



Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah BPR BKK Blora) Kantor Cabang Blora

Siti Meliana Nur Azizah¹, Ali Maskur²

¹Progam Studi D3 Keuangan dan Perbankan, Fakultas Vokasi, Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang, Indonesia, melinurazizah108@gmail.com

²Progam Studi D3 Keuangan dan Perbankan, Fakultas Vokasi, Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang, Indonesia, maskur@edu.unisbank.ac.id

Corresponding Author: melinurazizah108@gmail.com¹

Abstract: *Customer satisfaction has become a critical component in today's industrial environment. The purpose of this study is to investigate how service quality and trust affect credit customers' satisfaction levels, with a focus on the consumers of the BPR BKK Blora Branch Office. This study aims to evaluate the connection between bank credit customers' satisfaction and the caliber of services rendered. Using a quantitative methodology, the study examines primary data gathered from 99 respondents who answered a survey sent via Google Forms. The study's conclusions provide insightful information about bank customer satisfaction and show a strong relationship between customer service standards and PT BPR BKK Blora's dependability.*

Keyword: *Service, Trust, Satisfaction*

Abstrak: Kepuasan nasabah telah menjadi komponen penting dalam lingkungan industri saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah kredit, dengan fokus pada konsumen Kantor Cabang BPR BKK Blora. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara kepuasan nasabah kredit bank dan kualitas layanan yang diberikan. Dengan menggunakan metodologi kuantitatif, penelitian ini mengkaji data primer yang dikumpulkan dari 99 responden yang menjawab survei yang dikirim melalui Google Forms. Kesimpulan penelitian ini memberikan informasi mendalam tentang kepuasan nasabah bank dan menunjukkan hubungan yang kuat antara standar layanan nasabah dan keandalan PT BPR BKK Blora.

Kata Kunci: Layanan, Kepercayaan, Kepuasan

PENDAHULUAN

Setiap mahasiswa Fakultas Vokasi diharuskan untuk menyelesaikan Tugas Akhir, yaitu tugas ilmiah, guna memenuhi kriteria jenjang pendidikan Diploma III (D-3). Proses penelitian yang digunakan untuk menghasilkan karya akademis harus mengikuti kaidah yang ditetapkan

bagi penulis publikasi ilmiah. Baik itu lembaga pemerintah, perusahaan sektor swasta, maupun lembaga swadaya masyarakat, kegiatan penelitian dilakukan sesuai dengan kerangka kelembagaan dan fungsional organisasi tempat magang dilakukan. Untuk meningkatkan kebahagiaan nasabah dan reputasinya, sektor perbankan saat ini cukup kompetitif.

Salah satu jenis bank perkreditan rakyat yang hanya menjalankan bisnis di dalam distrik adalah Bank Perkreditan Rakyat, yang terkadang disebut Bank Kredit Kecamatan (BPR BKK). BKK biasanya melayani usaha mikro, kecil, dan menengah. Lokasinya biasanya dekat dengan distrik, sehingga mudah dan cukup mudah diakses oleh penduduk pedesaan dari rumah mereka. Produk dan layanan sumber daya manusia, serta lingkungan dan prosedur yang dapat mencapai standar kualitas yang dibutuhkan, semuanya terkait erat dengan kualitas layanan. Layanan yang berkualitas tinggi tidak hanya mempengaruhi kepuasan nasabah, namun juga memiliki dampak yang signifikan dalam mempererat hubungan antara pegawai bank dan nasabah bank. Apabila nasabah mendapat pelayanan bank dengan baik serta kebutuhan mereka terpenuhi, hal ini tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan nasabah bank, namun juga membangun rasa loyalitas yang kuat terhadap BPR BKK. Dengan demikian, kualitas layanan bank yang baik tidak hanya menjadi faktor penentu dalam memperoleh kepuasan nasabah, tapi juga dalam membangun kepercayaan antara pegawai bank dan nasabah BPR BKK.

Kepuasan nasabah membangun kepercayaan konsumen terhadap bank, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi keuangan. Akibatnya, membangun hubungan kepercayaan yang solid dengan nasabah sangat penting bagi kelangsungan jangka panjang bank, yang pada gilirannya meningkatkan kapasitasnya untuk memberikan layanan yang unggul dan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah.

Persepsi nasabah tentang seberapa baik barang atau jasa memenuhi harapan mereka berdampak pada kepuasan nasabah. Tingkat kepercayaan dan kualitas layanan merupakan dua karakteristik yang memengaruhi kebahagiaan nasabah, menurut penelitian berikut. Kepuasan nasabah ditunjukkan ketika hasil sesuai dengan harapan mereka. Di sisi lain, nasabah bank akan merasa puas jika kinerja memenuhi kebutuhan mereka.

Banyak sudut pandang dan pengalaman menarik telah muncul sebagai hasil dari serangkaian wawancara dengan nasabah bank.

Tabel 1. Temuan Wawancara Nasabah Bank

No	Tanggal	Nama	Hasil
1	20/06/2024	Aldi	Saya sangat puas dengan layanan bank yang memenuhi kebutuhan saya untuk simpan pinjam.
2	20/06/2024	Ajeng	Kualitas layanan yang baik dari bank telah meningkatkan kepercayaan saya untuk meningkatkan Tabungan saya di tamades. Tamades adalah produk tabunga dari BPR BKK Blora.
3	20/06/2024	Erna	Saya merasa puas dengan layanan bank karena dri tempatnya nyaman bersih dan dingin jadi tidak perlu kepanasan.
4	20/06/2024	Santoso	Layanan petugas bank cukup baik karena saya mencoba mengajukan kredit dan respon petugas sangat baik dan ramah.
5	20/06/2024	Teguh	Saya adalah debitur di BPR BKK Blora dan saya puas dengan produk kredit yang sangat membantu UMKM seperti say aini.

Sumber: Hasil Wawancara Nasabah Bank

Menurut penelitian, kebahagiaan nasabah di perbankan dapat sangat dipengaruhi oleh mutu layanan dan barang yang ditawarkan. Namun, mencapai tingkat kepuasan nasabah yang setinggi-tingginya di antara nasabah bank juga sangat bergantung pada kepercayaan. BPR

BKK Blora harus selalu menilai dan meningkatkan mutu layanan yang mereka berikan kepada nasabahnya.

Penilaian terhadap mutu layanan diperlukan untuk mengetahui apakah layanan yang diberikan oleh BPR BKK Pusat Blora telah memenuhi kebutuhan nasabahnya. Penilaian ini penting untuk menjamin peningkatan dan keberlanjutan mutu layanan nasabah BPR BKK Blora.

Studi Azka Al Afiifah tahun 2017, "Dampak Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Simpang Patal," melihat bagaimana loyalitas nasabah dipengaruhi oleh faktor-faktor ini dan menemukan kesenjangan pengetahuan. Pada tahun 2021, Asri Cahya Mandiri melakukan studi lanjutan yang disebut "Dampak Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BRI Mobile (Brimo)," yang menawarkan pemeriksaan lebih menyeluruh terhadap subjek ini. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kasus Pegadaian UPC Kuwu," sebuah studi tahun 2022 oleh Ali Maskur dan Ahmad Imam Nurhidayat, membahas topik terkait. Penelitian terakhir

Dapat disimpulkan dari kesenjangan penelitian yang ditunjukkan bahwa tidak semua peristiwa empiris sesuai dengan teori yang sudah ada sebelumnya. Ketidakkonsistenan dalam temuan penelitian ditunjukkan oleh tinjauan penelitian lain, yang menyoroti perlunya penelitian tambahan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh BPR BKK Cabang Blora memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah kebahagiaan nasabah di BPR BKK Cabang Blora dipengaruhi oleh kepercayaan.

METODE

Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah pengumpulan data dengan tujuan memperoleh pengetahuan yang tepat dan relevan tentang suatu masalah yang objektif, sah, dan dapat dipercaya (variabel tertentu), menurut Sugiyono (2017:41). Peneliti memilih untuk meneliti nilai, sifat, atau kualitas orang, benda, atau kegiatan yang menunjukkan perbedaan tertentu, dan mengelompokkan hasilnya berdasarkan topik penelitian. Nasabah BPR BKK Blora (perseroda) menjadi subjek penelitian, dan 99 responden akan menerima kuesioner sebagai bagian dari metode pengumpulan data primer penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap suatu bank tertentu. Wawancara dan survei merupakan dua teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

Seluruh nasabah BPR BKK Blora, baik yang menggunakan kantor pusat maupun kantor cabang, menjadi populasi penelitian. Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 99 orang agar memudahkan dalam penelitian. Tanggal pengumpulan data adalah 23 Oktober–30 Oktober 2024. Pengambilan sampel secara purposif, yang merupakan salah satu jenis pengambilan sampel non-probabilitas, akan digunakan untuk memilih sampel penelitian. Pendekatan ini memilih partisipan untuk sampel penelitian berdasarkan standar yang telah ditetapkan dan kesamaan dalam tujuan dan maksud peneliti. Persyaratan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Nasabah yang sudah terdaftar di BPR BKK Blora
2. Nasabah pernah melakukan transaksi minimal tiga kali
3. Sudah menjadi nasabah minimal 1 bulan

Rumus Slovin dapat digunakan untuk menghitung ukuran contoh dari golongan yang diketahui, klaim Umar (2000:96). Berikut ini adalah contoh penggunaan rumus ini. Populasi didasarkan pada 6.429 orang yang merupakan total nasabah BPR BKK Blora per Oktober 2024. Karena besarnya populasi, margin of error (e) yang dipilih untuk penelitian ini adalah 10%, yang berarti bahwa tingkat kesalahan 10% akan menghasilkan ukuran sampel sebesar 99. Ukuran sampel yang dihitung sebanyak 98.468 dibulatkan menjadi 99. 99 responden

membentuk sampel sebagai hasilnya. Analisis statistik deskriptif, pengujian kualitas data, pengujian model, pendekatan partial least squares, dan pengujian hipotesis termasuk di antara karakteristik analisis data yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Model Pengukuran (Outter Model)

Convergent Validity

Korelasi antara skor item atau indikator dan skor konstruk terkait dapat digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen model pengukuran dengan indikator reflektif. Faktor pemuatan (pemuatan luar) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan korelasi ini. Suatu indikator dianggap kredibel jika nilai korelasi positifnya lebih tinggi dari 0,50. Nilai Average Variance Extracted (AVE) dari penelitian ini ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Nilai AVE

Variabel	Average Varians Extracted
Kualitas layanan	0.683
Kepercayaan	0.793
Kepuasan	0.785

Sumber: data primer, 2024

Karena semua nilai pada Tabel 2 lebih dari 0,5, dapat disimpulkan bahwa setiap bobot Average Variance Extracted (AVE) dalam tabel memenuhi persyaratan.

Discriminant Validity

Bila indikator saling dimuat dengan konstruk yang sesuai, validitas diskriminan dapat dinilai. Jika suatu indikator memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dengan konsep yang relevan dibandingkan dengan konstruk lainnya, indikator tersebut dianggap valid. Tingkat perbedaan konstruk satu dengan yang lain diperiksa dengan validitas diskriminan. Hasil estimasi pemuatan silang dari Algoritma PLS ditunjukkan di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Cross Loading

Item	Kualitas Layanan	Kepercayaan	Kepuasan
1	0,700	0,678	0,627
2	0,796	0,684	0,650
3	0,838	0,754	0,765
4	0,732	0,747	0,687
5	0,816	0,768	0,760
6	0,889	0,833	0,824
7	0,818	0,771	0,757
8	0,800	0,721	0,724
9	0,857	0,751	0,811
10	0,876	0,779	0,724
11	0,725	0,624	0,662
12	0,851	0,770	0,817
13	0,810	0,712	0,683
14	0,859	0,770	0,718
15	0,897	0,807	0,745
16	0,836	0,787	0,676
17	0,902	0,786	0,761

18	0,858	0,778	0,712
19	0,868	0,761	0,743
20	0,837	0,804	0,638
21	0,845	0,841	0,795
22	0,737	0,712	0,765
1	0,784	0,880	0,811
2	0,849	0,854	0,663
3	0,803	0,903	0,828
4	0,843	0,925	0,808
1	0,812	0,822	0,883
2	0,799	0,784	0,895
3	0,804	0,841	0,904
4	0,730	0,687	0,865
5	0,778	0,743	0,883

Sumber: Data primer diolah

Pada Tabel 3 memperjelas bahwa keluaran pemuatan silang setiap indikator memperlihatkan korelasi yang lebih besar dengan elastisitas daripada jenis elastisitas lainnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa konstruk prospektif memanfaatkan indikasi tabelnya sendiri dengan lebih baik daripada yang ada di tabel lain.

Cronbach Alpha

Keandalan batasan suatu konstruk dievaluasi berdasarkan nilai alpha Cronbach. Angka ini, yang memiliki nilai harapan minimum 0,7, menilai konsistensi internal suatu indikator. Berikut ini adalah temuan penelitian alpha Cronbach:

Tabel 4. Hasil Cronbach Alphas

Variabel	Cronbach Alpha
Tingkat kualitas pelayanan X1	0,978
Percaya pada X2	0,913
Kepuasan Y	0,931

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Dengan bobot lebih besar dari 0,7 pada Tabel 4 menunjukkan bahwa alpha Cronbach telah memenuhi persyaratan, dengan demikian bobot tersebut sesuai dan menunjukkan reliabilitas yang kuat.

Uji Hipotesis (Uji t)

Dengan melihat hasil koefisien jalur pada pengujian resampling bootstrap berikutnya, pengujian hipotesis dilakukan.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standart deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
XI -> Y	0.515	0.531	0.174	2.967	0.003

X2 -> Y	0.405	0.395	0.159	2.548	0.011
---------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan dan taraf pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh persamaan pada Tabel 4: $Y = 0,515X_1 + 0,405X_2$. Hal ini berarti bahwa peningkatan kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan peningkatan taraf layanan dan kepercayaan.

Uji Hipotesis I

Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan dan taraf pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh persamaan pada Tabel 4: $Y = 0,515X_1 + 0,405X_2$. Hal ini berarti bahwa peningkatan kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan peningkatan taraf layanan dan kepercayaan.

Uji Hipotesis II

Nilai p (nilai probabilitas) untuk kualitas layanan (X2) ditetapkan sebesar 0,000 terhadap kepuasan (Y), yang berarti lebih besar dari 0,5. Akibatnya, nilai sementara nol (H0) ditolak dan nilai sementara alternatif (Ha) diterima, yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kenikmatan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai p (nilai probabilitas) untuk taraf layanan (X2) ditetapkan sebesar 0,000 terhadap kepuasan (Y), yang berarti lebih besar dari 0,5. Akibatnya, nilai sementara nol (H0) ditolak dan nilai sementara alternatif (Ha) diterima, yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kenikmatan.

Tabel 6. Hasil Loading Factor dan Cronbach Alpha Variabel Kualitas Layanan

Variabel	loading factor	cronbach alpha
1	0,700	0,978
2	0,796	
3	0,838	
4	0,732	
5	0,816	
6	0,889	
7	0,818	
18	0,800	
9	0,857	
10	0,876	
11	0,725	
12	0,851	
13	0,810	
14	0,859	
15	0,897	
16	0,836	
17	0,902	
18	0,858	

19	0,868	
20	0,837	
21	0,845	
22	0,737	

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Data yang menunjukkan dimensi rata-rata yang dibahas ditunjukkan pada Tabel 6. Hasil regresi uji-t, yang menunjukkan bahwa taraf pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif, memberikan kepercayaan pada gagasan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan. Faktor pemuatan yang lebih besar dari 0,70 memverifikasi keabsahan setiap produk. taraf pelayanan merupakan salah satu elemen utama yang mempengaruhi kepuasan, menurut penelitian regresi. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan paling signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Pernyataan yang memiliki faktor pemuatan tertinggi (X1,17) adalah "Saya percaya bahwa BPR BKK Blora memiliki karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan dengan baik," dengan faktor pemuatan sebesar 0,902.

Kepuasan pelanggan (Y) dan kualitas layanan (X1) memiliki koefisien jalur sebesar 0,003, yang lebih kecil dari 0,050, menurut hasil penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa taraf pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya persentase responden yang merupakan nasabah baru di BPR BKK Blora semakin memperkuat kesimpulan ini. terutama dari kalangan mahasiswa. Mayoritas konsumen yang mengikuti survei ini telah menjadi nasabah lebih dari satu tahun, berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 7. Lamanya Menjadi Nasabah

No.	Lamanya Menjadi Nasabah	Frekuensi	Presentase%
1	< satu tahun	41	41,41%
2	> satu tahun	58	58,59%
Total		99	100,00%

Sumber: data primer diolah, 2024

Mayoritas nasabah BPR BKK Blora baru membuka rekening kurang dari satu tahun, berdasarkan data statistik pada Tabel 7. Meningkatnya jumlah nasabah baru dari kalangan mahasiswa yang mendapatkan manfaat dari edukasi dini tentang pentingnya menabung melalui program SIMPEL (Tabungan Pelajar) BPR BKK Blora menjadi bukti nyata hal tersebut. Dilihat dari antusias pelajar dalam menabung hal ini berdampak bahwasannya layanan di BPR BKK Blora sudah sangat baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) dan hipotesis nol (Ho) keduanya terbantahkan. Koefisien output melampaui 0,050 ketika membandingkan variabel kepercayaan (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y), yang menunjukkan bahwa layanan memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Temuan ini mendukung gagasan yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk. (1998) bahwa salah satu faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah kesenjangan antara layanan aktual yang diberikan dan harapan klien. Selain itu, penelitian Asri Cahya Mandiri tahun 2021, "Dampak Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Penggunaan BRI Mobile (Brimo)," menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Tabel berikut menampilkan temuan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel kepercayaan, yang dibuat dengan mempertimbangkan empat faktor.

Tabel 8. Hasil Loading Factor dan Cronbach Alpha Variabel Kepercayaan

Variable	loading factor	cronbach alpha
2.1	0,880	0,913
2.2	0,854	
2.3	0,903	
2.4	0,925	

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Temuan yang ditunjukkan pada Tabel 8 menunjukkan peningkatan yang nyata dalam kepuasan pelanggan sebagai hasil dari kepercayaan, seperti yang ditunjukkan oleh penerimaan nilai sementara alternatif (H_a) dan penolakan nilai sementara nol (H_0). Pernyataan “Menurut saya, BPR BKK Blora mengutamakan kepentingan nasabahnya ketika terjadi permasalahan transaksi yang tidak diharapkan” memperoleh skor 0,925, yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kepercayaan. Berdasarkan hasil studi regresi, salah satu unsur utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kepercayaan. Ini menyiratkan bahwa semua metrik yang digunakan untuk mengevaluasi kepercayaan valid dan dapat diandalkan. Fakta bahwa nilai pemuatan faktor setiap kueri lebih besar dari 0,70, dengan X2.4 memiliki nilai pemuatan terendah sebesar 0,925, memvalidasi validitas indikator ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_0 dan H_a sama-sama ditolak. Dampak kepercayaan yang cukup besar terhadap pelanggan ditunjukkan oleh koefisien patch output untuk variabel kepercayaan (X_2) dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan (Y) yang terukur sebesar 0,011 dan melampaui ambang batas 0,050. Berdasarkan interaksi interpersonal dan antar organisasi, kepercayaan digambarkan sebagai keinginan individu atau perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis tertentu (Kotler & Keller, 2012). Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, layanan, atau penawaran berhubungan langsung dengan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan yang diperoleh konsumen dari interaksi mereka dengan barang, layanan, dan penawaran yang mereka dapatkan merupakan dasar dari kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kesimpulan berikut didukung oleh data penelitian: Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh taraf layanan. Nilai koefisien keluaran patch untuk kepercayaan (X) dalam kaitannya dengan kepuasan (Y) adalah 0,003, yang lebih tinggi dari ambang batas 0,050 dan menunjukkan bahwa layanan memiliki dampak pada pelanggan.

Kebahagiaan pelanggan sangat meningkat karena kepercayaan mereka. Kepercayaan berdampak pada kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh koefisien output untuk variabel kepercayaan (X_2) dalam kaitannya dengan kepuasan (Y), yang dilaporkan sebesar 0,011, di atas ambang batas 0,050. Karena keterbatasan waktu, ukuran sampel penelitian dibatasi hingga 99 responden. Jika hanya dua nilai mutu bebas dan satu nilai mutu terikat yang dipertimbangkan, peneliti akan kesulitan mengamati unsur-unsur tambahan yang dapat memengaruhi kenikmatan.

REFERENSI

Fatma, Putri,A.,(2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota (studi pada koperasi pegawai republic Indonesia (KPPRI) pengadilan negeri semarang). Tugas Akhir. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.

Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan Terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online. *Jurnal Manajemen* 13(3), 483- 491.

- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium 1. Jakarta: Prenhallindo. PT Indeks.
- Lestari, M, M, P. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Pelayanan, Kepercayaan dan Brand Image Tabungan e"Batapos Terhadap Minat Menabung Pedagang Pasar Johar Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Semarang. Tugas Akhir. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhidayat, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian UPC Kuwu). Skripsi. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.
- Nurhidayat, A. I., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian UPC Kuwu). *YUME: Journal of Management*, 5(2), 495-507.
- Saadah, L., & Munir, A. F. (2020). Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Tjiptono. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: ANDI.