

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN BERBASIS SERVQUAL DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KEPERCAYAAN SERTA KEPUASAN NASABAH:
STUDI PADA KSP. PONDOK ARTA SEJAHTERA**

Ni Putu Kusuma Widanti¹
Adisti Maharani Krisna²
Ni Kadek Pajar Kusumawati³
Ida Ayu Agung Paramitaswari⁴
Ni Wayan Septiawini⁵

Akademi Keuangan dan Perbankan Denpasar^{1,2,3,4,5}
email: kusumawidanti1001@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality and trust on customer satisfaction at Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Pondok Arta Sejahtera, a member-based financial institution that plays an important role in promoting financial inclusion. Despite the social closeness among its members, KSP faces several challenges, including inconsistent service performance, suboptimal communication, and limited digitalization. This research is grounded in the SERVQUAL theory, which consists of five key dimensions of service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. In addition, trust is understood as a fundamental factor for establishing long-term relationships between financial institutions and their customers. This study employs a descriptive quantitative method with a population of 575 customers. A sample of 86 respondents was obtained using a simple random sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression. The findings show that both service quality and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction. The adjusted R² value of 0.620 indicates that the two variables explain 62% of the variation in customer satisfaction. However, the beta coefficients of the two variables suggest that their influence remains relatively weak. This implies that service quality and trust are already perceived as basic expectations by customers, so improvements in these areas do not substantially increase satisfaction levels. This study provides empirical contributions that have been relatively underexplored compared to the banking sector. Practically, KSP management needs to strengthen service innovation, improve communication quality, and consider additional variables such as customer value and service experience to enhance customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Trust, Customer Satisfaction, SERVQUAL*

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan layanan keuangan yang semakin ketat, Koperasi Simpan Pinjam (KSP) memiliki peran strategis dalam mendorong inklusi keuangan dan memperkuat perekonomian anggota. Sebagai lembaga keuangan yang berbasis keanggotaan, Koperasi Simpan Pinjam mengandalkan kepercayaan, kualitas layanan, dan hubungan jangka panjang untuk mempertahankan keberlanjutan operasionalnya (Tolong et al., 2020). Berbeda dengan bank umum yang memiliki fasilitas, teknologi, dan standar layanan yang lebih mapan, KSP masih menghadapi tantangan terkait konsistensi pelayanan, efisiensi proses, dan kemampuan

merespons kebutuhan anggota secara cepat. Artinya, kualitas layanan menjadi hal penting dalam menentukan kepuasan anggota.

Kualitas layanan dalam lembaga keuangan umumnya diukur melalui dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Ahmad et al., 2018). Kelima dimensi ini menggambarkan pengalaman layanan secara menyeluruh yang dapat dirasakan oleh nasabah atau anggota (Ahmad et al., 2018; Yang et al., 2025). Kualitas layanan tidak hanya mencerminkan kemampuan operasional, tetapi juga menunjukkan komitmen koperasi dalam memberikan layanan yang mudah diakses, transparan, serta berorientasi pada kesejahteraan anggota. Ketika anggota merasakan kualitas pelayanan yang baik, mereka cenderung merasa puas dan percaya terhadap lembaga, dan mempertahankan hubungan transaksi dalam jangka panjang.

Kepuasan pelanggan dalam KSP merupakan evaluasi emosional dan kognitif anggota setelah menerima layanan. Kepuasan tercipta ketika kinerja layanan sesuai atau melampaui harapan anggota (Yang et al., 2025). Berbagai penelitian pada perbankan dan mikrofinans (Bonang et al., 2024; Kim & Yeo, 2024; Raza et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun demikian, kondisi KSP berbeda secara struktural dan kultural dibandingkan lembaga keuangan arus utama. Dalam penelitiannya Tolong, et al., (2020) menyatakan Koperasi memiliki karakteristik unik berupa hubungan sosial yang lebih dekat, peran komunitas yang kuat, dan tingkat digitalisasi yang masih terbatas. Hal ini menyebabkan dinamika kualitas layanan dan kepuasan anggota pada KSP tidak selalu dapat disamakan dengan temuan penelitian pada perbankan konvensional.

Selain kualitas layanan, kepercayaan juga merupakan elemen penting dalam hubungan antara anggota dan lembaga keuangan Koperasi Simpan Pinjam. Kepercayaan muncul ketika anggota merasa aman menyerahkan dana simpanan, meminjam dana, serta mengakses layanan keuangan lainnya. Dalam penelitiannya Aisyah et al., (2025); Broekhoff et al., (2024) kepercayaan tidak hanya berkaitan pada keandalan produk dan prosedur, namun menyangkut pada integritas pengurus, transparansi pengelolaan dana, serta kepastian bahwa organisasi dikelola secara profesional dan akuntabel.

Kepercayaan dibangun melalui pengalaman layanan yang konsisten, komunikasi yang jelas, pemrosesan transaksi yang aman, serta keterbukaan dalam penyampaian informasi (Bonang et al., 2024). Jika anggota tidak percaya terhadap koperasi, maka meskipun kualitas layanan dinilai baik, tingkat kepuasan mereka tetap bisa rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat menjadi landasan psikologis yang memperkuat hubungan kualitas layanan dengan kepuasan anggota.

Banyak literatur cenderung menggeneralisasi hasil penelitian dari sektor perbankan atau lembaga mikrofinans lainnya (Tolong et al, 2020; Balinado et al., 2021; Raza et al., 2020), sehingga belum sepenuhnya menggambarkan kondisi operasional dan perilaku anggota KSP. Tuntutan peningkatan kualitas pelayanan, digitalisasi, serta persaingan dengan fintech, kajian mengenai bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan anggota Koperasi Simpan Pinjam menjadi sangat relevan. Untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan bukti empiris mengenai hubungan kualitas layanan dan kepuasan anggota dalam konteks koperasi keuangan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan.

Koperasi Simpan Pinjam Pondok Arta Sejahtera merupakan badan usaha Koperasi yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam. Koperasi Simpan Pinjam Pondok Arta Sejahtera beralamat di Jalan Jayagiri No.29 Denpasar dan sudah berbadan hukum Nomor 123/BH/XXVII.9/VIII/2010. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus KSP. Pondok Arta Sejahtera, menemukan sejumlah masalah pada kepercayaan anggota dan kualitas

pelayanan yang menimbulkan kepuasan anggota atau nasabah. Jumlah nasabah dari tahun ke tahun menunjukkan pergerakan yang fluktuatif, dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pondok Arta Sejahtera

Tahun	Jumlah Nasabah
2022	302
2023	276
2024	575

Sumber: Data KSP. Pondok Arta Sejahtera

Fakta di lapangan pada KSP. Pondok Arta Sejahtera yang didapat penulis dari wawancara dengan Ketua Pengurus, penurunan jumlah karyawan disebabkan karena menurunnya tingkat kepercayaan nasabah pada perusahaan karena adanya pelayanan yang kurang memuaskan dari karyawan yang menyebabkan nasabah kurang nyaman dalam menyimpan uangnya di perusahaan. Selain itu, terdapat komunikasi yang tidak tersampaikan dengan baik antara pengurus dan anggota sehingga menyebabkan kesalahpahaman dalam berkomunikasi dengan nasabah. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan yang terjadi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada KSP. Pondok Arta Sejahtera?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada KSP. Pondok Arta Sejahtera ?

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) merupakan salah satu kerangka konseptual paling berpengaruh dalam kajian kualitas layanan dan hingga kini masih menjadi rujukan utama dalam penelitian terkait perilaku pelanggan. Model ini tidak hanya menjelaskan bagaimana pelanggan membentuk penilaian terhadap suatu layanan, tetapi juga menggambarkan mekanisme bagaimana evaluasi tersebut berimplikasi pada tingkat kepuasan maupun kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan. Inti pemikiran SERVQUAL adalah bahwa kualitas layanan muncul dari proses membandingkan antara harapan awal pelanggan (expectations) dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual layanan (perceived performance). Dengan kata lain, kualitas layanan bersifat relatif, subjektif, dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman individual selama terjadi interaksi dengan organisasi penyedia layanan. Faktor emosional, situasional, dan karakteristik personal pelanggan juga dapat memengaruhi bagaimana mereka menilai kualitas layanan yang diterima. Dalam kerangka SERVQUAL, kualitas layanan disusun melalui lima dimensi pokok, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kelima dimensi ini berfungsi sebagai alat evaluatif bagi pelanggan dalam menilai apakah suatu layanan telah memenuhi, melampaui, atau bahkan berada di bawah ekspektasi mereka (Ahmad et al., 2018). Masing-masing dimensi memerankan fungsi spesifik dalam pembentukan persepsi pelanggan. Misalnya, tangibles mencerminkan aspek fisik yang

dapat diamati secara langsung, sedangkan reliability mengukur konsistensi penyedia layanan dalam memenuhi janji dan memberikan layanan yang akurat. Sementara itu, responsiveness berkaitan dengan kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan secara cepat. Assurance menyangkut kemampuan tenaga layanan dalam menumbuhkan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan pelanggan. Adapun empathy lebih terkait pada perhatian personal, pemahaman, dan keramahan yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam konteks lembaga keuangan, khususnya koperasi simpan pinjam (KSP), kelima dimensi SERVQUAL tersebut menjadi sangat signifikan karena karakteristik layanan keuangan berbeda dengan layanan berbasis produk fisik. Layanan keuangan merupakan trust-based service, di mana pelanggan bergantung pada keandalan institusi dalam mengelola dana, menjaga keamanan informasi, memberikan kepastian layanan, serta menghindari risiko kesalahan yang dapat berdampak pada kerugian finansial. Oleh sebab itu, kualitas layanan yang tinggi menjadi prasyarat munculnya kepercayaan nasabah. Dimensi reliability dan assurance menjadi sangat dominan karena nasabah menilai lembaga berdasarkan kemampuan institusi memenuhi prosedur dengan akurat, menjaga keamanan transaksi, dan memberikan keyakinan bahwa dana mereka dikelola secara profesional. Selain itu, empathy dan responsiveness juga memegang peranan penting karena hubungan antara petugas koperasi dan nasabah biasanya bersifat personal dan berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan SERVQUAL dalam evaluasi kualitas layanan di lembaga keuangan tidak hanya berguna dalam mengukur performa layanan, tetapi juga berfungsi untuk memahami mekanisme bagaimana persepsi kualitas layanan dapat meningkatkan atau melemahkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya akan memengaruhi keberlanjutan hubungan nasabah dengan lembaga tersebut.

2.2. Kepuasan Kerja

Dalam kerangka SERVQUAL, kepuasan nasabah merupakan hasil evaluatif yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja layanan aktual dengan harapan awal mereka. Apabila layanan yang diberikan memenuhi harapan, menimbulkan konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Namun, jika layanan lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan akan mengalami ketidakpuasan.

Kelima dimensi SERVQUAL memiliki kontribusi langsung terhadap terbentuknya kepuasan (Ong, Prasetyo, Sacro, et al., 2023), yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangibles*)

Dimensi ini mencerminkan profesionalitas dan kredibilitas lembaga dari sisi fisik, yang meningkatkan kenyamanan dan persepsi positif.

2. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi ini menjadi faktor utama karena pelanggan sangat menghargai layanan yang konsisten dan tepat waktu dalam transaksi keuangan.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan berpengaruh pada kepuasan karena pelanggan menginginkan penanganan cepat terhadap permintaan dan keluhan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Adanya jaminan yang dapat membangun rasa aman nasabah melalui kompetensi dan integritas staf, yang sangat penting dalam layanan finansial.

5. Empati (*Empathy*)

Empati dapat memberikan pengalaman layanan yang personal serta meningkatkan kepuasan emosional pelanggan.

Model SERVQUAL menegaskan bahwa kualitas layanan menjadi determinan paling langsung dari kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan karena persepsi nasabah terhadap kinerja layanan menjadi lebih positif. Dengan demikian,

hubungan antara SERVQUAL dan kepuasan nasabah bersifat kuat, langsung, dan logis dalam konteks lembaga keuangan.

Sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh Raza et al. (2020), penelitian tersebut mengungkapkan bahwa seluruh dimensi yang diuji terbukti memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, studi tersebut juga menegaskan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, karena variabel ini menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif terhadap loyalitas tersebut. Temuan ini menunjukkan kualitas layanan memainkan peran sangat penting dalam setiap masyarakat, karena telah menjadi dasar bagi bagaimana pelanggan memaknai perbankan daring dan, pada akhirnya, bagaimana mereka berinteraksi dan beroperasi dengan layanan daring.

2.3 Kepercayaan

Selain memengaruhi kepuasan, teori SERVQUAL juga memiliki hubungan yang kuat dengan pembentukan kepercayaan (*trust*). Dalam sektor keuangan, kepercayaan adalah elemen fundamental yang menjadi dasar keberlanjutan hubungan jangka panjang antara lembaga dan nasabah (Broekhoff et al., 2024). Trust terbentuk ketika pelanggan merasa yakin bahwa lembaga dapat memberikan layanan yang konsisten, aman, transparan, dan berintegritas (Bonang et al., 2024).

Dimensi SERVQUAL yang paling berkaitan dengan kepercayaan antara lain:

1. Keandalan (*Reliability*)

Konsistensi lembaga dalam memberikan layanan akurat, tepat janji, dan tanpa kesalahan merupakan fondasi pembentukan kepercayaan. Nasabah akan percaya apabila koperasi terbukti mampu memenuhi janjinya, misalnya dalam pencairan dana, penentuan bunga, atau penyimpanan data.

2. Jaminan (*Assurance*)

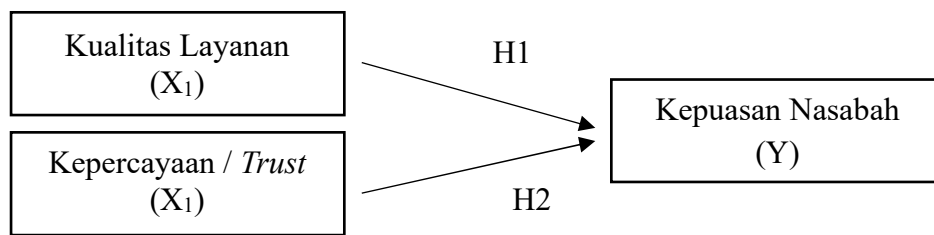
Dimensi ini berhubungan langsung dengan rasa aman yang dirasakan nasabah melalui kompetensi, kesopanan, dan integritas staf. Assurance mencakup keahlian teknis, pemahaman produk, serta kemampuan memberikan informasi yang jujur dan transparan.

3. Empati (*Empathy*)

Perhatian personal dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan memperkuat hubungan emosional dan meningkatkan keyakinan bahwa lembaga peduli serta tidak akan merugikan nasabah. Karena itu, kualitas layanan dalam perspektif SERVQUAL tidak hanya memperkuat kepercayaan, namun juga dapat meningkatkan kepuasan. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Uzir et al. (2021) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan, nilai yang dirasakan oleh pelanggan, serta tingkat kepercayaan yang terbentuk dalam proses pelayanan memiliki pengaruh yang nyata terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa ketiga aspek tersebut berkontribusi penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebagian dimediasi oleh kepercayaan.

2.4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menyusun sebuah kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) sebagai variabel independen dengan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Kerangka tersebut menunjukkan bagaimana kedua faktor tersebut dihipotesiskan memberikan kontribusi penting dalam membentuk tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Sumber: Hasil pemikiran peneliti (2025)

Hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan pada tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yaitu:

1. H₁: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada KSP. Pondok Arta Sejahtera?
2. H₂: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada KSP. Pondok Arta Sejahtera ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kuantitatif dan berorientasi pada pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut penjelasan Creswell et al. (2017), pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai berbagai fenomena, kondisi, maupun persoalan yang sedang diteliti melalui penyajian data numerik yang diperoleh dari responden. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan objektif berdasarkan pola-pola yang muncul dari data tersebut. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah KSP Pondok Arta Sejahtera, dengan total sebanyak 575 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, peneliti menggunakan rumus Krejcie & Morgan (1970), sebagaimana dikutip dalam penelitian Sintaasih et al. (2020). Melalui perhitungan menggunakan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 86 responden yang dianggap mencukupi untuk mewakili keseluruhan populasi. Teknik penentuan sampel yang diterapkan adalah probability sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk terpilih sebagai responden. Secara khusus, penelitian ini menerapkan teknik simple random sampling, di mana pemilihan sampel dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan kategori atau strata tertentu pada populasi, sehingga seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang setara untuk terpilih. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara bersamaan maupun secara terpisah. Dengan demikian, model analisis ini mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah dalam konteks penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini menyoroti pengaruh variabel Kualitas Layanan (X₁) dan Kepercayaan (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.704	.620	1.36739

a. Predictors: (Constant), trust, kualitas layanan

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian menggunakan analisis regresi linear berganda memperlihatkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan (trust) terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai Adjusted R² sebesar 0,620 menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 62% variasi perubahan yang terjadi pada variabel kepuasan nasabah. Dengan kata lain, lebih dari separuh tingkat kepuasan nasabah dapat diprediksi melalui kualitas layanan yang diberikan serta tingkat kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap lembaga. Adapun 38% sisanya merupakan kontribusi dari berbagai faktor eksternal lainnya yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, seperti persepsi harga, pengalaman sebelumnya, citra lembaga, maupun faktor personal nasabah. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun kualitas layanan dan kepercayaan bukan satu-satunya faktor, keduanya tetap menjadi elemen penting yang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam membentuk kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan dan penguatan kepercayaan merupakan strategi yang perlu diprioritaskan oleh lembaga keuangan seperti KSP Pondok Arta Sejahtera untuk meningkatkan pengalaman serta kepuasan nasabah secara berkelanjutan..

Tabel 3
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.804	2.487		9.168	.000
	kualitas layanan	.154	.093	.064	.583	.011
	trust	.102	.123	.002	.017	.017

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data diolah

$$Y = 22,840 + 0,154X_1 + 0,102X_2$$

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0,011 < 0.05$

2. Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi $0,017 < 0.05$

2. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Pada KSP. Pondok Arta Sejahtera.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan tersebut sejalan dengan teori SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan dibentuk oleh lima komponen utama, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Kelima dimensi ini berperan dalam membentuk persepsi pelanggan mengenai mutu pelayanan yang diterima, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka secara keseluruhan. Oleh karena itu, semakin baik kualitas layanan yang disediakan, maka kepuasan nasabah cenderung meningkat secara signifikan. Dalam konteks penelitian ini, respon nasabah terhadap peningkatan kualitas layanan terlihat cukup positif. Meskipun demikian, nilai koefisien Beta yang relatif kecil, yaitu sebesar 0.064, menunjukkan bahwa meskipun variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan, variabel ini bukan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah di KSP Pondok Arta Sejahtera. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar kualitas layanan yang lebih kuat kontribusinya dalam membentuk kepuasan nasabah pada lembaga tersebut.

Temuan pada penelitian ini mendukung hasil penelitian-penelitian sebelumnya (Bonang et al., 2024; Ong, Prasetyo, Kishimoto, et al., 2023; Raza et al., 2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan determinan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan dalam berbagai sektor jasa.

Pengaruh Kepercayaan (*trust*) (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Pada KSP. Pondok Arta Sejahtera

Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara teoretis, kepercayaan merupakan bentuk keyakinan dari nasabah bahwa penyedia layanan mampu memberikan pelayanan yang konsisten, jujur, serta dapat diandalkan dalam setiap interaksi. Ketika nasabah merasa bahwa institusi layanan selalu bertindak sesuai janji, transparan, dan mampu memenuhi ekspektasi mereka, maka tingkat kepuasan yang muncul akan semakin tinggi. Dengan demikian, kepercayaan menjadi salah satu fondasi penting yang memperkuat hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan nasabah.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Balinado et al., 2021; Bonang et al., 2024; Hameed et al., 2024) yang menekankan bahwa kepercayaan adalah fondasi utama hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan nasabah. Namun, rendahnya nilai Beta 0.002 menunjukkan hasil bahwa pengaruh kepercayaan tergolong sangat lemah, hampir tidak memberikan kontribusi substansial. Artinya, kepercayaan (*trust*) dirasakan, namun kontribusinya terhadap kepuasan nasabah relatif kecil. Hal ini bisa dikarenakan pelanggan sudah menganggap *trust* sebagai *baseline*, sehingga peningkatannya tidak terlalu memengaruhi tingkat kepuasan.

SIMPULAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan dan kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada KSP Pondok Arta Sejahtera. Berdasarkan hasil pengolahan data melalui analisis regresi, diperoleh temuan bahwa baik kualitas layanan maupun kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan mutu layanan serta tingginya tingkat kepercayaan nasabah secara langsung berkontribusi pada meningkatnya kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Meskipun signifikan, kontribusi kualitas layanan terhadap peningkatan kepuasan nasabah masih relatif lemah dan bukan merupakan faktor paling dominan pada KSP Pondok Arta Sejahtera. Demikian juga pada variabel kepercayaan (*trust*) walaupun terbukti berpengaruh positif dan signifikan, namun pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah tergolong rendah. Artinya, kepercayaan nasabah sudah berada pada tingkat dasar (*baseline*), sehingga peningkatan kepercayaan tidak menghasilkan perubahan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada KSP Pondok Arta Sejahtera. Manajemen KSP dapat memperluas strategi peningkatan kepuasan melalui faktor lain seperti inovasi layanan digital maupun pengelolaan hubungan nasabah.

SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti *perceived value*, *customer experience*, atau *brand image*, karena kualitas layanan dan *trust* terbukti memberikan pengaruh yang relatif kecil terhadap kepuasan nasabah. Penggunaan model analisis yang lebih komprehensif seperti SEM-PLS, serta desain penelitian longitudinal, juga penting untuk menangkap dinamika kepuasan nasabah dari waktu ke waktu. Selain itu, studi komparatif antar Lembaga keuangan non bank dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Penelitian mendatang juga dapat menguji moderasi atau mediasi, misalnya *trust* sebagai mediator, atau *perceived risk* sebagai moderator, guna memperkaya model konseptual dan meningkatkan kontribusi teoretis.

Daftar Pustaka

- Adrianus Tolong, Husain As, S. R. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Suka Damai. *JAMBURA Economic\Education Journal*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jeej.v2i1.4455>
- Ahmad, S. Z., Ahmad, N., & Papastathopoulos, A. (2018). Measuring service quality and customer satisfaction of the small- and medium-sized hotels (SMSHs) industry: lessons from United Arab Emirates (UAE). *Tourism Review*, 74(3), 349–370. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TR-10-2017-0160>
- Aisyah, M., Sesunan, Y. S., & Wicaksono, A. T. S. (2025). Customers' trust in Islamic banking post-cyberattack leads to digital service breakdowns in Indonesia. *Sustainable Futures*, 10, 101530. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sfr.2025.101530>
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Perwira Redi, A. A. N. (2021). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in an Automotive After-Sales Service. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 116. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/joitmc7020116>
- Bonang, D., Fianto, B. A., & Sukmana, R. (2024). Bibliometric analysis of service quality and customer satisfaction in Islamic banking: a roadmap for future research. *Journal of Islamic Marketing*, 16(2), 462–483. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0177>
- Broekhoff, M.-C., van der Crujisen, C., & de Haan, J. (2024). Towards financial inclusion: Trust in banks' payment services among groups at risk. *Economic Analysis and Policy*, 82, 104–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eap.2024.02.038>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Desak Ketut Sintaasih, Gede Riana, I. N. A. (2020). *Entrepreneurial Leadership and*

- Innovation: The Mediating Role of Knowledge Sharing (A Study on the Export-oriented Handicraft Industry in Bali). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13. https://doi.org/www.ijicc.net/images/vol_13/13165_Sintaasih_2020_E_R.pdf
- Hameed, I., Chatterjee, R. S., Zainab, B., Tzhe, A. X., Yee, L. S., & Khan, K. (2024). Navigating loyalty and trust in the skies: The mediating role of customer satisfaction and image for sustainable airlines. *Sustainable Futures*, 8, 100299. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100299>
- Kim, L., & Yeo, S. F. (2024). How stress and satisfaction influence customer service quality in banking industry. *Heliyon*, 10(11), e32604. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32604>
- Krejcie, Robert V., & Morgan, Daryle W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Kishimoto, R. T., Mariñas, K. A., Robas, K. P. E., Nadlifatin, R., Persada, S. F., Kusonwattana, P., & Yuduang, N. (2023). Determining factors affecting customer satisfaction of the national electric power company (MERALCO) during the COVID-19 pandemic in the Phillippines. *Utilities Policy*, 80, 101454. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jup.2022.101454>
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Sacro, M. C. C., Artes, A. L., Canonoy, M. P. M., Onda, G. K. D., Persada, S. F., Nadlifatin, R., & Robas, K. P. E. (2023). Determination of factors affecting customer satisfaction towards “maynilad” water utility company: A structural equation modeling-deep learning neural network hybrid approach. *Heliyon*, 9(3), e13798. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13798>
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *The TQM Journal*, 32(6), 1443–1466. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>
- Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Thiam Hock, R. L., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>
- Yang, X., Balasubramanian, K., & Soeiro, J. D. (2025). The effects of service quality on customer satisfaction and recommendation intention: Domestic versus international customer. *International Journal of Hospitality Management*, 131, 104269. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104269>