
Loyalitas Nasabah LPD: Peran Integrasi Konsep Pelayanan Sewaka Dharma dan Kualitas Produk

I Dewa Ayu Eka Sariningsih ⁽¹⁾

Putu Putra Astawa ⁽²⁾

Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail : dewaayuekasariningsih@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the Sewaka Dharma service concept and product quality on customer loyalty at the LPD Desa Adat Sidakarya. Sewaka Dharma is a local wisdom value emphasizing sincere devotion and responsibility in service. This quantitative research involved 96 respondents selected using the Slovin formula from a total population of 2,550 customers. Data were collected via questionnaires and analyzed using statistical tests. The results indicate that partially, Sewaka Dharma has a positive and significant effect on customer loyalty. Similarly, product quality shows a positive and significant impact on loyalty. Simultaneously, both variables significantly enhance customer loyalty. These findings suggest that integrating local cultural values into service, supported by superior product quality, is the primary key to maintaining customer loyalty within traditional village financial institutions.

Keywords: *Sewaka Dharma; Product Quality; Customer Loyalty; LPD*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konsep pelayanan Sewaka Dharma dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya. Sewaka Dharma merupakan nilai kearifan lokal yang menekankan pengabdian tulus dan tanggung jawab dalam pelayanan. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 96 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin dari total populasi 2.550 nasabah. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Sewaka Dharma berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Demikian pula, kualitas produk menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti meningkatkan loyalitas nasabah secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi nilai budaya lokal dalam pelayanan yang didukung oleh kualitas produk yang unggul menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada lembaga keuangan desa adat.

Kata Kunci: *Sewaka Dharma; Kualitas Produk; Loyalitas Nasabah; LPD*

Pendahuluan

Lembaga keuangan perantara memiliki peran strategis dalam menunjang kelancaran perekonomian masyarakat melalui penyediaan jasa keuangan yang aksesibel. Di Bali,

fenomena ini tercermin pada eksistensi Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang tidak hanya beroperasi di wilayah perkotaan tetapi juga menjangkau pelosok pedesaan (Dewi & Wulandari, 2021). LPD merupakan badan usaha milik desa yang memiliki landasan hukum kuat melalui Peraturan Daerah Provinsi Bali, yang menugaskannya untuk melaksanakan kegiatan usaha di lingkungan desa adat (Anwar & Wardani, 2021). Sebagai lembaga keuangan mikro berbasis komunitas, LPD mengemban misi ganda untuk mencapai profitabilitas sekaligus meningkatkan taraf hidup masyarakat desa melalui pendekatan yang bernuansa kekeluargaan (Yanti & Handayani, 2024)

Loyalitas nasabah dalam konteks lembaga keuangan desa merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa secara berkelanjutan yang didasari oleh evaluasi pengalaman sebelumnya (Sambara *et al.*, 2021). Loyalitas ini terbentuk melalui kepercayaan yang tertanam di benak nasabah, di mana perilaku pembelian atau penggunaan jasa dilakukan secara teratur (Wibowo & Khuzaini, 2020). Dalam persaingan industri keuangan yang semakin ketat, memiliki nasabah loyal menjadi prioritas utama karena mampu menjamin stabilitas pendapatan dan efisiensi biaya pemasaran bagi perusahaan (Wijayanti *et al.*, 2021). Oleh karena itu, loyalitas nasabah dipandang sebagai indikator keberhasilan strategi pemasaran dan operasional pada LPD Desa Adat Sidakarya (Swandewi & Kusyana, 2024).

Variabel pertama yang diprediksi memengaruhi loyalitas adalah Sewaka Dharma, sebuah konsep pelayanan berbasis kearifan lokal Hindu yang menekankan pada pengabdian tulus dan keselarasan nilai kemanusiaan (Pratiwi *et al.*, 2020). Sewaka Dharma mentransformasi pelayanan menjadi sebuah kewajiban moral atau bhakti yang bertujuan menciptakan kesejahteraan kolektif bagi masyarakat adat (Afriyanti *et al.*, 2025). Dalam praktiknya di LPD, konsep ini diimplementasikan melalui pelayanan yang transparan, tanpa pamrih, dan menghargai nilai-nilai adat dalam setiap interaksi dengan nasabah (Pratama *et al.*, 2021). Integrasi nilai budaya ini diharapkan mampu menciptakan ikatan emosional dan kepercayaan yang lebih dalam dibandingkan dengan standar pelayanan perbankan konvensional (Saragih & Astuti, 2021).

Selain faktor pelayanan, kualitas produk menjadi variabel krusial yang menentukan kemampuan lembaga dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Suhartono & Rahayu, 2021). Kualitas produk dalam industri jasa keuangan LPD mencakup aspek fungsionalitas, kemudahan akses, serta kesesuaian fitur produk dengan profil risiko dan kebutuhan nasabah (Hakunta & Sujianto, 2022). Produk yang berkualitas tinggi berfungsi sebagai senjata kompetitif bagi LPD untuk tetap bertahan di tengah gempuran produk dari

lembaga keuangan lain (Intan *et al.*, 2024) Penggunaan produk jasa yang disertai dengan minat dan kepuasan nasabah secara teknis akan memperkuat dasar loyalitas nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh LPD (Daniswara & Rahardjo, 2023).

LPD Desa Adat Sidakarya merupakan lokasi penelitian yang relevan karena menunjukkan dinamika operasional yang menarik dalam pengelolaan produk kredit, tabungan, dan deposito. Kondisi di lapangan menunjukkan adanya fluktuasi jumlah nasabah kredit dalam periode 2020–2025, dengan titik pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2023. Meskipun LPD telah menerapkan kebijakan suku bunga yang kompetitif dan menurun seiring besarnya plafon kredit, tantangan dalam mempertahankan nasabah tetap nyata. Hal ini memicu pertanyaan mengenai sejauh mana efektivitas penerapan nilai budaya lokal dalam menghadapi persaingan dengan bank konvensional yang memiliki infrastruktur teknologi lebih maju.

Fenomena fluktuasi nasabah di LPD Desa Adat Sidakarya mengindikasikan adanya kesenjangan antara kebijakan produk yang ditawarkan dengan respon loyalitas nasabah di lapangan. Terdapat indikasi bahwa pelayanan yang hanya mengandalkan aspek profesionalisme tanpa sentuhan nilai budaya mungkin tidak cukup kuat untuk mengikat nasabah dalam jangka panjang. Sebaliknya, kualitas produk yang tidak kompetitif secara ekonomi juga dapat melemahkan pengaruh pelayanan yang baik. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mendalam untuk memahami bagaimana sinergi antara nilai Sewaka Dharma dan kualitas produk dapat menjadi solusi atas permasalahan retensi nasabah pada lembaga keuangan tradisional ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh konsep pelayanan Sewaka Dharma dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya. Pencapaian tujuan ini dilakukan dengan mengintegrasikan teori manajemen pemasaran jasa dengan konsep kearifan lokal sebagaimana yang akan dibahas lebih lanjut pada tinjauan pustaka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan manajemen berbasis budaya serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengurus LPD dalam meningkatkan kinerja lembaga.

Sewaka Dharma merupakan nilai pelayanan berbasis kearifan lokal yang menekankan pada pengabdian tulus, tanggung jawab, dan harmoni dalam interaksi antara penyedia jasa dan nasabah. Penerapan nilai-nilai ini menciptakan rasa percaya dan kedekatan emosional bagi masyarakat desa adat, karena pelayanan tidak hanya dipandang sebagai transaksi bisnis tetapi juga sebagai bentuk bhakti atau kewajiban moral. Pengalaman pelayanan yang menyentuh sisi spiritual dan budaya ini mendorong nasabah

untuk tetap menggunakan jasa lembaga secara berkelanjutan. Penelitian terdahulu Lestari *et al.*, (2023), Wijayanti *et al.*, (2021), serta Agiesta *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa implementasi nilai budaya dalam pelayanan memiliki kaitan erat dengan penguatan retensi pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis bahwa:

H₁: Sewaka Dharma berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya.

Kualitas produk merupakan dimensi krusial yang menentukan tingkat kepuasan nasabah melalui keunggulan fitur, suku bunga yang kompetitif, dan kemudahan akses layanan keuangan. Produk yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan finansial nasabah secara efektif akan menjadi alasan utama bagi nasabah untuk tidak beralih ke lembaga keuangan pesaing. Dalam konteks LPD, kualitas produk kredit dan tabungan yang unggul menjadi fondasi teknis dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Sejalan dengan temuan penelitian terdahulu Wicaksana (2021), Daniswara & Rahardjo (2023), serta Juniarti *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa keunggulan fungsional produk merupakan prediktor utama bagi loyalitas konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis bahwa:

H₂: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya.

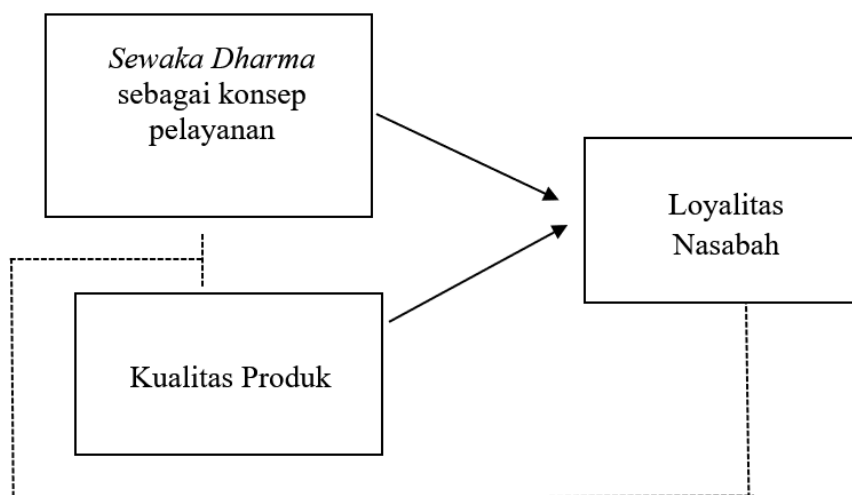
Loyalitas nasabah yang kokoh merupakan hasil sinergi antara aspek emosional melalui pelayanan Sewaka Dharma dan aspek fungsional melalui kualitas produk yang ditawarkan. Ketika nasabah merasakan ketulusan pelayanan yang berbasis budaya sekaligus mendapatkan manfaat finansial dari produk yang kompetitif, maka komitmen nasabah untuk bertahan pada LPD akan semakin kuat. Kombinasi antara nilai kearifan lokal dan kualitas teknis produk menciptakan nilai tambah (*added value*) yang tidak mudah ditiru oleh bank konvensional. Secara bersama-sama, kedua variabel ini diyakini mampu menjelaskan variasi loyalitas nasabah secara lebih komprehensif. Penelitian dari Kasanah & Hanifah (2023), Hakunta & Sujianto (2022), serta Axel (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk meningkatkan loyalitas dengan signifikan. Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis bahwa:

H₃: Sewaka Dharma dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan nilai Sewaka Dharma dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya.

Lokasi penelitian dipilih karena LPD ini merupakan lembaga keuangan berbasis komunitas yang mengandalkan kearifan lokal sebagai identitas utama, namun menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri keuangan. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah LPD Desa Adat Sidakarya yang berjumlah 2.550 orang. Sampel penelitian berjumlah 96 orang responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, yang mencakup nasabah tabungan, kredit, dan deposito. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang telah teruji



validitas dan reliabilitasnya sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel Sewaka Dharma dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Hakunta & Sujianto (2022), serta Axel (2023)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki (57,3%) yang sebagian besar berperan sebagai tulang punggung keluarga dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada kelompok usia di atas 30 tahun (61,5%), yang mengindikasikan tingginya kebutuhan finansial untuk rumah tangga, pendidikan anak, maupun investasi jangka panjang. Dilihat dari aspek profesi, nasabah didominasi oleh wirausaha (42,7%) yang memanfaatkan layanan LPD untuk permodalan dan pengembangan usaha. Selain itu, sebagian besar responden merupakan nasabah dengan masa keanggotaan antara 1 hingga 3 tahun (61,5%), yang mencerminkan tingginya minat masyarakat dalam mengakses pembiayaan berbasis desa untuk mendukung produktivitas ekonomi mereka.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 1, dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Instrumen dinyatakan valid karena nilai koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari 0,30. Selain itu, instrumen juga dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,60.

Tabel 1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Item Pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
			Koefisien Korelasi	Keterangan	<i>Chronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	8 Item	0,30	Valid	0,60	Reliabel
2	Sewaka Darma Sebagai Konsep Pelayanan (X ₁)	13 Item				
3	Kualitas Produk (X ₂)	7 Item				

Sumber : data diolah (2026)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 2, dapat dinyatakan bahwa setelah dilakukan uji asumsi klasik, data penelitian telah memenuhi seluruh persyaratan analisis. Data terbukti berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Selanjutnya, tidak ditemukan gejala multikolinieritas yang ditunjukkan oleh nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang kurang dari 10. Selain itu, juga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05.

Tabel 2 Hasil Uji Asumsi Klasik

No.	Variabel	Normalitas	Multikolinieritas		Heteroskedastisitas
		<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Tolerance	VIF	Sig.
1	Sewaka Darma Sebagai Konsep Pelayanan (X ₁)	0,200	0,424	2,356	0,989
2	Kualitas Produk (X ₂)				0,123

Sumber : data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis determinasi pada Tabel 3 diperoleh informasi Besar kontribusi pengaruh variabel Sewaka Dharma Sebagai Konsep Pelayanan (X₁), dan Kualitas Produk (X₂) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) LPD Desa Adat Sidakarya yakni 0,575 atau 57,5%. Ini mengandung arti bahwa Sewaka Dharma Sebagai Konsep Pelayanan (X₁), dan Kualitas Produk (X₂) memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) LPD Desa Adat Sidakarya sebesar 0,575 atau 57,5% sedangkan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Dimana nilai 0,425 adalah koreksi dari R Square yang memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model, memberikan gambaran yang lebih akurat tentang kemampuan model menjelaskan

variasi Y dalam konteks populasi penelitian.

Tabel 3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.565	2,99446

Sumber : data diolah (2026)

Dari hasil uji pada Tabel 4 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut $Y = 7,358 + 0,300X_1 + 0,270X_2$ menunjukkan bahwa variabel Sewaka Dharma (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Nilai konstanta sebesar 7,358 mengindikasikan tingkat loyalitas dasar sebelum dipengaruhi oleh variabel independen, sementara koefisien regresi 0,300 dan 0,270 menegaskan bahwa setiap peningkatan pada kualitas pelayanan berbasis budaya dan keunggulan produk akan diikuti dengan penguatan loyalitas nasabah secara signifikan. Dalam konteks ini, Sewaka Dharma memberikan kontribusi marginal yang sedikit lebih besar dibandingkan kualitas produk, yang membuktikan bahwa sentuhan kearifan lokal menjadi faktor pembeda utama dalam mempertahankan nasabah pada LPD Desa Adat Sidakarya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t, variabel Sewaka Dharma sebagai Konsep Pelayanan (X_1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) LPD Desa Adat Sidakarya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4.243 yang lebih besar dari t tabel 1.66140, serta nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penguatan nilai kearifan lokal dalam sistem pelayanan merupakan strategi krusial untuk mengikat komitmen nasabah di lembaga keuangan berbasis adat. Oleh karena itu, manajemen LPD perlu terus melestarikan dan mengintegrasikan filosofi Sewaka Dharma ke dalam standar operasional prosedur guna menciptakan diferensiasi layanan yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan modern lainnya. Penelitian terdahulu Lestari *et al.*, (2023), Wijayanti *et al.*, (2021), serta Agiesta *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa implementasi nilai budaya dalam pelayanan memiliki kaitan erat dengan penguatan retensi pelanggan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,209 yang lebih besar dari t tabel 1,66140, serta nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan ini memberikan implikasi bahwa keunggulan fitur dan kompetitivitas produk keuangan tetap menjadi fondasi utama yang mendasari keputusan nasabah untuk tetap loyal. Manajemen

LPD Desa Adat Sidakarya diharapkan terus melakukan inovasi produk yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat adat agar mampu mempertahankan daya saing di tengah penetrasi layanan perbankan modern. Sejalan dengan temuan penelitian terdahulu Wicaksana (2021), Daniswara & Rahardjo (2023), serta Juniarti *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa keunggulan fungsional produk merupakan prediktor utama bagi loyalitas konsumen.

Tabel 4 Hasil Uji-T

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.358	1.734		4.243	.000
	X1	.300	.058	.541	5.209	.000
	X2	.270	.107	.261	2.512	.014

Sumber : data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat diketahui bahwa Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa Sewaka Dharma sebagai Konsep Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 62,800 yang lebih besar dari F tabel 3,09, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis simultan dalam penelitian ini diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,578 menunjukkan bahwa sebesar 57,8% variasi Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel Sewaka Dharma sebagai Konsep Pelayanan dan Kualitas Produk. Sementara itu, sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Penelitian dari Kasanah & Hanifah (2023), Hakunta & Sujianto (2022), serta Axel (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk meningkatkan loyalitas dengan signifikan.

Tabel 5 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	720.124	2	360.062	62.800	.000 ^b
	Residual	533.210	93	5.733		
	Total	1253.333	95			

Sumber : data diolah (2026)

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Sewaka Dharma dan kualitas produk, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di LPD Desa Adat Sidakarya dengan kontribusi sebesar 57,5%. Semakin baik

implementasi nilai pengabdian tulus (Sewaka Dharma) dan keunggulan fitur produk yang ditawarkan, maka komitmen nasabah untuk bertahan akan semakin kuat. Berdasarkan temuan tersebut, LPD disarankan untuk terus mengintegrasikan filosofi budaya dalam pelayanan prima, melakukan inovasi produk yang kompetitif, serta mulai mengadopsi teknologi digital. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian pada variabel lain seperti citra lembaga atau kepercayaan guna memperkaya literatur manajemen pemasaran berbasis kearifan lokal.

Daftar Pustaka

- Afriyanti, V., Akbar, Y. R., & Ria, B. S. N. (2025). "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Salon Rehobot Salon Pekanbaru." *Indeks: Inovasi Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 1–10.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya." *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379.
- Axel, L. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Shell Bintaro U-Town." *Journal Of Practical Management Studies*, 1(2), 38–43.
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan." *Diponegoro Journal Of Management*, 12(1).
- Dewi, N. K. A. S., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 717–728.
- Hakunta, T., & Sujianto, A. E. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Warung Kopi Tequila Tulungagung." *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 787–801.
- Intan, D. R., Ginting, L. N., Purba, K. F., & Pirngadi, R. S. (2024). "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Atmosfir Toko Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 20(1), 7–15.
- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi)." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–381.
- Kasanah, P. A. N., & Hanifah, L. (2023). "Pengaruh Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Nuris Journal Of Education And Islamic Studies*, 3(1), 52–64.
- Lestari, I. G. A. A. L. P., Susanti, P. H., & Swara, N. N. A. A. V. (2023). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pengguna

-
- Jasa Cargo.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(10), 2011–2020.
- Pratama, I. G. A., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Di Pt. Sejahtera Indobali Trada Benoa). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1388–1397.
- Pratiwi, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, D. N. B., & Dewi, I. A. M. S. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening.” *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 17–30.
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado.” *Jurnal Emba*, 9(4), 126–135.
- Saragih, M. G., & Astuti, D. (2021). “Analisis E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(2), 219–225.
- Suhartono, & Rahayu, D. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jasa Pelatihan Uvi Consultant Yogyakarta).” *Jurnal Manajemen*, 11(1), 64–75.
- Swandewi, N. K. T. W., & Kusyana, D. N. B. (2024). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajaran Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Rumah Makan Bendega Di Pantai Lebih, Gianyar.” *Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(5), 896–909.
- Wibowo, T. J. K., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(5), 1–19.
- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Pelanggan Usia Muda. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(1), 1–10.
- Wijayanti, I. A., Budiantono, B., & Hastuti, T. (2021). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen Ahass Tawangsari Motor Lawang.” *Widyagama National Conference On Economics And Business*, 18–24.
- Yanti, N. P. I., & Handayani, M. M. (2024). “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Lembaga Perkreditan Desa Pakraman Akah Kabupaten Klungkung.” *Journal Human Resources*, 24(2), 59–76.
-