

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BUMDES DESA WONOASRI KABUPATEN JEMBER

Auliannisa Vistya Dianty¹, Trias Setyowati², Tatit Diansari Reskiputri³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember

Jalan Gumuk Karang, Karangrejo, Sumbersari, Jember, 68124

avistyard@gmail.com¹, trias@unmuhjember.ac.id²

Abstract

Background - Efforts to improve service quality are very influential on the future of a company to foster trust and provide satisfaction to customers or consumers.

Objective - This study aims to determine how influential the service quality variables consisting of tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy and the trust variables consisting of ability, benevolence, integrity on customer satisfaction BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Design/Methodology/Approach - This research is causal associative research using quantitative technique. The data used in this study are primary data and secondary data, with a sample of 85 people.

Findings - Based on the results of the calculation of multiple linear regression analysis on the service quality variable, the most influential dimension is tangibles with a total of 1,264, while the most influential dimension of trust is ability with a total of 1.132. So the conclusion obtained is that the variables of service quality and trust have a significant effect simultaneously and partially on customer satisfaction.

Research implications - The results of this study have the implication that customer satisfaction can be increased through improving service quality and customer trust and can be a reference for the influence of service quality and trust on satisfaction, especially for BUMDes Dana Asri Sejahtera customers.

Research limitations - The limitations of this study are the number of respondents, which is only 85 people, of course, is still lacking to describe the real situation and the information provided by respondents through questionnaires sometimes does not show the actual events, because sometimes it is caused by differences in thoughts, assumptions and understandings of each respondent.

Keywords: : customer satisfaction, service quality, trust

Abstrak

Latar Belakang - Upaya peningkatan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap masa depan sebuah perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya dan memberikan rasa puas terhadap pelanggan atau konsumennya.

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles, responsiveness, reliability, assurance dan empathy* serta variabel kepercayaan yang terdiri dari *ability, benevolence, integrity* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Desain / metodologi / pendekatan - Penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal menggunakan teknik kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dengan sampel berjumlah 85 orang.

Temuan - Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pada variabel kualitas pelayanan dimensi yang paling berpengaruh adalah *tangibles* dengan jumlah sebesar 1.264,

34

<http://dx.doi.org/10.30587/mahasiswamanajemen.v2i01.2565>

sedangkan pada variabel kepercayaan dimensi yang paling berpengaruh adalah *ability* dengan jumlah sebesar 1,132. Maka kesimpulan yang didapatkan adalah variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah.

Implikasi penelitian - Hasil penelitian ini memiliki implikasi bahwa kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah serta dapat menjadi rujukan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan khususnya nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera

Batasan penelitian - Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah responden yang hanya 85 orang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan kejadian yang sebenarnya, karena terkadang disebabkan oleh terjadinya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman pada setiap responden.

Kata kunci : kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, kepercayaan

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dalam satu decade terakhir, peningkatan kualitas atas jasa yang ditawarkan semakin mendapat banyak perhatian bagi masyarakat. Salah satunya dibidang jasa keuangan yang sedang mengalami oertumbuhan pesat, Pemberian pelayanan yang baik akan mampu memberi rasa puas kepada nasabah. Banyaknya perusahaan jasa yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan konsumen, mengharuskan perusahaan tersebut meningkatkan daya saing bisnis dan profesionalisme dalam pengelolaan bisnis agar mampu bersaing lebih unggul dalam memberikan pelayanan terhadap konsumennya juga agar dapat menjaga kepercayaan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan konsumen ketika kebutuhan atau keinginan mereka dapat terpenuhi dengan baik (Prasetyo, 2013). Hawknis dan Lonney dalam Suwito (2018) mengatakan kepuasan pelanggan memiliki beberapa indikator antara lain kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat ingin didapatkan oleh semua perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan merupakan sebuah persepsi keyakinan dari sudut pandang konsumen atas keandalan penjual dalam pengalaman terpenuhinya harapan dan kepuasan konsumen. Menurut Mayer *et al* dalam Wong (2017) indikator kepercayaan adalah sebagai berikut : *ability* (keandalan), *benevolence* (kebaikan hati), *integrity* (integritas).

Parasuraman *et al* dalam Lewis (2015) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan cara kerja yang diharapkan oleh pelanggan dengan kenyataan yang didapatkan. Dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bentuk fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (reliabilitas), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian). Kualitas layanan sangat berpengaruh dalam kemajuan suatu organisasi dan merupakan salah satu alat ukur keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi para pelanggan.

BUMDes Dana Asri Sejahtera yang terletak di Desa Wonoasri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember merupakan salah satu bagian dari jasa simpan pinjam uang untuk menunjang upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya pihak BUMDes menerapkan standart pelayanan yang sama, tidak pernah membedakan nasabah satu dengan nasabah yang lainnya. BUMDes Dana Asri Sejahtera menyediakan jasa tabungan, pinjaman, serta kredit barang dan sembako.

Fenomena yang terjadi yaitu sempat terjadinya penurunan jumlah nasabah peminjam dan penabung ditahun ke 3 yaitu tahun 2017 dimana terjadi penurunan jumlah orang yang menabung sebanyak 13 orang dan jumlah orang yang melakukan pinjaman hanya 10 orang. Penurunan tersebut disebabkan karena masih banyak masyarakat yang awam tentang informasi tabungan dan pinjaman serta kurangnya sosialisasi yang diberikan oleh pihak BUMDes kepada masyarakat, lalu tak jarang juga masyarakat merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak BUMDes. Pada masa itu pihak BUMDes juga sedang berada ditahap penyesuaian dalam menjalankan usaha yang baru didirikan tersebut, sehingga banyak masyarakat yang masih belum percaya dan meragukan kualitas pelayanan dari BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Kualitas pelayanan yang kurang maksimal dan kurang memberikan rasa puas, sehingga belum menumbuhkan rasa percaya dari pihak nasabah untuk menggunakan jasa dari pihak BUMDES Dana Asri Sejahtera. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera, serta untuk menguji dan menganalisis *ability*, *benevolence*, dan *integrity* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa

Manajemen pemasaran adalah segala rangkaian proses dalam perencanaan, menganalisis dan pengelolaan konsep untuk menetapkan harga, promosi dan distribusi yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan (Ettah & Pondaag, 2019). Manajemen pemasaran jasa merupakan sebuah kegiatan yang output atau hasil akhirnya bukan berupa produk atau barang melainkan bersifat tidak terwujud dan ditunjang dengan peralatan yang canggih (Valerie A. *et al*, 2017 dalam Lewis, 2015). Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa jasa memiliki 4 karakteristik yaitu : tidak terwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), tidak tahan disimpan (*perishability*), bervariasi (*variability*).

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala kegiatan pelayanan yang dilakukan perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan pelanggan (Resti & Soesanto, 2016). Moenir (2010) mengatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu melalui sistem, prosedur dan metode untuk memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan kebutuhannya. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Ramadhan (2013) menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan meliputi: *tangibles* (bentuk fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (reliabilitas), *assurance* (jaminan), *empathy* (perhatian).

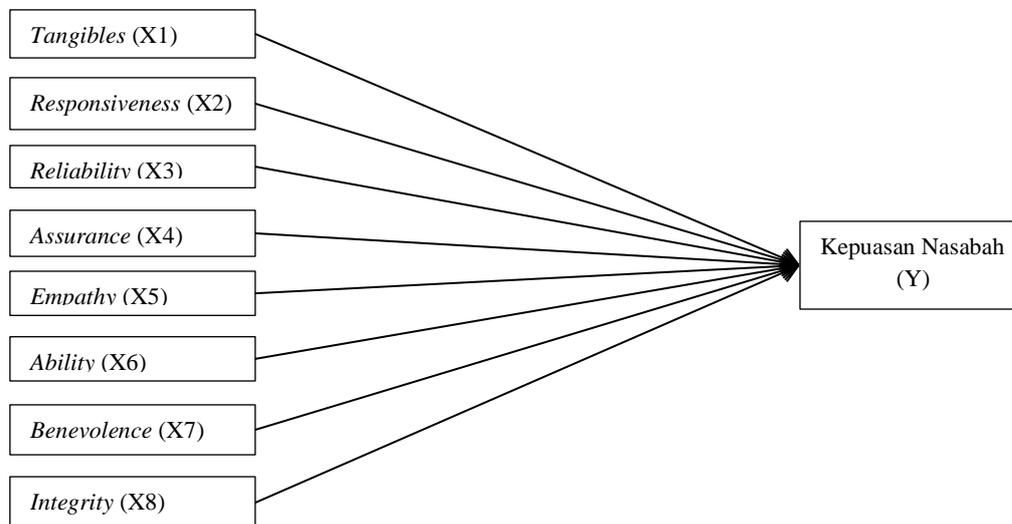
Pengertian Kepercayaan

Sumarwan dalam Japlani *et al.* (2020) mengatakan bahwa kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang didapatkan serta menjadi kesimpulan untuk sebuah obyek, atribut dan manfaatnya. Menurut Harumi dalam Ettah dan Pondaag (2019), kepercayaan adalah sebuah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan dan mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan pada mitra pertukaran tersebut. Indikator kepercayaan menurut Mayer *et al* dalam Wong (2017) adalah sebagai berikut : *ability* (keandalan), *benevolence* (kebaikan hati), *integrity* (integritas).

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Brown dalam Sudaryana (2020) adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan produk dan jasa. Erviana (2013) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan secara emosional dari pengalaman terhadap produk atau jasa yang dibeli atau digunakan. Indikator kepuasan pelanggan meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan (Hawknis dan Lonney dalam Suwito, 2018).

Kerangka Pikir



Gambar 1 Kerangka Pikir

Hipotesis

Pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan

Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi konsumen. Aspek wujud fisik menjadi bagian penting sebagai alat ukur pelayanan jasa, karena jasa tidak bisa dilihat ataupun diraba. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Adam (2015) mengatakan bahwa bukti fisik yang diberikan berupa penampilan karyawan, sarana yang dimiliki perusahaan. Semakin baik persepsi yang diberikan pelanggan terhadap bukti fisik maka kepuasan pelanggan semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Soenaryo (2015) yang mengatakan bahwa *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT AJ Sequislife Cabang Trusty.

H1 : *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan

Respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat serta tanggap sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Adam (2015) mengatakan pelayanan yang diberikan secara cepat dan tanggap misalnya dalam menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan dan tidak membiarkan pelanggan untuk menunggu terlalu lama agar tidak menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Suwito (2018) yang mengatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa *service* dan perawatan CV Global AC Banjarbaru.

H2: *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan

Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Adam (2015) mengatakan *reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan seperti ketepatan melayani pelanggan, menghindari melakukan kesalahan dalam pelayanan dan memberikan layanan yang akurat. Penelitian yang dilakukan oleh Yenni (2018) yang mengatakan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan.

H3 : *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan

Assurance atau jaminan merupakan kemampuan karyawan atau perusahaan untuk menumbuhkan pengetahuan, kemampuan, sikap ramah tamah, sopan dan dapat dipercaya oleh pelanggan. Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Adam (2015) mengatakan Perusahaan harus memiliki jaminan seperti keamanan sehingga pelanggan tidak merasa ragu dan dapat memberikan rasa percaya yang tinggi dalam menilai perusahaan. Hasil penelitian Sulaeman (2015) mengatakan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada Charly VHT Family Karaoke cabang Garut).

H4 : *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *empathy* terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Parasuraman, Zeethaml dan Berry dalam Adam (2015) *empathy* atau perhatian adalah kemampuan perusahaan dalam memberi perhatian yang tulus serta mendengarkan setiap keluhan dan keinginan mengenai pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Akbar (2016) mengatakan dalam penelitiannya bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur).

H5 : *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *ability* terhadap kepuasan pelanggan

Ability atau kemampuan mengacu pada kompetensi karyawan atau perusahaan dalam mempengaruhi pelanggan. Dalam hal ini bagaimana karyawan atau perusahaan mampu menyediakan, memberikan layanan, dan memberi rasa aman dari gangguan pihak lain saat transaksi berlangsung (Mayer *et al* dalam David, 2017). Penelitian Muningsgar (2017) mengatakan bahwa *ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen cuci mobil hidrolis Jitas Thoro Purbalingga).

H6 : *ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *benevolence* terhadap kepuasan pelanggan

Mayer *et al* dalam David (2017) *Benevolence* atau kebaikan hati merupakan kemauan karyawan atau perusahaan dalam memberikan rasa puas yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Indriani dan Nurcaya (2015) mengatakan dalam penelitiannya bahwa *benevolence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Auto Bagus Rent a Car Denpasar.

H7 : *benevolence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *integrity* terhadap kepuasan pelanggan

Integrity atau integritas berkaitan dengan perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya dan menunjukkan seberapa besar keyakinan pelanggan terhadap kejujuran karyawan atau perusahaan dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang sudah dibuat dengan pelanggan (Mayer *et al* dalam David, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muningsgar (2017) yang mengatakan *integrity*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen cuci mobil hidrolik Jitas Thoro Purbalingga).

H8 : *integrity* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah BUMDes Dana Asri Sejahtera Desa Wonoasri, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember. Subjek penelitian ini adalah seluruh nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Jenis dan Sumber Data

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal menggunakan teknik kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer merupakan data yang didapat dari sumber aslinya dan data sekunder merupakan data yang didapat peneliti secara tidak langsung yaitu melalui penelitian terdahulu atau dokumentasi yang ada.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari BUMDes Dana Asri Sejahtera Wonoasri yang berjumlah 552 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 orang. Dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel pada sumber data tertentu (Sugiyono, 2014).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan : N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan

n = Jumlah sampel

Populasi (N) sebanyak 552 orang penumpang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10 %, maka jumlah sampel (n) adalah :

$$n = \frac{552}{1 + 552(0.10)^2}$$

n = 84,6 orang maka dibulatkan menjadi 85 orang.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui adanya kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan secara linier antara variabel dependen dan variabel independen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

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

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1)

b_2 = Koefisien regresi variabel kepercayaan (X_2)

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Kepercayaan

e = Standart Error

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 85 orang responden yang merupakan nasabah dari BUMDes Dana Asri Sejahtera, responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71,8 % merupakan responden terbanyak. Secara pengelompokkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki - Laki	24 Orang	28.2 %
Perempuan	61 Orang	71,8 %
Total	85	100%

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel ke-1 menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden yang berjumlah 85 orang responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 61 orang dengan jumlah persentase sebesar 71,8 % dan responden laki-laki berjumlah 24 orang dengan persentase sebesar 28,2 %.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Ibu Rumah Tangga	26 Orang	30,6 %
Pedagang	36 Orang	42,4 %
Petani	11 Orang	12,9 %
Lain-lain	12 Orang	14,1 %
Total	85	100%

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Tabel ke-2 menunjukkan dari 85 orang responden, 26 orang responden bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga, 36 orang bekerja sebagai pedagang, 11 orang bekerja sebagai petani, dan 12 orang berada di jenis pekerjaan lain-lain. Dari tabel diatas dapat diketahui persentasi tertinggi pekerjaan responden yakni 36 orang dengan persentase 42,4 % dengan profesi sebagai pedagang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Frekuensi	Persentasi
< 1 Tahun	26 Orang	30,6 %
1 - 3 Tahun	42 Orang	49,4 %
> 3 Tahun	17 Orang	20 %
Total	85	100%

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan tabel ke-3 mengenai karakteristik responden berdasarkan lama nasabah tersebut menjadi nasabah di BUMDes Dana Asri Sejahtera. Nasabah yang lama menjadi nasabah kurang dari satu tahun sebanyak 26 orang dengan persentase 30,6 %, nasabah yang lama menjadi nasabah selama 1 sampai 3 tahun berjumlah sebanyak 42 orang dengan persentase sebanyak 49,4 %, dan nasabah yang lama menjadi nasabahnya lebih dari 3 tahun atau bisa disebut nasabah lama berjumlah 17 orang dengan persentase 20%.

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r tabel	Sig.	Ket
<i>Tangibles</i>	X1.1	0,814	0,213	0,000	Valid
	X1.2	0,575	0,213	0,000	Valid
	X1.3	0,823	0,213	0,000	Valid
<i>Responsiveness</i>	X2.1	0,819	0,213	0,000	Valid
	X2.2	0,878	0,213	0,000	Valid
	X2.3	0,779	0,213	0,000	Valid

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r tabel	Sig.	Ket
Reliability	X3.1	0,802	0,213	0,000	Valid
	X3.2	0,852	0,213	0,000	Valid
	X3.3	0,849	0,213	0,000	Valid
Assurance	X4.1	0,807	0,213	0,000	Valid
	X4.2	0,730	0,213	0,000	Valid
	X4.3	0,785	0,213	0,000	Valid
Empathy	X5.1	0,769	0,213	0,000	Valid
	X5.2	0,892	0,213	0,000	Valid
	X5.3	0,763	0,213	0,000	Valid
Ability	X6.1	0,824	0,213	0,000	Valid
	X6.2	0,756	0,213	0,000	Valid
	X6.3	0,828	0,213	0,000	Valid
Benevolence	X7.1	0,849	0,213	0,000	Valid
	X7.2	0,810	0,213	0,000	Valid
Integrity	X8.1	0,765	0,213	0,000	Valid
	X8.2	0,752	0,213	0,000	Valid
	X8.3	0,762	0,213	0,000	Valid
Kepuasan pelanggan	Y1.1	0,648	0,213	0,000	Valid
	Y1.2	0,684	0,213	0,000	Valid
	Y1.3	0,811	0,213	0,000	Valid

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Tabel ke-4 Uji Validitas memperlihatkan bahwa nilai r_{hitung} setiap indikator lebih besar dari r_{tabel} . Dalam penelitian ini menggunakan 85 responden dengan nilai alpha 0,05 atau sebesar 5%. r_{tabel} didapatkan dari rumus $df = N - 2 = 85 - 2 = 83$ maka, diperoleh r_{tabel} sebesar 0,213. Jika hasil uji validitas r_{hitung} menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} maka semua indikator pengukuran dalam kuesioner berstatus valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Tangibles	0,795	Reliabel
Responsiveness	0,834	Reliabel
Reliability	0,841	Reliabel
Assurance	0,814	Reliabel
Empathy	0,830	Reliabel
Ability	0,828	Reliabel
Benevolence	0,852	Reliabel
Integrity	0,807	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,783	Reliabel

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Tabel ke-5 hasil uji reliabilitas menunjukkan semua *cronbach alpha* atau semua nilai variabelnya lebih besar dari alpha 0,60. Hal itu menunjukkan bahwa semua indikator yang terdapat pada masing masing variabel dapat dikatakan sudah *reliable*. Variabel

dianggap *reliable* jika *cronbach alpha* > 0,60, jika lebih kecil maka variabel yang diteliti tidak dapat dikatakan *reliable*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	6.701	1.499		4.472	.000		
	X1	1.264	.113	.205	11.155	.000	.498	2.006
	X2	.995	.102	.174	9.730	.000	.528	1.895
	X3	.960	.096	.185	9.967	.000	.489	2.044
	X4	.793	.125	.108	6.348	.000	.582	1.719
	X5	1.237	.100	.208	12.355	.000	.593	1.686
	X6	1.132	.079	.242	14.381	.000	.591	1.691
	X7	1.092	.137	.129	7.974	.000	.645	1.550
	X8	1.005	.110	.148	9.137	.000	.640	1.562

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan tabel ke-6 hasil uji regresi linier berganda diatas persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut sebagai berikut :

$$Y = 6,701 + 1,264 X1 + 0,995 X2 + 0,960 X3 + 0,793 X4 + 1,237 X5 + 1,132 X6 + 1,092 X7 + 1,005 X8$$

Penjelasan dari persamaan regresi diatas adalah :

1. Koefisien regresi kepuasan pelanggan (Y) adalah positif 6,701 yang berarti apabila nilai dari variabel lainnya tetap atau konstan maka kepuasan pelanggan memiliki tingkat kepuasan nasabah sebesar 6,701.
2. Nilai koefisien *tangibles* (X1) adalah sebesar 1,264 dan bernilai positif yang berarti variabel *tangibles* menunjukkan pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
3. Koefisien regresi *responsiveness* (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,995 dan bernilai positif yang berarti variabel menunjukkan pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera.
4. Hasil penelitian koefisien regresi *reliability* (X3) adalah sebesar 0,960 dan bernilai positif yang berarti variabel *reliability* memiliki pengaruh positif dan apabila variabel *reliability* meningkat maka kepuasan nasabahnya juga akan mengalami peningkatan.

5. Nilai koefisien *assurance* (X4) adalah sebesar 0,793 dan bernilai positif yang berarti variabel *assurance* memiliki pengaruh positif dan apabila variabel *assurance* meningkat maka kepuasan nasabahnya juga akan mengalami peningkatan.
6. Pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai koefisien *empathy* (X5) adalah sebesar 1,237 dan bernilai positif yang berarti variabel memiliki pengaruh positif dan apabila variabel *empathy* meningkat maka kepuasan nasabahnya juga akan mengalami peningkatan.
7. Nilai X6 (*ability*) koefisien regresinya dengan nilai sebesar 1,132 dan bernilai positif yang berarti variabel *ability* memiliki pengaruh positif dan apabila variabel *ability* meningkat maka kepuasan nasabahnya juga akan mengalami peningkatan.
8. Hasil penelitian pada tabel 6 nilai koefisien *benevolence* (X7) adalah sebesar 1,092 dan bernilai positif yang berarti variabel *benevolence* memiliki pengaruh positif dan apabila variabel *benevolence* meningkat maka kepuasan nasabahnya juga akan mengalami peningkatan.
9. Koefisien regresi *integrity* (X8) dengan nilai sebesar 1,005 dan bernilai positif yang berarti variabel *integrity* memiliki pengaruh positif dan apabila variabel *integrity* meningkat maka kepuasan nasabahnya juga akan mengalami peningkatan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.701	1.499		4.472	.000		
X1	1.264	.113	.205	11.155	.000	.498	2.006
X2	.995	.102	.174	9.730	.000	.528	1.895
X3	.960	.096	.185	9.967	.000	.489	2.044
X4	.793	.125	.108	6.348	.000	.582	1.719
X5	1.237	.100	.208	12.355	.000	.593	1.686
X6	1.132	.079	.242	14.381	.000	.591	1.691
X7	1.092	.137	.129	7.974	.000	.645	1.550
X8	1.005	.110	.148	9.137	.000	.640	1.562

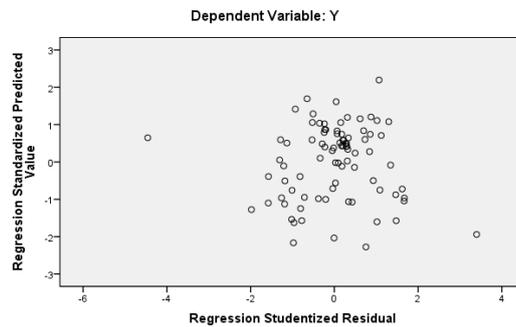
a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan tabel ke-7 diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* menunjukkan nilai *tangibles* sebesar 0,498, *responsiveness* sebesar 0,528, *reliability* sebesar 0,459, *assurance* sebesar 0,582, *empathy* sebesar 0,593, *ability* sebesar 0,591, *benevolence* sebesar 0,645, dan

integrity sebesar 0,640. Dimana semua nilai menunjukkan angka lebih besar dari 0,1. Nilai VIF pada *tangibles* sebesar 2,006, *responsiveness* sebesar 1,895, *reliability* sebesar 2,044, *assurance* sebesar 1,719, *empathy* sebesar 1,686, *ability* sebesar 1,691, *benevolence* sebesar 1,550, dan *integrity* sebesar 1,562. Semua nilai VIF masing-masing variabel menunjukkan angka kurang atau tidak lebih besar dari angka 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian.

Uji Heterokedastisitas

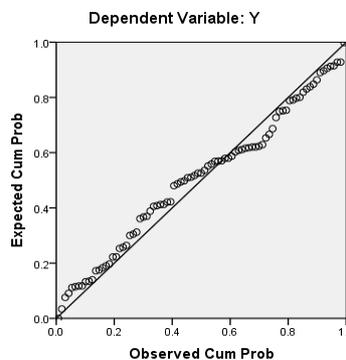


Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas
(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Hasil analisis berdasarkan grafik *scatterplot* pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Maka, grafik diatas mengindikasikan bahwa tidak ada gejala yang menunjukkan terjadinya heterokedastisitas

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas
(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Pada gambar 4.2 grafik *probability plot* menunjukkan bahwa nilai residualnya tersebar merata dan mengikuti garis linier disepanjang garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada grafik diatas memenuhi asumsi normalitas.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.701	1.499		4.472	.000		
	X1	1.264	.113	.205	11.155	.000	.498	2.006
	X2	.995	.102	.174	9.730	.000	.528	1.895
	X3	.960	.096	.185	9.967	.000	.489	2.044
	X4	.793	.125	.108	6.348	.000	.582	1.719
	X5	1.237	.100	.208	12.355	.000	.593	1.686
	X6	1.132	.079	.242	14.381	.000	.591	1.691
	X7	1.092	.137	.129	7.974	.000	.645	1.550
	X8	1.005	.110	.148	9.137	.000	.640	1.562

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan tabel ke-8 dapat dijelaskan bahwa :

1. Pada variabel *tangibles* (X1) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (11,155 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis pertama, variabel *tangibles* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
2. Variabel *responsiveness* (X2) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,730 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis kedua, variabel *responsiveness* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
3. X3 (variabel *reliability*) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,967 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis ketiga, variabel *reliability* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
4. Hasil Uji t pada tabel 4.18 menunjukkan variabel *assurance* (X4) memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,348 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian

maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis keempat, variabel *assurance* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.

5. Pada variabel *empathy* (X5) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (12,355 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis kelima, variabel *empathy* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
6. Variabel *ability* (X6) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (14,381 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis keenam, variabel *ability* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
7. Nilai variabel *benevolence* (X7) menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,974 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis ketujuh, variabel *benevolence* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
8. Tabel 4.18 menunjukkan nilai variabel *integrity* (X8) sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ (9,137 > 1,991) dan signifikan < 0,05 (0.000 < 0,05), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa hipotesis kedelapan, variabel *integrity* dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji kelayakan model merupakan uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi secara statistik. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen, sehingga apabila terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen maka model regresi dapat dinyatakan layak sebagai model penelitian.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2756.480	1	2756.480	23.727	.000 ^b
	Residual	9642.414	83	116.174		
	Total	12398.894	84			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X8, X7, X2, X4, X5, X6, X1, X3

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan hasil output pada tabel ke-9, Uji kelayakan model menggunakan pengujian statisti F yang menunjukkan bahwa hasil $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau dapat dibaca f_{hitung} lebih besar nilainya dari pada f_{tabel} ($23,727 > 2,06$) dan hasil signifikasi sebesar $0.000 < 0,5$ atau dapat dibaca hasil signifikasi lebih kecil dari $0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulka bahwa secara bersama-sama variabel bebas *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, *ability*, *benevolence*, *integrity* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Uji Koefesien Deretminasi

Tabel 10. Hasil Uji Determinasi Koefiseien (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig . F Change
1	.993 ^a	.986	.984	1.53775	.986	645.921	8	76	.000

a. Predictors: (Constant), X8, X7, X2, X4, X5, X6, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data yang diolah, 2021)

Berdasarkan tabel ke-10 diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar $0,984$. Hal ini berarti $98,4\%$ kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera dipengaruhi oleh variabel X atau *tangibles* (X1), *responsiveness* (X2), *reliability* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5), *ability* (X6), *benevolene* (X7) dan *integrity* (X8), sedangkan sisanya $1,6\%$ kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa variabel bebas secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedelapan variabel bebas tersebut bersifat positif yang artinya semakin baik kualitas pelayanan dan kepercayaan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh nasabah. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut.

- a. Pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kualitas pelayanan yakni *tangibles* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa semakin baik dan rapi penampilan karyawan serta peralatan dan perlengkapan yang dimiliki semakin modern, maka akan semakin meningkatkan kepuasan dari nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
- b. Pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik respon yang diberikan karyawan pihak BUMDes dalam merespon permintaan nasabah dan dalam membantu menyelesaikan kesulitan yang dialami nasabah, maka semakin meningkat kepuasan yang diterima oleh nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
- c. Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kualitas pelayanan yakni *reliability* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan yang dimiliki karyawan BUMDes dalam mengatasi keluhan, permasalahan nasabah dengan cepat dan tepat, juga kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh nasabah akan membuat rasa puas yang diterima nasabah semakin meningkat.
- d. Pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kualitas pelayanan yakni *assurance* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial

dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin cara bersikap karyawan pihak BUMDes membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi dan dapat menumbuhkan rasa percaya maka hal tersebut akan memberikan rasa puas dari nasabah atas pelayanan yang telah dilakukan oleh pihak BUMDes.

- e. Pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kualitas pelayanan yakni *empathy* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pihak BUMDes semakin memahami dan mengutamakan kebutuhan nasabah, serta diberikannya perhatian secara khusus kepada nasabah akan memberikan rasa puas kepada nasabah.
- f. Pengaruh *ability* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kepercayaan yakni *ability* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDe Dana Asri Sejahtera. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik kemampuan karyawan dalam melayani nasabah dan disediakanya peralatan dan sarana yang dibutuhkan oleh nasabah akan menumbuhkan rasa percaya dan memberikan perasaan puas kepada nasabah.
- g. Pengaruh *benevolence* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kepercayaan yaitu *benevolence* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin pihak BUMDes memperlakukan nasabah dengan baik dan toleransi yang diberikan semakin tinggi maka akan memberikan rasa puas tersendiri kepada nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera.
- h. Pengaruh *integrity* terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera
Berdasarkan pengujian statistik diatas indikator dari variabel kepercayaan yakni *integrity* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah BUMDes Dana Asri Sejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pihak BUMDes dalam memenuhi kebutuhan nasabah, cara bersikap karayawannya menunjukkan perilaku yang

sopan dan jujur, serta memberikan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan akan memberikan rasa puas kepada nasabah.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan yang memiliki dimensi *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* serta variabel kepercayaan yang memiliki dimensi *ability*, *benevolence* dan *integrity* terhadap kepuasan nasabah pada BUMDes Dana Asri Sejahtera secara parsial dan simultan. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh BUMDes Dana Asri Sejahtera semakin menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan terhadap nasabahnya untuk melakukan transaksi di BUMDes Dana Asri Sejahtera. Nasabah yang sudah merasakan pelayanan yang baik dan maksimal akan memberikan kepercayaan terhadap setiap jasa yang diberikan, Sehingga saat kepercayaan nasabah sudah muncul maka nasabah akan merasa puas.

VI. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang menunjukkan bahwa masing-masing indikator dari variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial dan simultan, maka saran yang diberikan yakni untuk perbaikan pelayanan BUMDes Dana Asri Sejahtera dimasa yang akan datang pihak bumdes sebaiknya semakin meningkatkan kinerja dari seluruh dimensi masing-masing variabel kualitas pelayanan seperti aspek menjaga penampilan karyawan, meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan informasi kepada nasabahnya, meningkatkan kemampuan menyelesaikan keluhan nasabah dengan cepat dan tepat, selalu memberi kemudahan dan rasa aman kepada nasabah, selalu mengutamakan kepentingan nasabah. Dengan perbaikan kualitas pelayanan tersebut akan membentuk kepercayaan nasabah terhadap BUMDes Dana Asri Sejahtera.

Keterbatasan penelitian yang dialami dari penelitian ini adalah jumlah responden yang hanya 85 orang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan kejadian yang sebenarnya, karena terkadang disebabkan oleh terjadinya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman pada

setiap responden. Maka disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengambil sampel yang lebih banyak agar mendapatkan data dan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Erviana, O. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal. In *Fakultas Ekonomi*.
- Ettah, Nadhya Pingkan. Pondaag, J. J. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Mobil Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24056>
- Japlani, A., Fitriani, F., & Mudawamah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang Bmt Fajar Metro Pusat. *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 67-85. <https://doi.org/10.24127/jf.v3i1.469>
- Lewis, B. R. (2015). Servqual. In *Wiley Encyclopedia of Management* (pp. 1-1). <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090654>
- Prasetyo, W. B. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes purwodadi). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-13.
- Resti, Devi; Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1-12.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447-455.
- Suwito, J. (2018). *No Titl e. 112*, 255-262.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di Ubm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155-168. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46>