



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Nasabah LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar

I Kadek Aditya Pratama¹, I Made Sumartana², I Made Kartika³, I Kadek Sara Mandiyasa⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai; email: adityapratama0502@gmail.com, imsdsumartana@gmail.com, kartikamade@gmail.com, sara.mandiyasa@unr.ac.id

Abstract

Customer satisfaction is regarded as an important benchmark for assessing a financial institution's ability to maintain sustainable relationships with its customers. This condition is influenced by several factors, particularly service quality, trust, and corporate image. The presence of issues related to service consistency and information delivery at LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar provided the rationale for conducting this study. The research was designed to examine the effects of service quality, trust, and corporate image on customer satisfaction, both collectively and individually. A quantitative approach was employed, and data were collected from 90 respondents selected through purposive sampling. The findings indicate that service quality, trust, and corporate image contribute to customer satisfaction both simultaneously and partially, with corporate image demonstrating the strongest contribution.

Keywords: Service Quality, Trust, Corporate Image, Customer Satisfaction, LPD Desa Adat Tulikup Kaler

Abstrak

Kepuasan nasabah merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan lembaga keuangan dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pengguna layanan. Tingkat kepuasan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga. Masih ditemukannya kendala yang berkaitan dengan konsistensi pelayanan serta penyampaian informasi pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar menjadi dasar dilaksanakannya penelitian ini. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga terhadap kepuasan nasabah, baik secara simultan maupun parsial. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis berbasis PLS. Data diperoleh dari 90 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga secara simultan maupun parsial berkontribusi terhadap kepuasan nasabah, dengan citra lembaga menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Lembaga, Kepuasan Nasabah, LPD Desa Adat Tulikup Kaler

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

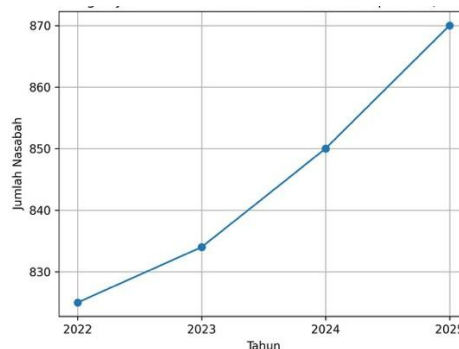
LPD merupakan lembaga keuangan berbasis desa adat yang berperan penting dalam mengelola dana masyarakat serta mendukung perekonomian lokal di Bali. Keunggulan lembaga ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh kekuatan budaya, kepercayaan masyarakat, dan sumber daya internal yang menjadi modal strategis sesuai konsep Resource-Based View (RBV) (Mardianti & Budhi, 2021; Putra & Utama, 2022). Barney (2021) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing yang berkelanjutan diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang unik, bernilai, serta sulit ditiru. Hingga tahun 2024, lebih dari 1.400 LPD masih beroperasi di Bali dengan nilai aset yang terus berkembang, meskipun lembaga ini tetap dituntut meningkatkan kapabilitas pelayanan agar mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin modern (LPLPD Bali, 2024; Pratama dkk., 2023).

Pertumbuhan aset tidak selalu mencerminkan tingginya kepuasan nasabah karena kualitas hubungan antara lembaga dan pengguna jasa turut menentukan keberlanjutan organisasi. Menurut Kotler dan Keller (2021), kepuasan pelanggan pada era digital lebih dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang bersifat personal serta kemampuan organisasi merespons perubahan kebutuhan konsumen. LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar memiliki kedekatan dengan masyarakat melalui layanan simpan pinjam, namun pengelolaan yang profesional tetap diperlukan agar mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Sugiyono (2022) menegaskan bahwa manajemen perlu mengurangi kesenjangan antara pelayanan yang dijanjikan dan pelayanan yang diterima oleh pelanggan.

Sebagai bagian dari peningkatan kualitas layanan, LPD Desa Adat Tulikup Kaler menempati kantor baru dengan fasilitas yang lebih memadai guna menciptakan lingkungan pelayanan yang lebih nyaman. Zeithaml dkk. (2023) menyatakan bahwa *servicescape* atau lingkungan fisik memberikan pengaruh terhadap persepsi awal pelanggan mengenai kualitas layanan. Walaupun demikian, perbaikan fasilitas fisik belum tentu secara langsung meningkatkan kepuasan karena interaksi petugas dan kemudahan prosedur sering menjadi pertimbangan

utama bagi nasabah (Sari dkk., 2024). Oleh sebab itu, evaluasi terhadap efektivitas penggunaan gedung baru menjadi penting untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, sekaligus memperkuat citra dan reputasi lembaga sebagai faktor yang mendukung kepuasan jangka panjang (Wardana, 2022; Hair dkk., 2021).

Momentum pengembangan LPD Desa Adat Tulikup Kaler diarahkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah sebagai tujuan utama pelayanan. Kepuasan dipahami sebagai hasil perbandingan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan nasabah (Tjiptono, 2024). Oleh karena itu, pengembangan fasilitas perlu disertai peningkatan kualitas pelayanan dan profesionalisme pegawai. Data internal juga memperlihatkan jumlah nasabah meningkat secara bertahap, dari 825 orang pada tahun 2022 menjadi 870 orang pada tahun 2025. Kondisi tersebut mencerminkan tingginya kepercayaan masyarakat, namun sekaligus menuntut kesiapan infrastruktur dan pengelolaan operasional agar mutu layanan tetap terjaga (Ghozali, 2021).



Gambar 1
Perkembangan Jumlah Nasabah LPD Desa Adat Tulikup Kaler (2022-2025)

Peningkatan jumlah nasabah belum sepenuhnya menjamin keberlanjutan hubungan dengan pelanggan apabila tidak diimbangi kualitas layanan yang memadai. Dalam lembaga keuangan, kepuasan dipengaruhi oleh sinergi antara pelayanan, kepercayaan, dan citra organisasi. Sudaryono (2021) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama keberhasilan lembaga keuangan sehingga harus dipelihara secara konsisten. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah sehingga dapat menjadi dasar penyusunan kebijakan yang lebih tepat (Ferdinand, 2022).

Hasil pra-survei terhadap 20 nasabah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih memiliki beberapa kelemahan, terutama pada aspek daya tanggap pegawai. Walaupun fasilitas kantor dan ketepatan transaksi memperoleh penilaian cukup baik, sebagian responden masih menilai penyampaian informasi berlangsung lambat. Sebaliknya, variabel kepercayaan memperoleh penilaian positif karena mayoritas responden merasa aman terhadap pengelolaan dana. Meski demikian, masih terdapat sebagian kecil nasabah yang menilai kepedulian pegawai belum optimal, sehingga aspek hubungan interpersonal tetap perlu diperhatikan.

Variabel citra lembaga menunjukkan hasil yang relatif baik karena sebagian besar responden menganggap LPD memiliki reputasi positif dan pengelolaan yang tertib. Akan tetapi, masih terdapat nasabah yang menilai pelayanan belum sepenuhnya mampu mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat. Pada sisi lain, hasil pengukuran kepuasan memperlihatkan bahwa sebagian responden belum merasa pelayanan telah memenuhi harapan secara menyeluruh. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah belum berada pada tingkat optimal meskipun kepercayaan dan citra lembaga telah terbentuk dengan baik.

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara investasi pada fasilitas fisik dengan pengalaman pelayanan yang dirasakan nasabah. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2021), penyediaan sarana yang memadai tidak otomatis menghasilkan kepuasan apabila pelayanan belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Dalam perspektif Customer Satisfaction Theory, kepuasan terbentuk melalui pengalaman nyata atas kualitas pelayanan, bukan semata-mata dari kondisi fisik organisasi (Kotler & Keller, 2022). Oleh sebab itu, peningkatan aspek responsivitas dan empati pegawai menjadi bagian penting dalam menciptakan kepuasan.

Dari sisi teori, penelitian ini juga mengangkat perbedaan karakteristik LPD dengan lembaga keuangan komersial. Pada LPD, kepercayaan masyarakat tidak hanya dibangun melalui keamanan transaksi dan kepatuhan terhadap aturan formal, tetapi juga dipengaruhi nilai adat, hubungan sosial, serta ikatan moral masyarakat

desa. Demikian pula citra lembaga tidak hanya berasal dari reputasi bisnis, melainkan dari kontribusinya terhadap kehidupan sosial dan budaya desa adat. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa konsep kepercayaan dan citra pada LPD memiliki dimensi yang berbeda dibandingkan lembaga keuangan konvensional sehingga memerlukan pengujian lebih lanjut.

Urgensi penelitian semakin diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Arismwarawati & Jatra, 2023; Saraswati & Jatra, 2020; Kurniawan & Azizah, 2020). Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa kualitas pelayanan fisik, citra lembaga, maupun kepercayaan tidak selalu meningkatkan kepuasan apabila inovasi layanan, teknologi, atau manfaat ekonomi belum sesuai harapan nasabah (Suryani & Gede, 2022; Pradnyana & Sudiadnyani, 2021; Putra & Giantari, 2022). Perbedaan temuan tersebut menjadi dasar dilaksanakannya penelitian mengenai “pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar”.

II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Grand Theory Customer Satisfaction Theory

Penelitian ini menggunakan *Customer Satisfaction Theory* sebagai dasar untuk menjelaskan terbentuknya kepuasan nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2022), kepuasan muncul setelah nasabah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Konsep tersebut diperkuat oleh *Expectancy Disconfirmation Theory* yang menjelaskan bahwa kepuasan terjadi apabila kinerja sesuai atau melebihi harapan, sedangkan kinerja yang lebih rendah menimbulkan ketidakpuasan (Oliver dalam Zeithaml dkk., 2023; Tjiptono & Chandra, 2022). Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga dipandang sebagai faktor yang memengaruhi evaluasi nasabah terhadap layanan sehingga menentukan tingkat kepuasan yang dihasilkan (Ariesta dkk., 2022).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan penilaian terhadap layanan berdasarkan kesesuaian antara harapan dan pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan jasa. Sari dan Prakoso (2024) menyatakan bahwa pada lembaga keuangan, kepuasan lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan dibandingkan aspek finansial semata. Kepuasan juga berkaitan dengan loyalitas, penggunaan ulang layanan, dan kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Wibowo & Nugroho, 2023).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terbentuk ketika pengalaman layanan yang diterima pelanggan mampu memenuhi harapan yang dimiliki sebelumnya. Tjiptono dan Chandra (2022) menyebutkan bahwa mutu pelayanan diukur melalui perbandingan antara persepsi atas kinerja layanan dengan ekspektasi pelanggan. Pada LPD, kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari kecepatan transaksi, tetapi juga ketepatan administrasi, keramahan pegawai, dan rasa aman yang diberikan kepada nasabah. Lupiyoadi (2021) menyatakan bahwa pelayanan yang konsisten mampu meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan nasabah terhadap kemampuan, integritas, dan tanggung jawab lembaga dalam mengelola hubungan pelayanan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2022), kepercayaan menjadi dasar terbentuknya hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia jasa. Gefen (2021) menjelaskan bahwa kepercayaan juga mencerminkan kesiapan nasabah menerima risiko ketika menggunakan layanan. Pada LPD, kepercayaan dibangun melalui pengelolaan dana yang aman, transparan, dan sesuai nilai sosial masyarakat desa. Penelitian Luo dkk. (2022) serta Damayanti dan Yasa (2022) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi mampu meningkatkan persepsi positif terhadap layanan sekaligus memperkuat kepuasan nasabah.

Citra Lembaga

Citra lembaga merupakan persepsi masyarakat terhadap organisasi yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, dan reputasi. Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa citra menjadi kumpulan keyakinan dan kesan yang memengaruhi cara nasabah menilai suatu lembaga. Tjiptono dan Chandra (2022) menyatakan bahwa citra yang positif dapat membentuk ekspektasi yang baik sebelum pelanggan menerima layanan. Pada LPD, citra tidak hanya berkaitan dengan profesionalisme dan kinerja keuangan, tetapi juga kontribusi terhadap masyarakat adat.

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah diperkirakan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil penilaian terhadap berbagai aspek layanan yang diterima. Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan secara menyeluruh menjadi dasar terbentuknya kepuasan. Hasil penelitian Ulya dkk. (2021), Purba dan Talumantak (2023), serta Widiandari dkk. (2023) juga memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga memiliki keterkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah ketika dianalisis dalam satu model penelitian.

H1: Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan menjadi salah satu pertimbangan utama nasabah dalam menilai kinerja suatu lembaga keuangan. Berdasarkan *Customer Satisfaction Theory*, kepuasan akan tercapai apabila pelayanan yang diterima mampu memenuhi harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2022). Penelitian Arismwarawati dan Jatra (2023) serta Anggoro dkk. (2022) menunjukkan

bahwa perubahan kualitas pelayanan diikuti oleh perubahan tingkat kepuasan nasabah.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam sektor jasa keuangan, kepercayaan menjadi dasar terbentuknya hubungan antara nasabah dan lembaga karena berkaitan dengan keyakinan terhadap keamanan serta kredibilitas pengelolaan dana. Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa rasa percaya dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap layanan yang diterima. Temuan Saraswati dan Jatra (2020) serta Brata dan Rahayu (2019) juga menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan memiliki hubungan dengan kepuasan nasabah.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar.

Pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan Nasabah

Pandangan masyarakat terhadap suatu lembaga dapat membentuk ekspektasi sebelum mereka menggunakan layanan yang tersedia. Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa citra organisasi menjadi salah satu acuan dalam proses evaluasi pelanggan. Penelitian Kurniawan dan Azizah (2020) serta Christanto dan Santoso (2022) memperlihatkan bahwa persepsi terhadap citra lembaga berkaitan dengan tingkat kepuasan pengguna jasa. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H4: Citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan rancangan asosiatif untuk menganalisis keterkaitan antarvariabel melalui pengujian hipotesis secara statistik (Sugiyono, 2022). Pelaksanaan penelitian berlokasi di LPD Desa

Adat Tulikup Kaler, Gianyar, dengan populasi sebanyak 870 nasabah aktif. Penentuan responden menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu sehingga diperoleh 90 sampel melalui rumus Slovin. Seluruh informasi yang terkumpul selanjutnya diklasifikasikan sebagai data kuantitatif maupun kualitatif sesuai karakteristiknya. Keseluruhan data yang berhasil dihimpun selanjutnya diproses melalui pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Rangkaian pengolahan dilaksanakan secara bertahap mulai dari pemeriksaan kesesuaian instrumen, evaluasi keterkaitan antarkonstruk, hingga verifikasi hipotesis penelitian berdasarkan kaidah analisis SEM-PLS yang dikemukakan oleh Hair dkk. (2017; 2019) serta Ghazali dan Latan (2015). Luaran dari proses tersebut menjadi dasar ilmiah dalam menginterpretasikan temuan penelitian dan merumuskan jawaban permasalahan yang telah ditetapkan.

IV. PEMBAHASAN

Hasil Uji *Outer Model*

1. *Convergent Validity*

Hasil estimasi memperlihatkan bahwa koefisien outer loading pada seluruh indikator $\geq 0,50$. Kondisi tersebut mengindikasikan terpenuhinya kecukupan konvergensi, sehingga tidak diperlukan proses reduksi maupun eliminasi indikator.

2. *Discriminant Validity*

a. *Fornell-larcker criterion*

Tabel 1
Hasil Perhitungan *Fornell-Larcker*

	Kualitas Pelayanan (X1)	Kepercayaan (X2)	Citra Lembaga (X3)	Kepuasan Nasabah (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	0,854			
Kepercayaan (X2)	0,820	0,896		
Citra Lembaga (X3)	0,809	0,879	0,894	
Kepuasan Nasabah (Y)	0,783	0,843	0,847	0,869

Sumber: Data diolah, 2026

Evaluasi melalui matriks *Fornell-Larcker* mengonfirmasi nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ setiap konstruk selalu lebih tinggi daripada koefisien korelasi antarkonstruk ($\sqrt{\text{AVE}} > r$). Kondisi tersebut mengindikasikan diferensiasi konstruk berlangsung secara memadai.

b. *Cross Loading*

Konfigurasi *cross loading* memperlihatkan bahwa afiliasi setiap indikator lebih kuat terhadap konstruk pembentuknya. Nilai yang diperoleh seluruhnya telah memenuhi batas minimum $> 0,70$, sehingga kemampuan diferensiasi antar konstruk dinilai memadai.

c. *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 2
Hasil Perhitungan *Average Variance Extracted* (AVE)

	AVE
Kualitas Pelayanan (X1)	0,730
Kepercayaan (X2)	0,802
Citra Lembaga (X3)	0,800
Kepuasan Nasabah (Y)	0,756

Sumber: Data diolah, 2026

Evaluasi berdasarkan Tabel 2 memperlihatkan bahwa seluruh konstruk menghasilkan nilai AVE yang telah melewati ambang $> 0,50$. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proporsi varians indikator lebih banyak dijelaskan oleh konstruk yang dibentuk dibandingkan kesalahan pengukuran. Atas dasar itu, kecukupan validitas konvergen pada model pengukuran dapat diterima.

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 3
Hasil Perhitungan *Average Variance Extracted* (AVE)

	AVE
Kualitas Pelayanan (X1)	0,730
Kepercayaan (X2)	0,802
Citra Lembaga (X3)	0,800
Kepuasan Nasabah (Y)	0,756

Sumber: Data diolah, 2026

Evaluasi berdasarkan Tabel 3 memperlihatkan bahwa seluruh konstruk menghasilkan nilai AVE yang telah melewati ambang $> 0,50$. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proporsi varians indikator lebih banyak dijelaskan oleh konstruk yang dibentuk dibandingkan kesalahan pengukuran. Atas dasar itu, kecukupan validitas konvergen pada model pengukuran dapat diterima.

e. *Composite Reliability*

Tabel 4
Ringkasan Uji Reliabilitas

Variabel	α	qA	qC
Kualitas Pelayanan (X1)	0,958	0,961	0,964
Kepercayaan (X2)	0,964	0,969	0,970
Citra Lembaga (X3)	0,964	0,967	0,970
Kepuasan Nasabah (Y)	0,953	0,957	0,961

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, seluruh koefisien reliabilitas $> 0,70$. Temuan tersebut menegaskan bahwa instrumen memiliki stabilitas pengukuran yang memadai sehingga layak digunakan pada pengujian model struktural.

Hasil Uji Inner Model

1. *Koefisien Determinasi (R^2)*

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi R-Square (R^2)

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Nasabah (Y)	0,753	0,744

Sumber: Data diolah, 2026

Nilai yang tersaji pada Tabel 5 memperlihatkan $R^2 = 0,753$ dengan Adjusted $R^2 = 0,744$. Besaran tersebut mengindikasikan bahwa konstruk variabel bebas memiliki kemampuan menjelaskan variasi terikat sebesar 75,3%, sedangkan 24,7% lainnya dipengaruhi faktor lain yang tidak

diakomodasi dalam model. Kapabilitas penjelasan model berada pada kategori kuat.

2. Model Fit

Tabel 6
Hasil Pengujian Model Fit

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.072	0.072
d_ULS	3.124	3.124
d_G	7.495	7.495
Chi-square	2291.050	2291.050
NFI	0.609	0.609

Sumber: Data diolah, 2026

Evaluasi kelayakan model menghasilkan SRMR = 0,072, sehingga masih berada dalam batas penerimaan ($<0,10$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa spesifikasi model telah merepresentasikan data empiris secara memadai dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan pada pengujian hubungan struktural.

3. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Tabel 7
Hasil Pengujian Jalur

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kualitas Pelayanan X-> Kepuasan Nasabah Y	0,287	0,282	0,100	2,885	0,005
Kepercayaan X-> Kepuasan Nasabah Y	0,289	0,301	0,125	2,314	0,023
Citra Lembaga X-> Kepuasan Nasabah Y	0,318	0,294	0,118	2,702	0,008

Sumber: Data diolah, 2026

Seluruh jalur struktural memenuhi parameter pengujian karena t-statistic melampaui 1,96 dan p-value berada di bawah 0,05. Oleh sebab itu, setiap hipotesis memperoleh dukungan berdasarkan hasil pengolahan data.

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Estimasi jalur menghasilkan $\beta = 0,287$, $t = 2,885$, dan $p = 0,005$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berkorelasi searah dengan kenaikan tingkat kepuasan nasabah.
- b. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Hubungan kepercayaan dengan kepuasan nasabah menghasilkan $\beta = 0,289$, $t = 2,314$, serta $p = 0,023$. Temuan ini mengisyaratkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap lembaga, semakin besar kecenderungan terciptanya kepuasan.
- c. Pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan Nasabah Koefisien jalur citra lembaga tercatat sebesar $\beta = 0,318$ dengan $t = 2,702$ dan $p = 0,008$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa persepsi yang semakin baik terhadap lembaga diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Lembaga secara Simultan terhadap Kepuasan Nasabah LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar

Terbuktinya hipotesis pertama mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah tidak dibentuk oleh satu determinan tunggal, melainkan merupakan konsekuensi dari keterpaduan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga. Ketiga konstruk tersebut bekerja secara komplementer dalam membentuk evaluasi nasabah terhadap keseluruhan pengalaman layanan. Perspektif tersebut sejalan dengan konsep perilaku konsumen yang menempatkan kepuasan sebagai hasil evaluasi kumulatif atas berbagai atribut jasa yang diterima, bukan sekadar respons terhadap satu dimensi tertentu. Dengan demikian, peningkatan kepuasan menuntut adanya konsistensi pengelolaan seluruh aspek pelayanan secara bersamaan sehingga persepsi nasabah terhadap lembaga tetap terpelihara.

Temuan tersebut memiliki kesesuaian dengan penelitian Atika et al. (2025), Firdaus dan Setyarko (2025), Purba dan Talumantak (2023), Widiandari et al. (2023), serta Sanjaya et al. (2022) yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga merupakan determinan penting

dalam membentuk kepuasan nasabah. Konsistensi hasil tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan lembaga keuangan tidak hanya ditentukan oleh mutu layanan operasional, tetapi juga dipengaruhi kemampuan membangun kredibilitas dan reputasi kelembagaan secara berkelanjutan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar

Diterimanya hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu determinan utama dalam pembentukan kepuasan nasabah. Fenomena tersebut dapat dipahami karena interaksi pelayanan merupakan titik kontak paling dominan antara nasabah dengan lembaga. Ketepatan prosedur, kecepatan pelayanan, kompetensi petugas, serta kemampuan memenuhi ekspektasi pengguna jasa akan memengaruhi evaluasi akhir yang diberikan nasabah terhadap lembaga. Kesesuaian hasil penelitian dengan konsep kualitas pelayanan terlihat dari terbentuknya kepuasan sebagai konsekuensi terpenuhinya ekspektasi pelanggan oleh performa layanan yang diberikan.

Interpretasi tersebut diperkuat oleh hasil penelitian Pebiansyah et al. (2024), Syahsudarmi et al. (2022), Herwina (2022), Candra et al. (2025), dan Ifedi et al. (2024) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Kesamaan temuan tersebut memperlihatkan bahwa konsistensi mutu pelayanan tetap menjadi elemen strategis bagi lembaga keuangan dalam mempertahankan persepsi positif masyarakat terhadap layanan yang diberikan.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar

Penerimaan hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan. Karakteristik jasa keuangan yang bersifat intangible menyebabkan keputusan nasabah sangat dipengaruhi oleh keyakinan terhadap integritas, kompetensi, dan kredibilitas lembaga. Semakin tinggi tingkat keyakinan tersebut, semakin kecil persepsi risiko yang dirasakan, sehingga evaluasi terhadap layanan cenderung menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih baik.

Kondisi ini mempertegas bahwa keberlangsungan hubungan antara lembaga dan nasabah bergantung pada kemampuan lembaga menjaga konsistensi perilaku organisasi.

Hasil tersebut memperlihatkan keselarasan dengan penelitian Agarwal dan Sharma (2025), Akram et al. (2022), Venkatakrishnan et al. (2023), Ahli et al. (2024), serta Darmawan (2022) yang menempatkan kepercayaan sebagai salah satu faktor dominan dalam pembentukan kepuasan nasabah. Konsistensi tersebut mengindikasikan bahwa aspek kepercayaan memiliki relevansi yang kuat pada berbagai karakteristik lembaga keuangan, termasuk lembaga keuangan berbasis komunitas seperti LPD.

4. Pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan Nasabah LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar

Terdukungnya hipotesis keempat mengindikasikan bahwa citra lembaga berkontribusi terhadap pembentukan kepuasan nasabah melalui persepsi mengenai reputasi, profesionalisme, serta kredibilitas organisasi. Citra yang baik menghasilkan ekspektasi positif sebelum nasabah menggunakan layanan, kemudian diperkuat oleh pengalaman aktual selama berinteraksi dengan lembaga. Citra lembaga memiliki peran yang lebih luas dibandingkan sekadar representasi identitas organisasi, karena turut membentuk persepsi internal nasabah dalam mengevaluasi mutu layanan yang diterima secara keseluruhan.

Interpretasi tersebut sejalan dengan temuan Wibowo et al. (2024), Ningrum et al. (2024), Karim dan Rabiul (2024), Carazas et al. (2023), serta Khoo (2022) yang menyimpulkan bahwa citra lembaga memiliki keterkaitan erat dengan tingkat kepuasan nasabah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa reputasi kelembagaan merupakan aset strategis yang perlu dipertahankan karena mampu memperkuat keyakinan masyarakat sekaligus meningkatkan kualitas hubungan jangka panjang antara lembaga dan nasabah.

V. PENUTUP

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Tulikup Kaler Gianyar dipengaruhi secara substansial oleh kombinasi kualitas

pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga. Kapabilitas ketiga konstruk tersebut dalam menerangkan variasi kepuasan berada pada kategori tinggi, sehingga model yang dibangun mampu menjelaskan sebagian besar perubahan tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian, keberhasilan lembaga dalam mempertahankan mutu layanan, menjaga kredibilitas, serta membangun reputasi yang baik menjadi fondasi penting dalam membentuk evaluasi nasabah terhadap layanan yang diterima.

Pengujian terhadap masing-masing hipotesis memperlihatkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel memperoleh dukungan empiris. Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra lembaga masing-masing memberikan kontribusi terhadap pembentukan kepuasan nasabah, dengan citra lembaga menunjukkan pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Temuan tersebut menegaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap reputasi lembaga, disertai kualitas interaksi pelayanan dan tingkat keyakinan nasabah, merupakan elemen yang saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan secara menyeluruh.

Upaya peningkatan kepuasan nasabah perlu diarahkan pada penguatan konsistensi pelayanan, pemeliharaan kepercayaan, serta pengembangan citra kelembagaan secara berkesinambungan. Penerapan standar pelayanan yang lebih konsisten, penyampaian informasi yang transparan, respons yang cepat terhadap kebutuhan maupun keluhan nasabah, serta peningkatan profesionalisme sumber daya manusia menjadi langkah yang relevan untuk memperkuat kualitas hubungan antara LPD dan masyarakat. Di samping itu, evaluasi kepuasan secara periodik beserta penyempurnaan sarana pelayanan juga perlu dilakukan agar kualitas layanan tetap sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Bagi penelitian selanjutnya, ruang lingkup kajian dapat diperluas melalui penambahan determinan lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah, seperti pengalaman pelanggan, loyalitas, promosi, komunikasi pemasaran, maupun pemanfaatan layanan digital. Pengembangan objek penelitian pada lembaga keuangan atau wilayah yang berbeda dengan jumlah responden yang lebih besar juga dianjurkan agar diperoleh temuan yang lebih komprehensif serta memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., & Sharma, Dr. S. (2025). The Mediating Role of Trust in the Relationship Between Financial Service Quality and Customer Satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 2, 4723–4729.
- Ahli, M., Hilmi, M. F., & Abudaqa, A. (2024). Ethical Sales Behavior Influencing Trust, Loyalty, Green Experience, and Satisfaction in UAE Public Entrepreneur Firms. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 6(2), 149–168.
- Akram, M. W., Abbas, A., & Khan, I. A. (2022). Effects of Perceived Value, Service Quality and Customer Trust in Home Delivery Service Staff on Customer Satisfaction: Evidence from Pakistan. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 12(4), 128–152.
- Anggoro, R., Wibowo, A., & Santoso, B. (2022). The effect of service quality, corporate image, and trust on customer satisfaction of Islamic banking. *International Journal of Economics and Management Studies*, 9(3), 45–56.
- Ariesta, I. P. W., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada LPD Desa Adat. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Sistem (EMAS)*, 3(1), 12–25.
- Arisanti, N. L. P., dkk. (2023). Faktor-Faktor Finansial dan Non-Finansial dalam Pengondisian Citra Lembaga Keuangan Mikro Berbasis Adat. *Jurnal Riset Manajemen Kontemporer*, 5(2), 88–101.
- Atika, M., Gunistyo, G., & Wiyanti, S. (2025). Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah BMT Dinar Kramat Insani Muamalat Pusat. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 8(2), 1330–1346.
- Barney, J. B. (2021). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford University Press.
- Bolton, R. N. (2020). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. Routledge.
- Candra, R. A., Listyawati, L., & Lestari, D. S. (2025). The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction At Bank Mandiri Pelindo Place. *International Journal of Education, Vocational and Social Science*, 4(01), 131–142.
- Carazas, R. R., Tataje, F. A. O., Rojas, G. M., et al. (2023). Service Quality and Institutional Image as Predictors of Customer Satisfaction in Municipalities of Perú. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(5), e885.

- Christanto, J., & Santoso, T. (2022). The influence of service quality and corporate image on customer satisfaction in the banking sector. *Journal of Business and Management Research*, 4(1), 67–78.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2022). *Business Research Methods* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Damayanti, N. M., & Yasa, N. N. K. (2022). Kepercayaan dan Citra Lembaga dalam Membentuk Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Mikro di Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Udayana*, 11(2), 204-219.
- Darmawan, D. (2022). The Effect of Trust and Saving Experience on Loyalty Through Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study of Sharia Bank Customers in Surabaya City). *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(2), 11–20.
- Ferdinand, A. (2022). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Y., & Setyarko, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Dompot Digital Gopay. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 210–224.
- Gefen, D. (2021). Trust and Perceived Security in Contemporary Financial Services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102–115.
- Ghozali, I. (2021). *Structural Equation Modeling dengan Metode Alternatif Partial Least Squares (PLS)* (Edisi ke-5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., & Setiawan, B. (2022). Rekonstruksi Moderasi Faktor Kepercayaan Terhadap Lembaga Keuangan Komunitas. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3), 512–526.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hasballah, M. (2023). *Manajemen Kualitas Pelayanan Bank dan Lembaga Keuangan Mikro*. Syiah Kuala University Press.
- Herwina, Y. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at At the National Bank in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, 1(2), 184–192.
- Ifedi, C., Haque, R., Senathirajah, A. R. B. S., & Qazi, S. Z. (2024). Service Quality Influence on Consumer Satisfaction in the Banking Sector Aimed at Sustainable Growth. *Revista de Gestão Social e Ambiental* -

RGSA, 18(7), e06025.

- Karim, R Al, & Rabiul, M. K. (2024). The Relationships of Corporate Sustainability, Customer Loyalty, and Word of Mouth: The Mediating Role of Corporate Image and Customer Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 25(3), 421–441.
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: evidence from the KTV industry. *PSU Research Review*, 6(2), 105–119.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Global ed.). Pearson Education.
- Luo, A., et al. (2022). Trust, Benevolence, and Integrity in Community-Based Financial Institutions. *Journal of Financial Services Research*, 41(2), 185–199.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Ningrum, A. M., Rofiaty, R., & Moko, W. (2024). The Influence of Social Media Marketing and Corporate Image on Customer Loyalty is Mediated by Customer Satisfaction. *Journal Economics, Finance and Management (JEFMS)*, 07(01), 342-355.
- Oh, H., et al. (2022). Expectation Confirmation Theory in Modern Service Industries. *Journal of Consumer Marketing*, 39(4), 211–225.
- Pebiansyah, A. O., Sulaeman, L. R., Utama, D., & Nisa, S. K. (2024). Influence of service quality and marketing mix on customer satisfaction with online bank partners. *Enrichment: Journal of Management*, 14(5), 846–852.
- Pei, L., dkk. (2020). Factors Influencing Customer Satisfaction in Modern Retail Micro-Finance. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1432–1455.
- Pramudita, R., & Wardoyo, S. (2023). Analisis Pengaruh Integritas, Kemampuan, dan Niat Baik Lembaga Keuangan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Jasa*, 16(1), 45–59.
- Pratama, I. G. S., dkk. (2023). Transformasi Digital dan Keberlanjutan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Era Post-Pandemic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 8(2), 112–125.
- Purba, E., & Talumantak, J. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada BCA KCP Met Mall Cibubur. *Jurnal EMBA*, 9(2), 345–356.

- Purba, Z. I. H., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BCA EXPRESS Met Mall Cibubur. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 232–256.
- Purwanza, S. W., et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Putra, A. A. (2023). Meta-Analisis Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Lembaga Keuangan Mikro. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(3), 45–59.
- Sanjaya, R., Milanie, F., & Indrawan, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, dan Citra Perusahaan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Bima Finance Medan. *Ensiklopedia Education Review*, 4(1), 51–64.
- Sari, N. K., dkk. (2024). Analisis Kualitas Layanan Non-Fisik dan Kepuasan Nasabah LPD di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Manajemen Keuangan Desa*, 9(1), 22–35.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Pick, M., & Ringle, C. M. (2022). Progress in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in Marketing and Beyond. *International Journal of Research in Marketing*, 39(3), 934–1055.
- Sudarsono, A., & Lestari, P. (2022). Pengukuran Dimensi Tangibles, Reliability, dan Assurance dalam Pembentukan Citra Positif Lembaga Mikro. *Jurnal Keuangan Komunitas*, 14(3), 201–215.
- Sudaryono. (2021). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahsudarmi, S., Tinggi, S., & Riau, I. E. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Indonesian Business Review*, 1(1), 29–37.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Ulya, N., Asiyah, S., & Slamet, M. (2021). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah (Studi pada PT BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 89–102.
- Venkatakrishnan, J., Alagiriswamy, R., & Parayitam, S. (2023). Web design and trust as moderators in the relationship between e-service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The TQM Journal*, 35(8), 2455–2484.

- Wibowo, A. N. C., Sutedjo, B., & Sumiyati, S. (2024). The influence of trust, corporate image on customer satisfaction and customer loyalty. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 977–1005.
- Widiandari, R., Sholihin, U., & Murdiyanto, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Peminjam 10 Juta Tahun 2021. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(4), 336–348.
- Zakiah, N., & Umiyati, U. (2023). Service quality and corporate image through customer satisfaction and their impact on customer loyalty. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 16(1), 1–18.