

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN
DAN PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH
LPD DESA ADAT UBUNG**

Abstrak

Kepuasan nasabah adalah perasaan atau respon seseorang terhadap suatu hal yang dianggap baik atau memadai dan menyenangkan atau suatu hal yang mengecewakan yang berasal dari konsumsi suatu produk atau jasa setelah membandingkan harapan yang dimilikinya terhadap produk atau jasa dengan apa yang diterimanya dari produk atau jasa tersebut. Kepuasan nasabah dapat ditimbulkan apabila terpenuhinya harapan nasabah, perasaan puas dalam menggunakan produk atau jasa dan kepuasan secara menyeluruh. Kepuasan nasabah merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa yang akan datang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan dan pemasaran relasional terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Ubung. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah LPD Desa Adat Ubung. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan metode *Slovin*, metode tersebut digunakan karena jumlah populasi dalam penelitian ini lebih dari seratus. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan program SPSS 25.0 *version*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan, kualitas layanan dan pemasaran relasional masing-masing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Ubung.

Kata kunci: citra perusahaan, kualitas layanan, pemasaran relasional, kepuasan nasabah

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN
DAN PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH
LPD DESA ADAT UBUNG**

Abstract

Customer satisfaction is a person's feeling or response to something that is considered good or adequate and pleasant or something that is disappointing that comes from consuming a product or service after comparing the expectations he has for the product or service with what he receives from the product or service. Customer satisfaction can be generated if the fulfillment of customer expectations, feelings of satisfaction in using a product or service and overall satisfaction. Customer satisfaction is an indicator of future business success.

This study aims to examine the effect to corporate image, service quality and relationship marketing on customer satisfaction of LPD Desa Adat Ubung. This research is categorized as survey research, where the research instrument is a questionnaire. The population in this study were the customer of LPD Desa Adat Ubung. The sample in this study was 100 respondents who were determined based on the Slovin method, this method was used because the total population in this study was more than one hundred. The analysis technique used is multiple linear regression analysis by collecting data using a questionnaire and processing it using the SPSS 25.0 version.

The results showed that corporate image, service quality and relationship marketing each had a positive and significant effect on customer satisfaction of the LPD Desa Adat Ubung.

Keywords: *corporate image, service quality, relationship marketing, customer satisfaction*