

---

---

**PERAN KEPUASAN MEMEDIASI PENGARUH CITRA LPD  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH LPD DESA ADAT ABIANTUWUNG DI  
TABANAN**

**Gusti Alit Suputra**

Program Studi Manajemen Universitas Hindu Indonesia (Unhi), Bali, Indonesia

e-mail: [alitsuputra150@yahoo.com](mailto:alitsuputra150@yahoo.com)

**How to cite (in APA style):**

Suputra, G. A. (2020). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Lpd Terhadap Loyalitas Nasabah Lpd Desa Adat Abiantuwung Di Tabanan. *Warmadewa Management and Business Journal*, 2(1) pp.92-101

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran kepuasan memediasi pengaruh citra LPD terhadap loylitas nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan. penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Propotionate Stratified Random* dimana cara pengambilan dari sampel anggota populasi secara acak dan secara proporsional. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan digunakan teknis Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Citra LPD berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, hal ini berarti citra positif yang dirasakan nasabah dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam bertransaksi di LPD Desa Adat Abiantuwung, karena yang diinginkan nasabah sesuai dengan kenyataan yang ada, 2) Citra LPD berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena citra LPD memiliki peran yang besar dalam membangun kepercayaan nasabah, dengan citra yang positif yang diberikan maka nasabah yang bertransaksi merasa loyal untuk menjadi nasabah di LPD Desa Adat Abiantuwung, 3) Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini berarti nasabah yang puas akan menciptakan rasa loyal kepada LPD Abintuwung. 4) kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra LPD dengan loyalitas nasabah Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga keuangan Indonesia khususnya di LPD Desa Adat Abiantuwung dalam mengidentifikasi variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah khususnya kepuasan yang dapat meningkatkan citra LPD, agar dapat meningkatkan kualitas nasabah.

**Kata Kunci : Citra LPD, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah**

**Abstract**

This study aims to examine the role of satisfaction mediating the effect of LPD images on the loyalty of LPD customers in Abiantuwung Adat Village in Tabanan. This research was conducted using the *Propotionate Stratified Random* method in which the method of taking samples from population members randomly and proportionally. The sample in this study were 70 people. Data were collected using a questionnaire and used Technical Analysis Path. The results of the study show that 1) LPD image has a significant positive effect on employee performance, this means that a positive image perceived by the customer can affect customer loyalty in conducting transactions in the Abiantuwung Indigenous Village LPD, because what the customer wants is in accordance with the reality, 2) Citra LPD influences significant positive effect on customer satisfaction, because the image of the LPD has a large role in building customer trust, with a positive image given, the customer who feels loyal to become a customer in the LPD Abiantuwung Adat Village, 3) customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty, this means satisfied customers will create a sense of loyalty to Abintuwung LPD. 4) customer satisfaction can mediate the relationship between LPD image and customer loyalty The results of this study are expected to be a reference for Indonesian financial institutions, especially in the LPD of Abiantuwung Adat Village in identifying variables that can affect customer loyalty, especially satisfaction that can enhance the LPD image, in order to improve customer quality.

**Keywords:** *LPD Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

## I. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kemandirian kehidupan desa, khususnya dalam meningkatkan pembangunan dibidang perekonomian. Salah satu kendala yang dihadapi oleh masyarakat pedesaan untuk melakukan aktivitas perekonomian adalah masalah permodalan yang pada umumnya relatif lemah. Munculnya kendala lain seperti kesulitan dalam hal jaminan dan akses ke dalam lembaga keuangan yang resmi. Kehadiran bisnis pinjaman uang yang ilegal dan tingkat bunga yang relatif tinggi di pedesaan merupakan pertanda masih belum terpenuhinya kebutuhan kredit yang amat sangat besar dari masyarakat pedesaan. Pemerintah berusaha memenuhi permintaan akan kredit ini dengan berbagai cara namun program demi program yang dikembangkan nampaknya selalu menghadapi hambatan yang sama, yaitu belum cocoknya program dengan kebutuhan.

Pesatnya perkembangan lembaga-lembaga keuangan baik di kota maupun di desa menimbulkan persaingan yang ketat antar lembaga keuangan tersebut. Setiap lembaga keuangan berlomba menunjukkan keunggulannya dan citra yang baik kepada nasabah demi menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan melakukan transaksi. Citra perusahaan dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Soemirat, 2003:13). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui kualitas pelayanan, keberhasilan perusahaan, dan sejarah atau riwayat perusahaan. Citra tidak bisa terbentuk begitu saja, namun memerlukan proses untuk membentuknya. Perusahaan selalu meningkatkan citra agar konsumen dapat setia atau loyal pada produk atau jasa yang dijual.

Citra konsumen menjadi penting karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan bagi perusahaan agar dapat berkembang dan meneruskan usahanya. Salah satu faktor yang dapat membentuk loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Menurut Ariani dan Rosinta (2010), pelanggan yang menikmati layanan kemungkinan besar akan berkata positif tentang perusahaan dan jarang melakukan perpindahan merek.

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan harus seringkali melihat dari nilai lebih dari suatu produk atau kinerja yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa) kepada pelanggan. Pelanggan pada dasarnya mencari nilai lebih atau nilai terbesar yang diberikan oleh suatu produk (jasa). Masyarakat sebagai pelanggan jasa perbankan sekarang mempunyai kesadaran yang tinggi terhadap produk atau jasa perbankan. Sedangkan lembaga keuangan sebagai produsen harus meyakinkan nasabah bahwa jasa yang ditawarkan dapat memberikan manfaat dan dapat mensejahterakan masyarakat. Para pelaku bisnis dalam bidang keuangan harus dapat memuaskan nasabah, hal ini dimaksudkan agar nasabah menjadi nasabah yang loyal.

Menurut C. Mowen (2002:78), kepuasan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian *evaluative* pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Handoko (2014) mengemukakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan para karyawan memandang pekerjaan mereka. Waktu/lama penyelesaian merupakan pencerminan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Ini dapat dilihat dari sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu di lingkungannya.

Provinsi Bali yang terkenal dengan adat istiadat yang diatur dalam desa adat tentunya mempunyai hak otonom untuk mengatur kehidupan sosial ekonomi termasuk didalamnya mengenai pengelolaan kekayaan desa. Dalam hal ini, salah satu kelembagaan keuangan milik

masyarakat desa adalah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Sesuai dengan pasal 1 angka 10 Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa menyatakan bahwa: Lembaga Perkreditan Desa adalah Lembaga Perkreditan milik Desa Pakraman dalam wilayah Provinsi Bali.

Desa Pakraman merupakan sebutan baru bagi desa adat berdasarkan Perda Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 2001 tentang Desa Pakraman. Surat Gubernur Nomor: 972 Tahun 1984, tertanggal 1 November 1984, tentang Lembaga Perkreditan Desa (selanjutnya disebut dengan LPD), Pemerintah Provinsi Daerah Tingkat I Bali mencetuskan gagasan pembentukan Lembaga Perkreditan Desa (LPD)

LPD sebagai Lembaga Keuangan Desa yang bergerak dalam usaha simpan pinjam, dimana produk jasa yang ditawarkan dalam usahanya yaitu berupa: tabungan, deposito, dan kredit. LPD menyediakan pelayanan jasa keuangan bagi seluruh masyarakat desa termasuk penduduk kurang mampu. Masing-masing lembaga keuangan atau bank berusaha untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya dengan meningkatkan kepuasan bagi para pelanggan dari segi pelayanan yang baik, citra perusahaan yang baik di masyarakat dan lain sebagainya.

Hal ini terlihat dari kenaikan jumlah nasabah yang selalu mengalami perubahan setiap tahunnya sehingga kurang memenuhi target. Permasalahan yang menjadi beban bagi peminjaman kredit dengan cairnya dana yang begitu lama menyebabkan para nasabah kurang merasa puas dalam hal kualitas pelayanan di LPD Desa Adat Abiantuwung tersebut. Tingkat kepuasan nasabah dapat diukur dengan banyaknya keluhan-keluhan yang dihadapi oleh nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung.

Keluhan dilihat dari bukti langsung (*tangible*), berupa letak LPD Desa Abiantuwung yang tidak berada di wilayah strategis, sempitnya sarana parkir, dan ruang tunggu yang kurang nyaman terbukti dari terbatasnya tempat duduk dan keluhan dari nasabah desa adat yang tidak diperbolehkan meminjam dana kredit namun disisi lain nasabah dari luar desa adat diperbolehkan untuk meminjam dana kredit pada LPD Desa Adat Abiantuwung.

Keluhan dilihat dari kehandalan (*reliability*), berupa tidak tersedianya pelayanan cepat yang siap membantu jika dibutuhkan, jam pelayanan tidak pernah tepat waktu, pencairan permohonan kredit tidak pernah tepat sesuai yang dijanjikan dan sistem jaringan sering tidak berfungsi (*off line*) dan anggota-anggota LPD yang sering datang tidak tepat waktu sehingga LPD Desa Adat Abiantuwung selalu buka lewat dari waktu yang telah ditentukan (Sukardi, 2013).

Keluhan daya tanggap (*responsiveness*), berupa sering terjadinya kekeliruan komunikasi dimana ada nasabah yang menggunakan nama orang lain untuk memperoleh kredit, sementara nama yang dipinjam tidak tahu (karena tidak di cek ke peminjam) dan kurang terseleksi dalam pemberian kredit kepada nasabah, dimana nasabah yang gajinya sudah minus lolos mendapatkan kredit dikarenakan nasabah tersebut dapat dipercaya untuk menjadi nasabah kredit, dan tidak mampu membayar kredit tepat waktu.

Keluhan tercermin dari jaminan (*assurance*), berupa tidak tersedianya *safety deposit box* sehingga mengurangi keamanan nasabah dalam menyimpan uang deposito di LPD Desa Adat Abiantuwung. Masalah menggunakan jaminan jika meminjam dana kredit walaupun meminjam dana kredit tersebut dalam jumlah relatif sedikit (Sukardi, 2013).

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai pengukuran yang berguna bagi pihak LPD Desa Adat Abiantuwung, sehingga bisa mengambil langkah-langkah yang dianggap perlu untuk mempertahankan ataupun meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung dengan memberikan kepuasan dan memberi citra yang baik kepada masyarakat. Agar pelanggan menjadi loyal terhadap suatu barang atau jasa, maka perusahaan yang memproduksi atau memberikan barang atau jasa tersebut harus bisa memahami apa yang

diinginkan atau apa yang harus dilakukan agar tujuan itu tercapai, dapat disimpulkan bahwa citra, kepercayaan, kepuasan, loyalitas dapat memberikan nilai bagi produk atau jasa.

## II. TI JAUH PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### Citra Perusahaan

Menurut [Kotler \(2008\)](#) citra perusahaan diartikan sebagai kesan keseluruhan yang muncul dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi. Menurut Jefkins dalam [Soemirat \(2007\)](#), mendefinisikan citra perusahaan sebagai citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan hanya citra atas produk dan pelayanan saja. Citra perusahaan terbentuk dari banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan adalah: sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan di bidang keuangan yang diraihinya, industry yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah besar, keberhasilan tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset, dan sebagainya. Setiap perusahaan, secara sadar atau tidak, pasti memiliki citra di masyarakat, baik itu bercitra baik, sedang ataupun buruk. Menurut [Kotler \(2008\)](#) terdapat empat indikator yang mempengaruhi citra perusahaan, yaitu:

1. Kepribadian (*Personality*)  
Merupakan keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami public sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
2. Reputasi (*Reputation*)  
Merupakan hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
3. Nilai (*Value*)  
Merupakan nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
4. Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*)  
Merupakan komponen-komponen yang mempermudah pengenalan public sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

### Loyalitas

Menurut [Tjiptono \(2005\)](#) Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen. Loyalitas Pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusias untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas "kesetiaan" mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya. [Kotler \(2009\)](#) menyatakan bahwa loyalitas tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan presentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu dari pada perusahaan lain. Dalam upaya

untuk mempertahankan pelanggan harus mendapatkan pelanggan baru. Menurut [Griffin \(2010\)](#) terdapat empat indikator yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yaitu:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Repeat Purchase*), merupakan kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diciptakan oleh produsen.
2. Penghargaan (*Redward*), merupakan suatu kesetiaan dimana pelanggan menggunakan produk atau jasa bermacam-macam dengan nama perusahaan yang sama.
3. Rekomendasi (*Recommendation*), merupakan kegiatan memberikan informasi kepada pihak lain untuk mereferensikan suatu produk atau jasa terhadap orang lain.
4. Menolak (*Refuse*), merupakan kegiatan suatu produsen tetap bertahan dari tarikan para pesaing.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut [Kotler \(2009\)](#) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasakan amat puas atau senang. Sedangkan pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginan dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan pembayaran produk atau jasa tersebut ([Lupiyoadi, 2013](#)).

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produk yang ada, membicarakan hal-hal menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide-ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani pelanggan ini ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin ([Kotler, 2009](#)). Dalam penelitian ini yang dijadikan indikator dari kepuasan nasabah diambil menurut Kesesuaian manfaat dengan biaya, kesesuaian manfaat produk dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut, seperti:

1. Kepuasan terhadap pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
2. Kepuasan terhadap produk yang ditawarkan, kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.
3. Kepuasan secara keseluruhan, pelanggan merasa puas secara keseluruhan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

### **Jasa**

Ardhana (2010) menyatakan bahwa ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi:

1. Tidak tampak (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangibility*, yaitu artinya tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, ataupun di dengar sebelum dibeli. Konsep *intangibility* ini sendiri meliputi dua pengertian, yaitu sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasakan dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber pemberinya. Pemberian jasa membutuhkan kehadiran seperti jasa, baik berupa alat atau manusia. Jadi produksi dan konsumsi terjadi bersama-sama dengan pemberian jasa.

3. Bervariasi (*variability*)

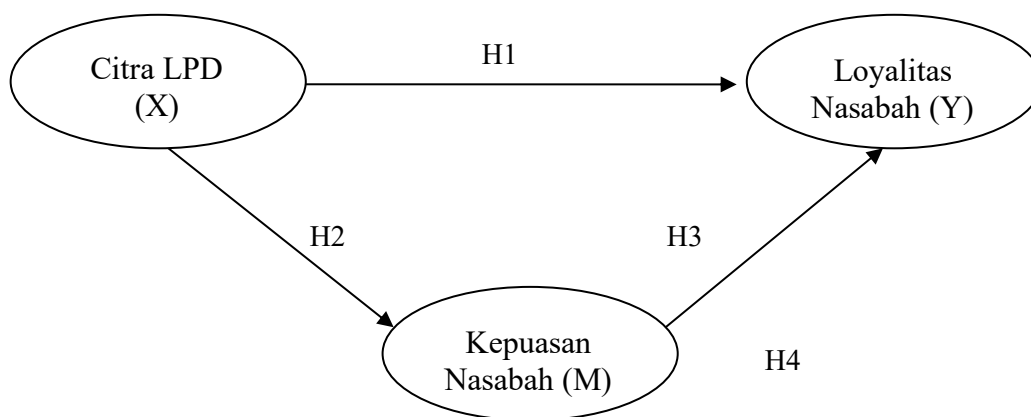
Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis bergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaannya konstan atau tetap. Tetapi kenyataannya, permintaan konsumen akan jasa sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor musiman.

### III. Kerangka Konsep

Dari permasalahan dan pembahasan teori yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya, maka kerangka pemikiran dari “Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan” dapat disajikan seperti terlihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 1.**  
**Kerangka Pemikiran**  
**Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD**  
**Desa Adat Abiantuwung di Tabanan**

Sumber: Hasil Pemikiran Peneliti, 2019

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, adapun penjelasan dari setiap hubungan pengaruh antar variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada hipotesis pertama akan meneliti pengaruh citra LPD (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) LPD Desa Adat Abiantuwung
2. Pada hipotesis kedua akan meneliti pengaruh citra LPD (X) terhadap kepuasan nasabah (M) LPD Desa Adat Abiantuwung
3. Pada hipotesis ketiga akan meneliti pengaruh kepuasan nasabah (M) terhadap loyalitas nasabah (Y) LPD Desa Adat Abiantuwung Pada hipotesis keempat akan meneliti

4. pengaruh citra LPD (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) LPD Desa Adat Abiantuwung melalui mediasi kepuasan nasabah.

### Metode Penelitian

Teknik analisis jalur (*analisis path*) digunakan untuk menganalisa pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat.

### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap responden (nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan) sebanyak 100 orang. Adapun karakteristik responden pada penelitian ini adalah ditinjau dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden**

Keterangan	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	42	42,0
Perempuan	58	58,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
<b>Umur</b>		
21-30 Tahun	18	18,0
31-40 Tahun	31	31,0
41-50 Tahun	25	25,0
> 51 Tahun	26	26,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
<b>Pekerjaan</b>		
Wiraswasta	26	26,0
PNS	20	20,0
Buruh Harian	32	32,0
Karyawan Swasta	22	22,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>
<b>Lama Menjadi Nasabah</b>		
< 1 Tahun	26	26,0
1-5 Tahun	32	32,0
> 5 Tahun	42	42,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Sumber: (Data diolah, 2019)

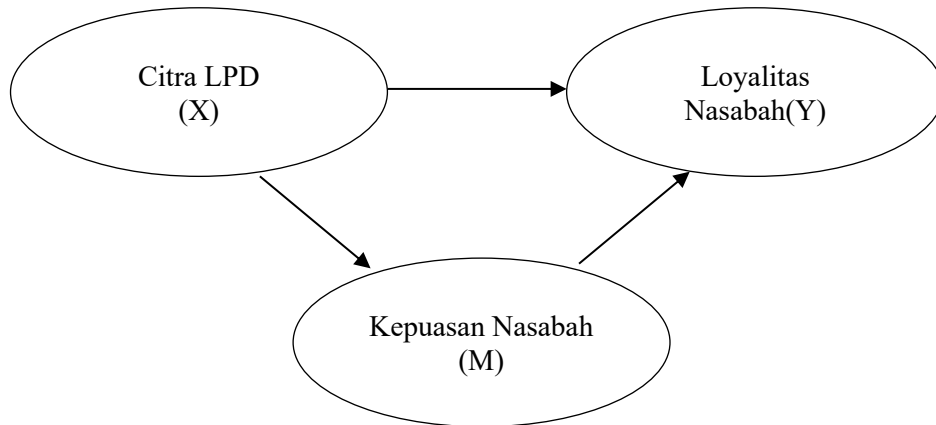
Dilihat Tabel 1 dari jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 42 orang atau 42,0% jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang atau 58,0%. Dilihat dari umur, responden yang berumur 21 sampai 30 tahun sebanyak 18 orang atau 18,0%, yang berumur antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun sebanyak 31 orang atau 31,0%, yang berumur antara 41 sampai dengan 50 tahun sebanyak 25 orang atau 25,0%, dan yang berumur diatas 51 tahun sebanyak 26 orang atau 26,0%. Dilihat dari pekerjaan, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 26 orang atau 26,0%, responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 20 orang atau 20,0%, responden dengan pekerjaan buruh harian sebanyak 32 orang atau 32,0%, dan responden dengan pekerjaan karyawan swasta sebanyak 22 orang atau 22,0%.

Dilihat dari lama menjadi nasabah, responden yang sudah menjadi nasabah dari 1 tahun sebanyak 26 orang atau 26,0%, responden yang sudah menjadi nasabah 1 tahun sampai 5

tahun sebanyak 32 orang atau 32,0% dan responden yang sudah menjadi nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 42 orang atau 42,0%.

#### IV. Pengujian Hipotesis

Secara teoritis, hubungan antar variabel dapat dibuat model dalam bentuk diagram *path*, sebagai berikut.



**Gambar 2**  
**Model Jalur Hubungan Citra LPD, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah**

#### **Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

**H1: Diduga citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.**

Dengan kriteria uji sebagai berikut.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel citra LPD berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan kata lain hipotesis pertama, citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan dapat diterima.

#### **Pengaruh Citra LPD Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

**H2: Diduga citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan**

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel citra LPD terhadap kepuasan nasabah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, dengan kata lain hipotesis kedua, citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan dapat diterima.

#### **Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.



**H3: Diduga kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.**

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar  $0,039 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, dengan kata lain hipotesis ketiga, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan dapat diterima.

**Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas nasabah Melalui Mediasi Kepuasan nasabah**  
Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut.

**H4: Diduga citra LPD melalui kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.**

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh  $Z_{hitung}(27,5) > Z_{tabel}(1,96)$  dengan demikian kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra LPD dengan loyalitas nasabah.

**Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dengan kata lain citra LPD berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan, artinya semakin baik citra LPD di mata nasabah maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.

**Pengaruh Citra LPD Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, dengan kata lain citra LPD berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan, artinya semakin baik citra LPD di mata nasabah dan masyarakat semakin tinggi pula kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.

**Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar  $0,039 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, dengan kata lain kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan, artinya semakin tinggi kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.

**Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Mediasi Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh  $Z_{hitung}(27,5) > Z_{tabel}(1,96)$  dengan demikian kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra LPD dengan loyalitas nasabah, artinya semakin tinggi citra LPD di mata nasabah dan masyarakat akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah, serta ketika disertai dengan kepuasan yang tinggi atas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah terhadap LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil, pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji empirik citra LPD terhadap loyalitas nasabah, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,400 dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga H1 diterima, dengan kata lain citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.
2. Berdasarkan hasil uji empirik citra LPD terhadap kepuasan nasabah, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,279 dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga H2 diterima, dengan kata lain citra LPD berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan.
3. Berdasarkan hasil uji empirik kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,472 dan taraf signifikansi sebesar  $0,039 < 0,05$ , sehingga H3 diterima, dengan kata lain kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan
4. Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh Zhitung  $(27,5) > Z$  tabel  $(1,96)$  dengan demikian kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra LPD dengan loyalitas nasabah. Sehingga H4 diterima.

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, maka penulis bermaksud memberikan saran yang dapat bermanfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Mengingat citra LPD berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah serta kepuasan nasabah mampu memediannya, maka LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan hendaknya untuk lebih meningkatkan loyalitas nasabah selain meningkatkan citra LPD
2. yang baik dari nasabah juga perlu memperhatikan kepuasan nasabah. Karena jika nasabah tersebut merasa terpuaskan terhadap apa yang diberikan pihak LPD maka akan meningkatkan loyalitas nasabah.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih banyak sumber atau responden maupun referensi yang terkait dengan citra LPD, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah agar hasil penelitian lebih baik dan lebih lengkap lagi, serta mengkaji kemungkinan ada variabel lain seperti lingkungan fisik dan non fisik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [Aryani, Dwidan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. \*Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi\*. Vol.17, No.2, Mei-Agustus.](#)
- C. Mowen, J. dan M. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty*. Erlangga.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT. Prehalindo.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Soemirat, A. (2003). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, A. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sukardi. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.