ayu Wirati Adriati²

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional

bintangmahardika2323@gmail.com¹, wiratiadriati@undiknas.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and trust on customer satisfaction. The sample in this study is customers of LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar totaling 98 respondents. The data analysis techniques use validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, F test, and t test. From the results of the study, it is obtained that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality and trust have a significant effect on customer satisfaction. The magnitude of the influence of the independent variables on customer satisfaction is 60%. The suggestion that can be given by the researcher is that LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar should always supervise employees in providing services, so that employees try to be friendly in providing services, improve employee abilities in building customer trust by providing training to employees, and improve the quality of services.

Keywords: service quality, trust, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar sebanyak 98 responden. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji t. Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan nasabah adalah 60%. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar hendaknya selalu mengawasi karyawan dalam memberikan pelayanan, agar karyawan berusaha bersikap ramah dalam memberikan pelayanan, meningkatkan kemampuan karyawan dalam membangun kepercayaan nasabah, dengan memberikan pelatihan kepada karyawan, dan meningkatkan kualitas dari layanan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Dalam menunjang pembangunan nasional, salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah perekonomian di pedesaan, sebab desa memiliki berbagai potensi yang dapat menunjang pertumbuhan nasional (Fahrezy dkk., 2023). Seperti halnya di Bali, perekonomian di pedesaan harus diberikan perhatian khusus sebab tatanan perekonomiannya masih belum maksimal. Setiap desa di Bali terdapat satu desa adat yang memegang peranan penting dalam menata dan membina kehidupan

di desa. Desa Adat di Bali memiliki peranan yang sangat besar, baik bidang agama maupun sosial budaya yang dapat menjadi kesatuan masyarakat desa adat (Ardiansyah dkk., 2020). Seiring perkembangan zaman, masyarakat telah menyadari peran penting dari Lembaga Perkreditan Desa (LPD) dalam menunjang perekonomian desa. LPD merupakan lembaga keuangan mikro milik desa adat yang dirancang untuk melayani kebutuhan ekonomi masyarakat desa, meningkatkan kesejahteraan, serta mendukung kemandirian desa secara berkelanjutan. Keberadaan LPD menjadi salah satu penopang utama dalam memperkuat perekonomian desa, karena selain memberikan akses permodalan, LPD juga berperan dalam pemberdayaan masyarakat desa adat (Ghantynireta dkk., 2021).

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Bali adalah lembaga keuangan desa yang dimiliki oleh Desa Adat. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan buah pikiran Gubernur Bali Yth, Prof. Dr. Ida Bagus Mantra. Gagasan mendirikan LPD diilhami keberadaan Lumbung Pitih Nagari (LPN) yang merupakan lembaga simpan pinjam untuk masyarakat adat yang sukses di Padang Sumatera Barat. Dengan mengadopsi konsep sekaa dan desa adat yang telah tumbuh sejak lama di dalam masyarakat Bali, Gubernur Bali kemudian meluncurkan Lembaga Perkreditan Desa (LPD). Dengan tujuan yakni membantu desa adat dan krama desa adat dalam pembangunan adat, budaya dan agama (Japlani dkk., 2020). Tahun 1984 Pemerintah Provinsi Bali mengeluarkan Surat Keputusan (SK) Gubernur No. 972 Tahun 1984 tentang Pendirian Lembaga Perkreditan Desa di Provinsi Daerah Tingkat I Bali, dengan keberadaan LPD diatur dibawah Peraturan Daerah (PERDA) yakni Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang kini telah diganti menjadi Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 2007. Perda tersebut mengatur tentang syarat-syarat pendirian LPD. (Ayuningtyas & Siregar, 2021).

LPD merupakan suatu lembaga yang didirikan untuk kepentingan pelayanan umum khususnya bidang perekonomian di desa dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat desa adat itu sendiri (Ashiq & Hussain, 2024). Pendirian LPD yang serentak diseluruh desa adat di Bali mulai memberikan hasil dalam meningkatkan perekonomian desa adat, seperti contohnya LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar. LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar mampu meningkatkan potensi masyarakat dan membantu meringankan serta memberikan pendanaan pembangunan pura, pelaksanaan upacara agama, dan memberikan beasiswa pendidikan bagi masyarakat desa adat. Pemberian bantuan dana tersebut dilakukan guna untuk menumbuhkan kepercayaan pada masyarakat desa dan meningkatkan kepuasan serta dapat bertahan dan berdaya saing terhadap lembaga keuangan yang sejenis (Barus dkk., 2020).

Fenomena kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar mencerminkan dinamika interaksi antara nasabah dan penyedia layanan yang kompleks, di mana kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis seperti kecepatan transaksi atau ketepatan layanan, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial, termasuk rasa aman, kepercayaan terhadap integritas pegawai, serta perhatian dan empati yang diberikan selama proses pelayanan (Astuti dkk., 2020). Data catatan

pengaduan dan survei kepuasan menunjukkan bahwa nasabah menghadapi berbagai kendala, mulai dari antrian yang lama, respon pegawai yang kurang ramah, kesalahan dalam transaksi, yang semuanya berdampak langsung terhadap persepsi mereka terhadap kualitas layanan LPD (Juan & Indrawati, 2023). Selain itu, unsur kepercayaan menjadi faktor krusial, karena nasabah cenderung mengevaluasi kepuasan mereka berdasarkan sejauh mana LPD mampu memberikan transparansi, akurasi informasi produk, dan perlindungan atas simpanan mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah bersifat multidimensional, meliputi pengalaman langsung, ekspektasi, serta persepsi subjektif terhadap kualitas layanan dan integritas institusi (Firmansyah dkk., 2021). Tren pengaduan yang bervariasi dari bulan ke bulan, meskipun tidak selalu meningkat secara linear, mengindikasikan adanya fluktuasi kepuasan yang dipengaruhi oleh perubahan layanan, fasilitas, dan interaksi dengan pegawai, sehingga menuntut pengelola LPD untuk secara konsisten melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Dengan kata lain, kepuasan nasabah bukan sekadar indikator kepatuhan atau kinerja operasional, tetapi juga refleksi dari hubungan emosional dan kepercayaan yang terbangun antara nasabah dan LPD, yang menjadi landasan penting bagi keberlanjutan layanan dan loyalitas nasabah di masa depan (Bonang dkk., 2025).

Kualitas layanan adalah aspek penting apabila suatu perusahaan ingin mempertahankan pelanggan karena pelanggan merupakan aset yang sangat penting untuk kelangsungan perusahaan. Selain memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi konsumen, tingkat kepercayaan dari konsumen juga perlu diperhitungkan (Ardiansyah dkk., 2020). Kepercayaan itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi, dengan memiliki kepercayaan yang tinggi dari masyarakat maka tentu tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat, sehingga nantinya juga akan meningkatkan loyalitas masyarakat. Kepercayaan adalah kemauan perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis (Kotler dan Keller, 2021: 231). Menurut Mowem dan Minor dalam Donni Juni (2021: 116) Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya.

Kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen nasabah. Nasabah yang percaya terhadap suatu perusahaan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan yang akhirnya akan membuat konsumen mempertahankan hubungannya dengan perusahaan dan tetap menjalin ikatan emosional yang kuat. Sehingga keputusan untuk menggunakan produk perusahaan tersebut semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh nasabah (Fahrezy dkk., 2023).

Bagi suatu lembaga keuangan salah satu faktor terpenting untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Karena pelayanan merupakan aspek yang terpenting apabila suatu LPD ingin meningkatkan kepuasan dan mempertahankan nasabah yang merupakan aset yang sangat berharga untuk kelangsungan jangka panjang usahanya (Ghantynireta dkk., 2021). Dengan demikian, LPD harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan dan kebutuhan nasabah sehingga nasabah merasa puas. Hal ini sesuai dengan penjelasan

yang disampaikan oleh Oliver dalam (Supranto, 2020), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka nasabah akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, nasabah akan puas (Japlani dkk., 2020). Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.

Tabel 1. Nasabah LPD Desa Adat Sanding Periode 2020-2024

Sumber: LPD Desa Adat Sanding

Tahun	Tabungan	Deposito	Kredit
2020	3.671	825	673
2021	3.708	774	664
2022	3.854	744	603
2023	4.001	812	536
2024	4.117	803	502

Berdasarkan data jumlah nasabah LPD Desa Adat Sanding periode 2020–2024, terlihat adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan dari 3.671 menjadi 4.117 dan pemulihan jumlah nasabah deposito setelah sempat menurun, yang mencerminkan adanya pengaruh positif dari kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Peningkatan ini menunjukkan bahwa nasabah merasa dilayani dengan baik, serta memiliki rasa percaya terhadap keamanan dan kredibilitas lembaga, sehingga mereka cenderung terus menggunakan dan meningkatkan interaksi dengan produk LPD. Meskipun terjadi penurunan pada jumlah nasabah kredit, hal ini secara menjadi salah satu bentuk ketidakpuasan, melainkan dapat disebabkan oleh faktor eksternal seperti kehati-hatian dalam pengambilan pinjaman.

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa jumlah kredit yang diberikan oleh LPD Desa Adat Sanding mengalami penurunan secara bertahap dari tahun 2020 hingga 2024, yaitu dari 673 menjadi 502. Fenomena penurunan ini menunjukkan adanya kecenderungan nasabah untuk mengurangi penggunaan fasilitas kredit LPD, meskipun jumlah tabungan cenderung meningkat dari 3.671 pada 2020 menjadi 4.117 pada 2024, yang mengindikasikan pertumbuhan kepercayaan nasabah terhadap penyimpanan dana di LPD. Penurunan kredit dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain ketatnya persyaratan atau prosedur pemberian kredit, peningkatan risiko gagal bayar yang membuat LPD lebih selektif, atau perubahan preferensi nasabah yang lebih memilih menabung daripada meminjam. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi lokal, tingkat suku bunga, atau alternatif pembiayaan dari lembaga lain juga dapat memengaruhi minat nasabah terhadap kredit. Fenomena ini penting untuk dianalisis karena berimplikasi pada kinerja LPD dalam menyalurkan dana dan mengelola risiko, serta memberikan gambaran tentang perilaku keuangan nasabah yang semakin berhati-hati dalam mengakses fasilitas

kredit. Dengan demikian, penurunan kredit ini menjadi indikator perlu adanya strategi LPD untuk menyeimbangkan antara pertumbuhan tabungan, pengelolaan risiko, dan pemberian kredit yang tetap menarik bagi nasabah.

Nasabah yang puas akan setia (*loyal*) dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan. Sesuai apa yang telah dijelaskan di atas, untuk menciptakan kepuasan nasabah mengharapkan adanya peningkatan kualitas pelayanannya (Japlani dkk., 2020). LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar menyediakan pelayanan jasa keuangan bagi seluruh masyarakat desa. Adapun produk jasa yang ditawarkan dalam usahanya berupa tabungan, deposito, dan pinjaman dari masyarakat yang kemudian disalurkan dalam bentuk pemberian kredit yang efektif. Didalam menjalankan usahanya, LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar mengupayakan pelayanan yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan nasabah yaitu, prosedur yang sederhana, proses yang singkat, karakter bisnis yang luwes, cekatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, murah senyum dan menumbuhkan kepercayaan pada masyarakat desa sehingga masyarakat mempunyai rasa aman dalam menyimpan dan meminjam uang di LPD. Dengan upaya yang dilakukan dalam memberikan pelayanan yang optimal diharapkan LPD mampu meningkatkan kepuasan bagi para nasabah sehingga nasabah merasa puas (Ayuningtyas & Siregar, 2021).

Namun pada kenyataannya masih adanya keluhan dari nasabah terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh manajemen dan karyawan yang dirasakan selama menjadi nasabah di LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar. Keluhan tersebut diantaranya adalah kurang telitinya petugas teller misalnya pencatatan saldo dibuku tabungan nasabah dengan LPD berbeda maka akan berdampak terjadinya kesalahan pencatatan. Beberapa petugas keliling atau kolektor yang kurang ramah dan tulisannya yang tidak jelas serta susah dimengerti (Ashiq & Hussain, 2024). Waktu kunjungan ke rumah nasabah yang tidak dapat diprediksi, kadang lebih awal dan lebih akhir tanpa memberi informasi kepada nasabah. Petugas kolektor juga belum memberikan penjelasan secara lengkap informasi yang dibutuhkan nasabah. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka peneliti berminat melakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah sehingga LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar dapat merumuskan strategi untuk mengantisipasi nasabah tidak beralih ke lembaga keuangan yang lain (Barus dkk., 2020).

Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya oleh Ardiansyah, dkk (2020) mengungkapkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, Kirana Apsari Ayuningtyas dan Salim Siregar (2021) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti keduanya memberikan dampak secara mandiri maupun bersama-sama terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah. Di sisi lain Ali Maddinsyah, Dede Solihin, dan Sugeng Widodo (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Meskipun mereka menambahkan

variabel citra merek, penelitian tersebut tetap menguatkan pentingnya kualitas pelayanan dan kepercayaan sebagai faktor utama yang mendorong kepuasan.

Namun, tidak semua penelitian menemukan pengaruh yang sama. Bunga Vabiola Ghantynireta, Inayatilla, dan Evriyenni (2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan tidak selalu menjadi determinan kepuasan. Selain itu, Juan dan Indrawati (2023) meneliti pembayaran menggunakan QRIS dan menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang mengindikasikan bahwa dalam beberapa konteks, faktor kepercayaan mungkin tidak menjadi penentu utama kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian yang dapat dipengaruhi oleh konteks, jenis layanan, dan karakteristik konsumen.

Meskipun telah banyak dilakukan penelitian terkait topik ini, sebagian besar studi sebelumnya dilakukan pada konteks bank umum atau lembaga keuangan berskala nasional. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan (*research gap*) dengan mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding, Tampaksiring, Gianyar. LPD sebagai lembaga keuangan tradisional berbasis adat di Bali memiliki karakteristik unik yang berbeda dengan bank konvensional, sehingga penting untuk meneliti bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan membentuk kepuasan nasabah dalam konteks lokal tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar”.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) merupakan konsep yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Barus dkk., 2020). Teori ini tidak hanya berfokus pada tindakan pembelian itu sendiri, tetapi juga menelaah proses psikologis, sosial, dan emosional yang memengaruhi keputusan konsumen. Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, sikap, kepribadian, dan pengalaman masa lalu menjadi determinan utama dalam perilaku konsumen, sedangkan faktor sosial meliputi pengaruh keluarga, teman, kelompok referensi, status sosial, dan budaya (Astuti dkk., 2020). Dengan memahami perilaku konsumen, perusahaan dan pemasar dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat, mulai dari pengembangan produk, penentuan harga, promosi, hingga distribusi, sehingga dapat memaksimalkan kepuasan konsumen sekaligus meningkatkan loyalitas dan penjualan (Juan & Indrawati, 2023).

Selain itu, teori perilaku konsumen juga menekankan pentingnya proses pengambilan keputusan konsumen yang biasanya melewati beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Pada tahap pengenalan kebutuhan, konsumen

merasakan adanya ketidakseimbangan antara kondisi saat ini dengan kondisi yang diinginkan (Firmansyah dkk., 2021). Selanjutnya, konsumen melakukan pencarian informasi baik secara internal melalui pengalaman sebelumnya maupun secara eksternal melalui media, teman, atau sumber informasi lainnya. Evaluasi alternatif dilakukan dengan menimbang berbagai opsi produk atau jasa yang tersedia, mempertimbangkan kualitas, harga, merek, dan atribut lainnya (Bonang dkk., 2025). Keputusan pembelian adalah titik di mana konsumen memilih produk tertentu, sementara perilaku pasca-pembelian melibatkan kepuasan, ketidakpuasan, atau kemungkinan perilaku pembelian ulang di masa mendatang. Pemahaman menyeluruh tentang perilaku konsumen ini menjadi landasan penting bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan serta preferensi konsumen (Ardiansyah dkk., 2020).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Menurut Barus *et al.*, (2020), kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan lima dimensi utama: *tangibles* (fasilitas fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi:

1. Keandalan (*Reliability*)
Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan konsisten dan akurat.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Kesiapan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.
3. Jaminan (*Assurance*)
Pengetahuan dan kesopanan staf yang meningkatkan kepercayaan konsumen.
4. Empati (*Empathy*)
Perhatian yang diberikan kepada pelanggan secara individu.
5. Fasilitas Fisik (*Tangibles*)
Keadaan fisik tempat dan fasilitas yang mendukung pelayanan.

Kepercayaan

Menurut Wardhana (2020), kepercayaan konsumen merupakan keyakinan bahwa perusahaan atau penyedia jasa akan bertindak secara konsisten, jujur, dan sesuai dengan harapan konsumennya. Dalam konteks layanan digital maupun konvensional, kepercayaan dibangun melalui jaminan keamanan, keterbukaan informasi, komitmen dalam menjaga hubungan dengan konsumen, serta kepatuhan terhadap aturan yang berlaku. Kepercayaan menjadi elemen penting dalam menciptakan loyalitas konsumen, karena tanpa adanya rasa percaya hubungan jangka panjang tidak dapat terjalin dengan baik.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2021), kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan

(expectation) dengan kinerja nyata (*actual performance*) suatu produk atau layanan. Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah dioperasionalkan melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Kesesuaian layanan (*Service Conformity*): sejauh mana layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Pengalaman positif (*Positive Experience*): intensitas dan frekuensi pengalaman menyenangkan yang dirasakan pelanggan selama menggunakan layanan.
3. Kepuasan umum (*Overall Satisfaction*): evaluasi menyeluruh pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.
4. Loyalitas (*Loyalty*): kecenderungan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Sanding yang terletak di Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. LPD ini merupakan lembaga keuangan tradisional milik masyarakat adat yang berfungsi sebagai sarana penghimpun dan penyalur dana masyarakat lokal melalui berbagai produk seperti tabungan, kredit, dan layanan keuangan lainnya. Letaknya yang strategis di tengah lingkungan masyarakat menjadikan LPD ini memiliki hubungan yang erat dengan nasabahnya, yang sebagian besar adalah masyarakat desa. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingkat keaktifan operasional LPD serta perannya yang penting dalam mendukung perekonomian masyarakat desa, sehingga dinilai relevan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah secara langsung.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5.422 orang yang merupakan jumlah nasabah deposito, tabungan dan kredit. Dengan sampel sebanyak 98 orang yang ditentukan menggunakan metode *probability sampling* dengan pendekatan *proportionate stratified random sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dengan cara menyusun daftar pertanyaan, dimana setiap pertanyaan disediakan pilihan jawaban. Kuisisioner dalam penelitian ini berisikan pernyataan- pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan.

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini dibantu dengan software SPSS yang dijalankan pada media komputer. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel, adapun tahapan analisis data adalah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Analisis Determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.24149496
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) pada Tabel 2 tersebut diperoleh nilai nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

Model	Coefficients^a				Collinearity Statistics			
	Unstandardized		Standardized					
	Coefficients	Std.	Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.207	2.036			2.066	.042		
Kualitas pelayanan	.498	.052	.658		9.573	.000	.736	1.359
Kepercayaan	.252	.068	.254		3.701	.000	.736	1.359

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independennya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.755	1.291		3.682	.000
	Kualitas pelayanan	-.017	.033	-.062	-.525	.601
	Kepercayaan	-.053	.043	-.145	-1.235	.220

a. Dependent Variable: Absolute_Residual

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4 tersebut, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.207	2.036		2.066	.042
	Kualitas pelayanan	.498	.052	.658	9.573	.000
	Kepercayaan	.252	.068	.254	3.701	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 5 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,207 + 0,498X_1 + 0,252X_2$$

1. Nilai Koefisien konstanta sebesar 4,207 yang memiliki makna bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan pada angka nol (0) maka kepuasan nasabah sebesar konstan yaitu 4,207.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,498 memiliki makna bahwa apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,498. hal ini berarti setiap peningkatan pada kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan adalah sebesar 0,252 memiliki makna bahwa apabila variabel kepercayaan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,252. Hal ini berarti setiap peningkatan pada kepercayaan dapat meningkatkan kepuasan

nasabah.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.670	.663	3.275

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas pelayanan

Berdasarkan Tabel 6 tersebut dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R square (R^2) adalah sebesar 0,663 menunjukkan bahwa 66,3% variasi variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan. Sedangkan sisanya ($100\% - 66,3\%$) = 33,7% dipengaruhi oleh variabel - variabel lain diluar model penelitian.

Hasil Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2067.701	2	1033.851	96.365	.000 ^b
	Residual	1019.207	95	10.728		
	Total	3086.908	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah
 b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel 7 di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung 96,365 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepercayaan (X_2) berpengaruh signifikan (nyata) terhadap kepuasan nasabah (Y). Sehingga model penelitian dianggap layak uji dan pengujian hipotesis dapat dilanjutkan.

Hasil Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Sumber: Hasil pengolahan data, 2025

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	4.207	2.036		2.066	.042

Kualitas pelayanan	.498	.052	.658	9.573	.000
Kepercayaan	.252	.068	.254	3.701	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar

Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, diperoleh nilai koefisien t 9,573, nilai koefisien regresi sebesar 0,498 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar, begitu juga sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka akan menurunkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) menjelaskan bagaimana konsumen memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Schiffman & Kanuk, 2010). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, persepsi, pengalaman sebelumnya, serta faktor eksternal seperti kualitas layanan, lingkungan, dan interaksi sosial. Dalam konteks layanan keuangan, keputusan nasabah untuk memilih, menggunakan, dan tetap loyal terhadap suatu lembaga sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Pemahaman terhadap perilaku konsumen ini menjadi penting agar institusi seperti LPD dapat merancang layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah, sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPD sangat memengaruhi kepuasan nasabah. Layanan yang cepat, tepat, ramah, dan sesuai dengan harapan nasabah akan meningkatkan kepuasan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firmansyah et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada agen BRILink di Sumatera Utara. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Ramadhan et al. (2022) pada pelanggan Menantea Field, di mana kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta diperkuat oleh temuan Pujangga et al. (2024) pada usaha catering di Tangerang yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian pada objek Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang dilakukan oleh Astriyanti, Giantari, dan Rastini (2023) pada LPD Desa Adat Kapal, Jimbaranto, Sumada, dan Wirata (2024) pada LPD Desa Adat Padang Luwih, serta Widnyana dan Suarmanayasa (2021) pada LPD Desa Adat Ularan, yang secara keseluruhan membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD, sehingga semakin menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar

Pengujian pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai koefisien t 3,701, nilai koefisien regresi sebesar 0,252 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik kepercayaan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar, begitu juga sebaliknya semakin buruk kepercayaan maka akan menurunkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan dalam memilih, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Schiffman & Kanuk, 2010). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, persepsi, sikap, dan pengalaman sebelumnya, serta faktor eksternal seperti lingkungan, interaksi sosial, dan kualitas layanan. Dalam konteks lembaga keuangan, salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen adalah kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Nasabah yang mempercayai kemampuan LPD dalam menjaga dan mengelola dana, memberikan layanan yang aman, dan bertindak jujur, cenderung merasa nyaman, puas, dan loyal terhadap layanan yang diberikan. Pemahaman perilaku konsumen ini menjadi dasar bagi lembaga keuangan untuk membangun hubungan yang kokoh dengan nasabah melalui peningkatan kepercayaan. Kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan seperti LPD sangat menentukan tingkat kepuasan mereka. Nasabah yang merasa aman dan percaya bahwa LPD dapat menjaga serta mengelola dana dengan baik akan lebih puas terhadap layanan yang diterima.

Hasil penelitian ini sejalan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhan et al. (2022) hasil temuannya adalah kepercayaan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Menantea Field. Penelitian lain oleh Ashiq & Hussain (2024) dalam konteks *e-commerce* Pakistan juga membuktikan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam menciptakan *e-satisfaction* pelanggan. Sejalan dengan itu, Shoalihin et al. (2025) menegaskan bahwa kepercayaan konsumen berperan besar dalam meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan di sektor jasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, seperti pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang kurang optimal dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah.

2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap LPD, baik dari segi keamanan, keandalan, maupun komitmen lembaga dalam memenuhi janji layanan, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Kepercayaan yang baik akan memperkuat hubungan antara nasabah dan LPD serta mendorong terciptanya kepuasan yang berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pada variabel kualitas pelayanan, masih terdapat aspek pelayanan yang memperoleh penilaian relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Oleh karena itu, LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar disarankan untuk meningkatkan sikap dan perilaku pelayanan karyawan, khususnya dalam hal interaksi langsung dengan nasabah, melalui pengawasan dan pelatihan pelayanan prima. Di sisi lain, aspek kualitas pelayanan yang memperoleh penilaian tertinggi perlu dipertahankan dan dijadikan standar pelayanan guna menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepuasan nasabah.
 - b. Pada variabel kepercayaan, terdapat indikator yang memperoleh penilaian lebih rendah sehingga LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar diharapkan dapat meningkatkan kemampuan serta integritas karyawan dalam membangun dan menjaga kepercayaan nasabah, antara lain melalui pembinaan dan pelatihan berkelanjutan. Sementara itu, aspek kepercayaan yang telah memperoleh penilaian tertinggi perlu terus dipertahankan agar tingkat kepercayaan nasabah terhadap LPD tetap terjaga.
 - c. Pada variabel kepuasan nasabah, masih terdapat aspek kepuasan yang dinilai relatif lebih rendah oleh responden. Oleh karena itu, LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar disarankan untuk melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh agar dapat lebih sesuai dengan harapan nasabah. Di sisi lain, aspek kepuasan nasabah yang memperoleh penilaian tertinggi perlu dipertahankan dan dikembangkan sebagai keunggulan layanan LPD.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji dan meneliti faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah selain variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan. Agar nantinya dapat mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Sanding Tampaksiring Gianyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andresson, J., & Weitz, B. (2022). Relationship marketing: Trust and commitment. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 245–260.
- Ashiq, R., & Hussain, A. (2024). Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers' e-satisfaction and e-loyalty: Insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(2), 117–141. <https://doi.org/10.1108/JEBDE-09-2023-0019>
- Astriyanti, N. L. D., Giantari, I. G. A. K., & Rastini, N. M. (2023). Peran kepercayaan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Kapal. *E-Jurnal Manajemen*, 12(9), 954–973. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2023.v12.i09.p04>
- Bonang, A., Fianto, B. A., & Sukmana, R. (2025). Bibliometric analysis of service quality and customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Business and Economics Research*, 12(1), 55–72.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2020). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Firmansyah, F., Sugiat, M. A., & Yunita, I. (2021). The impact of service quality, customer satisfaction, and trust on customer loyalty among Brilink agents in North Sumatra. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(4), 1381–1392.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2020). *Dasar-dasar ekonometrika* (Edisi ke-5). Salemba Empat.
- Jimbaranto, G. P., Sumada, I. M., & Wirata, G. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Padang Luwih. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 825–833. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2671>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniasari, T. W. (2007). Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Dalam Perspektif Hukum. *Jurnal Masyarakat dan Budaya LIPI*, 9(1).
- Maddinsyah, A., Solihin, D., & Widodo, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 13(1), 22–35.
- Oliver, R. L. (2021). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (3rd ed.). Routledge.
- Ramadhan, H., Edward, Y. R., & Ariesa, Y. (2022). Analysis of the influence of service quality and trust on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 3(5), 1498–1510. <https://ijersc.org>
- Saleem, M., & Pallavi, R. (2024). An empirical study of service quality and its impact on customer satisfaction in rural banks. *International Journal of Rural Management*, 20(1), 44–62.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction* (Edisi ke-4). ANDI.
Widnyana, I. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada LPD. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2)