

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pentingnya reputasi perusahaan bagi pertumbuhan, keberlanjutan dan kesuksesan bisnis, karena reputasi perusahaan merupakan aset tak terwujud bagi manajemen semua perusahaan. Menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh sistem perbankan konvensional, UMKM sering kali terhalang untuk mendapatkan pembiayaan yang dibutuhkan untuk bertumbuh dan berkembang. Dalam konteks ini, *P2P lending* muncul sebagai solusi yang memberdayakan, dengan PT Amartha berperan sebagai kasus studi utama.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara peningkatan model *peer-to-peer (P2P) lending* dan kepuasan pelanggan dalam rangka menjaga reputasi perusahaan, dengan studi kasus pada PT Amartha. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan *P2P lending* diharapkan dapat terus berinovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan reputasi yang baik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dengan pengukuran yang memanfaatkan skala Likert dan melibatkan pengguna *platform Peer-to-Peer (P2P) lending* PT Amartha sebagai populasi penelitian

Hasil analisis menunjukkan bahwa efisiensi operasional, inovasi layanan, dan kecepatan proses memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator juga berpengaruh positif secara signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Penelitian ini merekomendasikan agar PT Amartha terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi efisiensi operasional, inovasi layanan, maupun kecepatan proses, untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, disarankan agar PT Amartha terus melakukan inovasi atau terobosan baru serta meningkatkan performa layanan untuk meningkatkan tingkat kepuasan dan memperkuat reputasi perusahaan.

**Kata kunci:** Efisiensi Operasional, Inovasi Layanan, Kecepatan Proses, Kepuasan Pelanggan, Reputasi Perusahaan.