



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Pada Nasabah PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

LAIDIA HIMMATUL ULYA

NPM. 21801081122



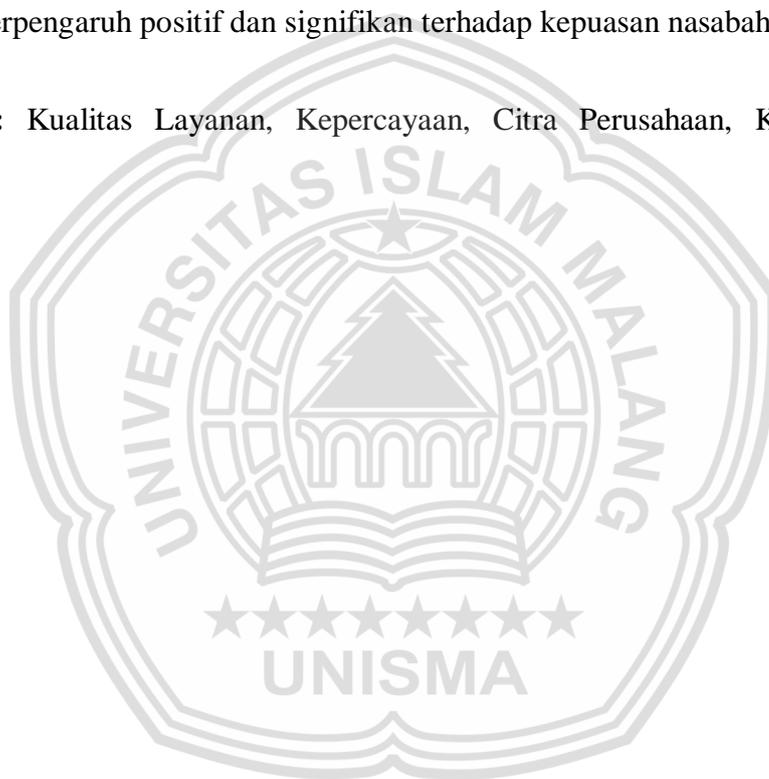
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG**

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang menggunakan produk/jasa layanan di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial variabel kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Kepuasan Nasabah.



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of service quality, trust and corporate image on customer satisfaction. The population in this study were customers of PT. Bank BPR UMKM East Java Mojokerto Branch that uses products/services at PT. Bank BPR UMKM East Java Mojokerto Branch with a total sample of 100 respondents. The analysis method uses multiple linear regression analysis. Sampling technique with non probability sampling technique with purposive sampling method. The results showed that the variables of service quality, trust and corporate image simultaneously affect customer satisfaction. The variables of service quality, trust and company image partially have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Trust, Company Image, Customer Satisfaction.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyaknya perbankan yang ada di setiap daerah menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perbankan untuk dapat mempertahankan nasabahnya dan menarik calon nasabah baru agar memilih perbankan mereka sebagai layanan pemberi jasa yang dapat mereka percaya. Setiap bank dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi berbagai macam pesaing yang bergerak dalam industri perbankan. Hal ini karena persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap bank. Sedangkan pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuan menghimpun dana masyarakat, baik dalam skala kecil maupun skala besar.

Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor – faktor tertentu sebelum pada akhirnya memutuskan untuk menabung atau menggunakan produk/jasa layanan perbankan. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menabung atau menggunakan produk/jasa tersebut. Kepuasan nasabah merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan perbankan dengan nasabah. Kepuasan menurut (Kotler, 2016) adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Dengan asumsi tercapainya kepuasan nasabah maka diharapkan

pendapatan perusahaan akan semakin meningkat dan dalam jangka panjang perusahaan dapat berkembang sejalan dengan kepercayaan dari nasabahnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 2016). Kualitas layanan dapat terwujud apabila manajemen perbankan memahami faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas layanan nasabah. Bank harus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang memberikan kemudahan dan keuntungan untuk menciptakan kepuasan nasabahnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti dengan memberikan kualitas layanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan.

Kepercayaan nasabah terhadap bank juga memiliki peranan yang penting dalam kelangsungan hidup suatu bank. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa sebuah pihak akan memenuhi janjinya dalam hubungan tersebut (Ndubisi, 2007). Bank sebagai lembaga keuangan sangat dipercaya oleh masyarakat dalam menghimpun, mengelola, dan menyalurkan dananya. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan. Nasabah yang percaya terhadap suatu perbankan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perbankan yang akhirnya akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya dengan perbankan dan tetap menjalin ikatan emosional yang kuat. Sehingga keputusan

untuk menabung atau meminjam dana di perbankan tersebut semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh nasabah. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizalfalal, 2020), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti dengan adanya rasa kepercayaan ini akan dapat menciptakan kepuasan yang telah diberikan oleh perusahaan kepada nasabah.

Selain kualitas layanan dan kepercayaan, citra perusahaan juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Apabila kualitas layanan, kualitas produk, respon bank terhadap masyarakat baik, maka akan menimbulkan kesan citra yang positif di mata para nasabah. Citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan (Kasali, 2003). Menurut (Krismanto, 2009) citra secara umum adalah suatu gambaran psikologis yang terbentuk dalam pikiran konsumen yang dihasilkan dari banyak rangsangan yang berbeda – beda terhadap setiap inderanya. Citra perusahaan merupakan penilaian yang diberikan oleh nasabah terhadap pengalaman yang telah mereka rasakan. Untuk berhasil memperoleh dan mempertahankan nasabah maka setiap perbankan harus berusaha semaksimal mungkin untuk menampilkan produk dengan memiliki citra perusahaan yang positif di mata nasabahnya. Semakin banyak penilaian nasabah yang bernilai positif terhadap perbankan, maka semakin baik citra perusahaan tersebut di mata publik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Hendrison & Nur Elfi Husda, 2020) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizalfalal, 2020) yang menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal

tersebut karena sebagian besar nasabah tidak terlalu mementingkan citra perusahaan karena nasabah di daerah Lawang hanya membutuhkan bank yang paling dekat.

PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto adalah salah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan, BPR (Bank Perkreditan Rakyat) lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, kredit dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Sesuai surat keputusan Bank Indonesia Nomor : 32/52/Kep/Dir tanggal 14 Mei 1999 tentang persyaratan dan tata cara merger, konsolidasi, dan akuisisi Bank Perkreditan Rakyat, dan sekaligus untuk menumbuhkan *brand image* masyarakat maka terhadap 66 unit PR. BPR KURK JATIM direncanakan dilakukan konsolidasi menjadi Perseroan Terbatas Bank Perkreditan Rakyat Jawa Timur atau yang lebih dikenal dengan Bank BPR Jatim.

PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto merupakan salah satu dari sekian banyak bank yang berada di Kota Mojokerto yang dalam pelayanannya memperhatikan kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan guna meningkatkan kepuasan dimata masyarakat maupun nasabahnya. Namun, dalam upaya menciptakan kepuasan nasabah PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto nampaknya masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi sehingga sulit untuk mencapai tujuan perusahaan ini terlihat dari kondisi perkembangan jumlah nasabah PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto periode 2019 – Desember 2020 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah (Orang)
PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto
Periode Tahun 2019 – Tahun 2020

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)		
	Tabungan	Deposito	Kredit
2019	7.032	193	1.308
2020	7.177	183	1.092

Sumber: Data Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto, 2021

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah tabungan tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 145 nasabah/orang, penurunan jumlah nasabah deposito tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 10 nasabah/orang, dan juga terjadi penurunan jumlah nasabah kredit tahun 2019 sampai tahun 2020 sebesar 216 nasabah/orang. Hal ini menunjukkan terjadinya perubahan jumlah nasabah yang kurang stabil pada PT. Bank BPR UMKM JATIM Cabang Mojokerto. Maka dari itu perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi naik dan turunnya jumlah nasabah dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

Kualitas layanan yang ditawarkan dan diberikan oleh PT. Bank BPR UMKM Cabang Mojokerto harus bisa memenuhi bahkan melebihi harapan dari nasabah agar terbentuk suatu perasaan puas dalam diri nasabah atas kualitas layanan yang diperoleh. Kepercayaan juga mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap nasabah. Nasabah yang telah menetapkan kepercayaannya pada satu perusahaan dapat mendatangkan calon nasabah lain apabila nasabah tersebut membagikan pengalaman yang telah dirasakannya pada orang lain terhadap perbankan yang menjadi pilihannya bahwa PT. BPR UMKM Cabang Mojokerto mampu memberikan layanan jasa keuangan yang memuaskan dan sesuai dengan

harapan nasabah. Oleh karena itu PT. BPR UMKM Cabang Mojokerto perlu menjaga dan mempertahankan citra perusahaan yang positif di mata masyarakat dan nasabahnya, karena apabila citra yang tercipta di dalam masyarakat bukanlah citra positif maka tidak menutup kemungkinan hal tersebut akan menimbulkan kekecewaan pada diri nasabah dan menyebabkan nasabah akan berpindah memilih jasa perbankan lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah:

1. Apakah kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto ?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan di atas maka dapat ditentukan tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi (referensi) guna melakukan penelitian lebih lanjut dari perspektif yang berbeda sekaligus menambah wawasan yang dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan penelitian khususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah serta pengembangan ilmu ekonomi pemasaran.

b. Manfaat Secara Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti empiris bagi pihak PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan agar lebih tercipta kepuasan bagi nasabah dan dapat menarik nasabah lebih banyak lagi.

2) Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran.

3) Bagi Peneliti selanjutnya

Dapat menjadi sumber referensi dari hasil penelitian ini dan diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan dapat dijadikan sebagai sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Citra Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
- b. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
- c. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
- d. Citra Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini telah mengusahakan dan melaksanakan penelitian sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih mempunyai keterbatasan, sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas layanan, kepercayaan dan citra perusahaan. Masih banyak variabel – variabel lain yang mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah, seperti penanganan keluhan, komitmen.

- b. Penelitian ini hanya dilakukan pada bidang perbankan, yaitu PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang belum tentu mempunyai hasil penelitian yang sama jika diterapkan pada bidang lain.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi dan saran sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

- 1) Perusahaan diharapkan mampu memberikan perhatian penuh kepada nasabah yang mengalami masalah seperti kehilangan buku tabungan agar dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, serta menjamin bahwa ketika nasabah menggunakan produk/jasa layanan yang ada di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto mereka merasa puas.
- 2) Perusahaan diharapkan telah menerapkan prinsip – prinsip yang dapat diterima nasabah seperti berperilaku jujur agar dapat mempertahankan dan membangun kepercayaan kepada nasabah di PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto.
- 3) Perusahaan diharapkan perlu mengkomunikasikan secara jelas tentang PT. Bank BPR UMKM Jatim Cabang Mojokerto yang diharapkan kepada nasabah sehingga dapat mengarahkan nasabah dalam mencitrakan perusahaan secara positif.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

- 1) Penambahan variabel – variabel lain yang mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah, seperti penanganan keluhan, komitmen.

- 2) Objek penelitian bisa lebih dikembangkan.
- 3) Dapat memperbarui pernyataan – pernyataan dan indikator pada penelitian ini.
- 4) Bagi peneliti berikutnya dapat mengembangkan penelitian menjadi jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif.



DAFTAR PUSTAKA

- Darlina, D. (2016). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan. *JOM FISIP*, 1.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Rosdakarya.
- Dewi, K. N. M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BPR Sari Jaya Sedana di Klungkung. In *Warmadewa Economic Development Journal*. Universitas Warmadewa, Denpasar Bali.
- Elviana. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Press.
- Fatihudin, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Penerbit Deepublish.
- Finnora, E. & I. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.).
- Gisela E, R. & E. J. (2014). Pengaruh Customer Satisfaction dan Switching Barries Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Buku Petra Togamas Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Hendrison & Nur Elfi Husda. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Citra Perusahaan Terhadap Nasabah Pada PT Asuransi Reliance Indonesia. *Jurnal Magisma*.
- Indrianto & Supomo. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (1st ed.). BPFE.
- Japlani, A. F. & S. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat. *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 03.
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*. Graffiti.
- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson EducationINC.
- Krismanto, A. (2009). *Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)*. Universitas Diponegoro.
- Larasati, D. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pasa PT. BRI Cabang Manna. *Jurnal Perbanas Review*, 03.

- Leni Nurjannah. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Mudharabah*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Perd). Mitra Wacana Media.
- Mawey, T. C. A. L. T. & I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank. *Jurnal EMBA*, 06, 1198–1207.
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship Marketing And Customer Loyalty. *Journal Of Marketing Intelligence Ans Planning*, 25, 98–106.
- Ni Wayan Ita, M. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Lion Air di Bandara Juanda Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Ningsih, S. (2019). Pengaruh tres Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pos Indonesia Cabang Malang. In *Jurnal Ilmu Manajemen*. Universitas Islam Malang.
- Nugroho, B. & I. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 06.
- Putri, Shavira Zhulfa Eka & Widarko ,Agus & Asiyah, S. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Penanganan Keluhan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Shavira Catering & Service). *E - Jurnal Riset Manajemen*.
- Ratih, I. A. B. (2009). Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumberdaya Amnesia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya. *Ekuitas*, 13, 176–198.
- Rizalfalal, M. M. H. & F. R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Bank BRI KCP Unit Lawang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 09.
- Santoso, G. H. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Wonogiri*. Universitas Sebelas Maret.
- Segara, S. C. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada AHASS PT. TIGER DUA RIBU MEDAN*. Universitas Medan Area.
- Setiyawati, A. (2009). *Studi Kepuasn Pelanggan Untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Rejeki Semarang)*.

Universitas Diponegoro Semarang.

Siringoringo, R & Kurniawan, P. H. (2018). Analisis Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan dan Kebijakan Tarif Listrik Prabayar Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Citra PLN BRIGHT BATAM. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3, 96–108.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Susilo. (2012). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Bisnis*. Mitra Wacana Media.

Sutojo, S. (2011). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka.

Syaifullah, S & Mira, M. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(2), 86–91.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offseet.

