

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR PUSKUSA BALI DWIPA

ABSTRAK

Pada era globalisasi, persaingan pada dunia perbankan di tanah air kian kompetitif, hal ini menjadikan setiap lembaga keuangan, dituntut dengan segala kiat dan kebijakannya untuk merebut dan menarik simpati nasabah. Salah satunya yaitu dengan menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah. Masyarakat sebagai konsumen jasa perbankan, sekarang mempunyai kesadaran yang tinggi dan semakin kritis terhadap produk dan jasa perbankan. Sedangkan bank sebagai produsen harus mampu meyakinkan nasabah bahwa produk yang ditawarkan benar-benar dapat memberi manfaat, oleh karena itu bank harus dapat menciptakan kepuasan nasabah sehingga harus mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabahnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Puskusa Bali Dwipa. Penelitian ini dilaksanakan di PT. BPR Puskusa Bali Dwipa, dengan jumlah sampel yang masih sangat terbatas. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BPR Puskusa Bali Dwipa. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh 90 responden sebagai nasabah yang berusia 18 tahun ke atas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR
PUSKUSA BALI DWIPA**

ABSTRACT

In the era of globalization, competition in the world of banking in Indonesia is increasingly competitive, this has made every financial institution charged with all its tips and policies to win and attract customer sympathy. One way is to create a good relationship with customers. The public as consumers of banking services now have a high awareness and are increasingly critical of banking products and services. Meanwhile, banks as producers must be able to convince customers that the products offered can really provide benefits, therefore banks must be able to create customer satisfaction so they must be able to understand what their customers need.

This study aims to determine the effect of service quality, corporate image, and trust on customer satisfaction at PT. BPR Puskusa Bali Dwipa. This research was conducted at PT. BPR Puskusa Bali Dwipa, with a very limited number of samples. For future researchers, it is expected to be able to add other factors that can affect customer satisfaction. The population in this study are customers of PT. BPR Puskusa Bali Dwipa. Sampling in this study using a purposive sampling method, obtained 90 respondents as customers aged 18 years and over. The analytical method used is multiple linear regression analysis.

The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, corporate image had a positive and significant effect on customer satisfaction, and trust had a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Company Branding, Trust, Customer Satisfaction

UNMAS DENPASAR