



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Padang Luwih Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung

Gede Putra Jimbaranto^{1*}, I Made Sumada¹, Gede Wirata¹

¹ Program Magister Administrasi Publik, Pasca Sarjana Universitas Ngurah Rai, Indonesia

*Corresponding author email: igedeputrajimbaranto@gmail.com

Article Info

Article history:

Received March 12, 2024

Approved May 10, 2024

Keywords:

service quality, satisfaction, trust, loyalty

ABSTRACT

*Customer loyalty plays a critical role in facilitating economic activity at the village level, particularly in terms of lending and depositing funds. Customer loyalty contributes to the sustainability and stability of LPDs. The purpose of this study was to analyze the effect of service quality, satisfaction, and trust on customer loyalty. The number of samples used was 100, using the accidental sampling method. Data collection was done using a Likert scale questionnaire. This type of research is quantitative. The data analysis technique uses multiple linear regression analyses. The application used is Smart PLS. Hypothesis testing is done using the *t* test and the *F* test. The results showed that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, and trust has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality, satisfaction, and trust simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty at LPD Desa Adat Padang Luwih. The contribution of service quality, satisfaction, and trust to customer loyalty is 85.6 percent. It is recommended to improve service quality, satisfaction, and trust.*

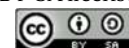
ABSTRAK

Loyalitas nasabah memiliki peran yang sangat penting dalam memfasilitasi kegiatan ekonomi di tingkat desa, khususnya dalam hal pemberian kredit dan penyimpanan dana. Loyalitas nasabah berkontribusi pada keberlanjutan dan stabilitas LPD. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, menggunakan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner skala Likert. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Aplikasi yang digunakan adalah Smart PLS. Uji hipotesis dilakukan

menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Padang Luwih. Kontribusi kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah sebesar 85,6 persen. Disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Jimbaranto, G. P., Sumada, I. M., & Wirata, G. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Padang Luwih Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 825–833. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2671>

PENDAHULUAN

Loyalitas nasabah adalah salah satu aspek yang paling penting dalam meningkatkan profitabilitas LPD. Loyalitas nasabah mencerminkan kepercayaan mereka terhadap produk dan jasa yang diberikan oleh LPD, yang dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya operasional. Loyalitas nasabah juga membantu LPD untuk membangun reputasi yang baik di pasar dan menarik lebih banyak nasabah baru. Ini bisa membantu untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi LPD. Menurut Atmaja (2022;3) loyalitas nasabah adalah "suatu bentuk kepercayaan dan komitmen yang dimiliki oleh nasabah terhadap sebuah lembaga keuangan, seperti bank atau lembaga perkreditan, untuk memperoleh layanan dan produk keuangan secara berkesinambungan dalam jangka waktu yang lama". Nasabah yang loyal cenderung mempertahankan hubungannya dengan lembaga keuangan dan memanfaatkan layanan serta produk keuangan yang ditawarkan secara terus-menerus.

Ada berbagai faktor yang dapat membentuk loyalitas dari nasabah. Atmaja (2018;4) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana suatu layanan yang diberikan oleh suatu organisasi memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna layanan. Menurut Tjiptono (2018;69) kualitas pelayanan nasabah adalah "tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diterima dari perusahaan atau organisasi". Kualitas pelayanan nasabah berfokus pada kemampuan perusahaan atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah melalui layanan yang tepat, cepat, dan profesional. Kualitas pelayanan nasabah juga berfokus pada kecepatan, kemudahan dalam menemukan informasi, kesopanan dan keefektifan waktu layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Widnyana (2021) menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan nasabah merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Kotler (2019;76) menyatakan bahwa "kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah". Kepuasan nasabah adalah faktor utama dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Semakin puas nasabah dengan produk dan layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan, semakin besar kemungkinan

mereka untuk menjadi pelanggan tetap dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Penelitian yang dilakukan Widyarini (2021;1) mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD.

Untuk mewujudkan nasabah yang loyal, dibutuhkan kepercayaan terhadap LPD. Menurut Dewi (2022;4) kepercayaan adalah "faktor kunci dalam membentuk loyalitas nasabah". Tanpa kepercayaan, nasabah tidak akan merasa nyaman untuk terus berbisnis dengan perusahaan dan cenderung beralih ke pesaing yang mereka percayai lebih baik. Ketika nasabah percaya bahwa perusahaan dapat memberikan produk dan layanan yang berkualitas dengan konsistensi, mereka akan merasa aman dan nyaman dalam memilih untuk terus berbisnis dengan perusahaan tersebut. Hal ini akan meningkatkan tingkat loyalitas nasabah, sehingga mereka akan memilih untuk terus menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian yang dilakukan oleh Kawiana (2022;1) menyebutkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah LPD. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah LPD Desa Adat Padang Luwih Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pendekatan *cross-sectional*. Untuk menjelaskan model tersebut penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, dan satu variabel terikat. Data yang terkumpul bersumber dari kuesioner yang dirancang menggunakan skala likert 5 poin. Jumlah responden yang terlibat sebanyak 100 orang menggunakan *accidental sampling*. Teknik Analisa data menggunakan regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan aplikasi smartPLS (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model/Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan suatu kriteria dalam pengukuran validitas indikator yang bersifat refleksif. Evaluasi ini dilakukan melalui pemeriksaan terhadap koefisien *outer loading* masing-masing indikator terhadap variabel latennya. Suatu indikator dikatakan valid, jika koefisien *outer loading* di antara 0,5 (Lathan dan Ghozali, 2012:78).

Tabel 1. Nilai Outer Loading Hasil Estimasi Model

Konstruk	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1.1 <- Kualitas Pelayanan	0,965	142,957	0,000
X1.2 <- Kualitas Pelayanan	0,614	6,351	0,000
X1.3 <- Kualitas Pelayanan	0,719	11,236	0,000
X1.4 <- Kualitas Pelayanan	0,868	22,010	0,000
X1.5 <- Kualitas Pelayanan	0,969	188,230	0,000
X2.1 <- Kepuasan	0,966	130,676	0,000
X2.2 <- Kepuasan	0,845	16,439	0,000

Konstruk	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
X2.3 <- Kepuasan	0,815	14,800	0,000
X2.4 <- Kepuasan	0,918	32,236	0,000
X3.1 <- Kepercayaan	0,952	95,579	0,000
X3.2 <- Kepercayaan	0,913	17,824	0,000
X3.3 <- Kepercayaan	0,963	157,281	0,000
Y1 <- Loyalitas	0,742	14,424	0,000
Y2 <- Loyalitas	0,620	6,018	0,000
Y3 <- Loyalitas	0,677	10,071	0,000
Y4 <- Loyalitas	0,761	13,058	0,000

Pada Tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan outer loading dari masing-masing indikator konstruk kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas nasabah yang memiliki nilai outer loading > 0,50 sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk sudah valid.

b. *Discriminant Validity*

Pengukuran validitas indikator-indikator yang membentuk variabel laten, dapat pula dilakukan melalui *discriminant validity*. Diskriminan validitas dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien Akar AVE (\sqrt{AVE} atau *Square root Average Variance Extracted*) setiap variabel dengan nilai korelasi antar variabel dalam model. Suatu variabel dikatakan valid, jika akar AVE (\sqrt{AVE} atau *Square root Average Variance Extracted*) masing-masing konstruk lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk (Lathan dan Ghozali, 2012:78-79), dan masing-masing nilai AVE lebih besar dari 0,50.

Tabel 2. Uji Discriminant Validity

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan (X1)	0,703
Kepuasan (X2)	0,789
Kepercayaan (X3)	0,889
Loyalitas (Y)	0,793

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai AVE konstruk $\geq 0,50$ sehingga memenuhi syarat valid berdasarkan kriteria *discriminant validity*.

c. *Composite Reliability*

Suatu pengukuran dapat dikatakan reliabel, apabila *composite reliability* memiliki nilai lebih besar dari 0,70. *Composite reliability* adalah merupakan suatu pengukuran reliabilitas antar blok indikator dalam model penelitian.

Tabel 3. Uji Composite Reliability

Konstruk	Composite Reliability
Kualitas Pelayanan (X1)	0,920
Kepuasan (X2)	0,937
Kepercayaan (X3)	0,960
Loyalitas (Y)	0,794

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* masing-masing konstruk telah menunjukkan nilai minimal 0.70 sehingga memenuhi syarat reliabel berdasarkan kriteria *composite reliability* sehingga sudah memenuhi syarat valid.

Evaluasi model struktural (structural model/ inner model)

R-Square (R^2) dapat menunjukkan kuat lemahnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel dependen terhadap variabel independen. R-Square(R^2) juga dapat menunjukkan kuat lemahnya suatu model penelitian. Menurut Chin (Lathan dan Ghazali, 2012:85), nilai R-Square (R^2) sebesar 0,67 tergolong model kuat, R-Square (R^2) sebesar 0,33 model moderat, dan R-Square (R^2) sebesar 0,19 tergolong model yang lemah.

Tabel 4. Evaluasi Model Struktural Inner

<i>Variabel</i>	<i>R Square</i>
<i>Loyalitas nasabah</i>	<i>0,856</i>

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R^2 loyalitas nasabah sebesar 0,856; berdasarkan kriteria Chin (Lathan dan Ghazali, 2012:85), maka model tersebut termasuk kriteria model moderat, maknanya adalah variasi kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan mampu menjelaskan variasi loyalitas nasabah sebesar 85,6% persen, sisanya 14,4% persen dijelaskan oleh variasi variabel lain di luar model yang dianalisis.

t-tes

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi, sehingga diketahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat adalah memang nyata terjadi (signifikan) atau hanya diperoleh secara kebetulan.

Tabel 5. Uji t

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas	0,582	12,299	0,000	Signifikan
Kepuasan -> Loyalitas	0,272	8,265	0,000	Signifikan
Kepercayaan -> Loyalitas	0,642	14,353	0,000	Signifikan

Hasil pengujian secara empiris membuktikan bahwa nilai $t_{hitung} = 12,299$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,66$. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa ada pengaruh positif yang nyata antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh LPD Desa Adat Padang Luwih maka loyalitas nasabah semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Partha (2022), Widiantara (2022), Sofiati (2018), Anggraini (2020), Risal (2019), dan Hermanto (2019) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas mengungkapkan, kualitas pelayanan dapat menjadi faktor terpenting dalam membentuk loyalitas nasabah. Nasabah akan merasa nyaman dan terjalin kepercayaan yang baik dengan

bank apabila mereka merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik oleh karyawan LPD. Selain itu, kecepatan dalam menanggapi permintaan nasabah, kemudahan dalam melakukan transaksi, dan ketersediaan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah juga mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah terhadap LPD tersebut.

Hasil pengujian secara empiris membuktikan bahwa nilai $t_{hitung} = 8,265$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,66$. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa ada pengaruh positif yang nyata antara kepuasan (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah LPD Desa Adat Padang Luwih semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rohana (2020), Listyawati (2020), Lestari (2018), dan Murhadi (2022) mengungkapkan bahwa kepuasan yang tinggi maka loyalitas semakin tinggi.

Hasil pengujian secara empiris membuktikan bahwa nilai $t_{hitung} = 14,353$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,66$. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa ada pengaruh positif yang nyata antara kepercayaan (X_3) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh LPD Desa Adat Padang Luwih maka loyalitas nasabah semakin tinggi. Penelitian terkait dengan kepercayaan terhadap loyalitas telah dilakukan sebelumnya oleh Aini (2020), Arif (2020), Herwati (2023), Fadhila (2018), dan Aldatya (2021) mengungkapkan kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian secara empiris diperoleh $F_{hitung} = 140,78$ dibandingkan dengan nilai $F_{tabel} = 2,70$, ternyata nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} , dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 . Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti pada taraf $\alpha = 5\%$ secara simultan kualitas pelayanan (X_1), kepuasan (X_2), kepercayaan (X_3), memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa apabila semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah dan semakin tinggi kepercayaan nasabah maka loyalitas nasabah semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Partha (2022), Widiantara (2022), Sofiati (2018), Anggraini (2020), Risal (2019), dan Hermanto (2019) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas mengungkapkan, kualitas pelayanan dapat menjadi faktor terpenting dalam membentuk loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rohana (2020), Listyawati (2020), Lestari (2018), dan Murhadi (2022) mengungkapkan bahwa kepuasan yang tinggi maka loyalitas semakin tinggi. Aini (2020), Arif (2020), Herwati (2023), Fadhila (2018), dan Aldatya (2021) mengungkapkan kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Diharapkan pihak LPD Desa Adat Padang Luwih memberikan pelayanan jemput bola kepada nasabah. mengadopsi penggunaan digital teknologi agar bisa seperti pelayanan bank nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 88-98.
- Aldatya, R., Suharyati, S., & Nastiti, H. 2021. Pengaruh citra dan kepercayaan terhadap loyalitas pada e-commerce shopee. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1709-1725.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. 2020. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Arianto, N. 2019. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Berdampak Terhadap Loyalitas Pelanggan. *KREATIF*, 7(1), 44-54.
- Arif, M. S. Z. 2020. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472-481.
- Atmaja, I. P. D., Kawiana, I. G. P., & Sugianingrat, I. W. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(1), 284-294.
- Atmaja, J. 2018. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49-63.
- Dewi, M. P. 2020. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang. *Iqtishoduna*, 16(2), 167-190.
- Dewi, N. M. H., & VS, N. N. A. A. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(2), 412-425.
- Fadhila, N. A., & Diansyah, D. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening di Klinik Syifa Medical Center. *Media Studi Ekonomi*, 21(1). Hal 73-85
- Haryono, N., & Octavia, R. 2020. Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(2). Hal 81-92
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. 2019. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171-176.
- Hermawati, A. 2023. Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14-28.
- Kawiana, I. G. P., & Astrama, I. M. 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 779-787.
- Kurniawan, R., & Monica, M. 2022. Analisis Pengaruh Kepuasan, Motivasi, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Masyarakat Lokal Pada Pusat Perbelanjaan di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(1), 549-562.

- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 6(2), 35-44.
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 896-902.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. 2022. Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada UMKM SKCK (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1), 391-402.
- Murhadi, W. R., & Reski, E. C. 2022. Pengaruh e-service quality, kesadaran merek, kepercayaan, word of mouth, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 229-240.
- Octavia, R. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35-39.
- Partha, P. A. S. T. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Perkreditan Desa. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4), 1151-1158.
- Pramesti, I. G. A. A., Endiana, I. D. M., & Ardilia, D. P. D. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Lembaga Perkreditan Desa. In *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)*, 2(1), 309-324.
- Putra, A. M., Abidin, Z., & Nisak, S. K. (2021). IMPLEMENTASI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA USAHA SIMPAN PINJAM "SWAMITRA PERINTIS" DESA SIDO MUKTI KECAMATAN DENDANG. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 122-133.
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. 2019. Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102-115.
- Risal, T. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 62-76.
- Rohana, T. 2020. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28-32.
- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231-240.
- Sasongko, S. R. 2021. Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Sukantar, I. P. D., & Sugianingrat, I. W. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Samuan di Carangsari Petang. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(1), 271-283.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. 2020. Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di

- Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Suputra, G. A. 2020. Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung Di Tabanan. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 92-101.
- Suwarsito, S., & Aliya, S. 2020. Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27-35.
- Widnyana, I. W., & Suarmanayasa, I. N. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 181-191.
- Widyarini, N. M. M., & Sanjaya, P. K. A. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 471-478.