
Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Menabung Di LPD Pengotan Bangli

I Nengah Cermen ⁽¹⁾

Putu Yudy Wijaya ⁽²⁾

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail : nengahcermen84@gmail.com

ABSTRACT

Village Credit Institutions (LPD) play a vital role in supporting rural financial management by mobilizing community funds. Trust and service quality are key determinants influencing people's intention to save in community-based financial institutions. This study aims to examine the effect of trust and service quality on saving interest among residents of Pengotan Traditional Village, Bangli, both partially and simultaneously. The study involved 100 respondents selected through purposive sampling, with data collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The findings reveal that both trust and service quality have a positive and significant impact on saving interest, either individually or jointly. Service quality demonstrates a more dominant influence than trust. The coefficient of determination (R^2) indicates that most variations in saving interest are explained by these variables. Enhancing service consistency and customer satisfaction is recommended to strengthen saving intentions.

Keywords: *Trust; Service Quality; Saving Interest*

ABSTRAK

Lembaga Kredit Desa (LPD) memainkan peran penting dalam mendukung pengelolaan keuangan pedesaan dengan memobilisasi dana masyarakat. Kepercayaan dan kualitas layanan merupakan penentu utama yang memengaruhi niat masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan berbasis masyarakat. Studi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap minat menabung di kalangan penduduk Desa Tradisional Pengotan, Bangli, baik secara parsial maupun simultan. Studi ini melibatkan 100 responden yang dipilih melalui purposive sampling, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat menabung, baik secara individual maupun bersama-sama. Kualitas layanan menunjukkan pengaruh yang lebih dominan daripada kepercayaan. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebagian besar variasi minat menabung dijelaskan oleh variabel-variabel ini. Peningkatan konsistensi layanan dan kepuasan pelanggan direkomendasikan untuk memperkuat niat menabung.

Kata kunci: *Kepercayaan; Kualitas Layanan; Minat Menabung*

Pendahuluan

Perekonomian masyarakat Bali tidak dapat dilepaskan dari peran Lembaga Perkreditan Desa (LPD) sebagai lembaga keuangan berbasis adat yang mendukung kemandirian ekonomi lokal. LPD berfungsi menghimpun dana masyarakat, menyalurkan kredit, serta memperkuat kesejahteraan desa adat (Susanto & Realize, 2020). Keberadaan LPD juga berkontribusi dalam menumbuhkan budaya menabung di kalangan masyarakat desa. Namun, di tengah perkembangan lembaga keuangan modern dan digitalisasi, LPD menghadapi tantangan dalam mempertahankan minat masyarakat untuk menabung (Ermawati *et al.*, 2020). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung masyarakat pada LPD (Gultom *et al.*, 2021).

Minat menabung merupakan variabel dependen yang mencerminkan keinginan dan kesediaan individu untuk menyimpan dana pada lembaga keuangan (Ratih *et al.*, 2024). Minat ini menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan lembaga keuangan dalam menarik dan mempertahankan nasabah (Adolph, 2022). Minat menabung dipengaruhi oleh persepsi keamanan, kenyamanan, serta manfaat ekonomi yang diperoleh di masa depan. Dalam konteks LPD, minat menabung juga berkaitan dengan kedekatan sosial dan nilai-nilai adat yang melekat pada masyarakat (Achadi *et al.*, 2021). Oleh karena itu, peningkatan minat menabung menjadi aspek krusial dalam menjaga keberlanjutan operasional LPD (Solihin, 2020).

Kepercayaan merupakan salah satu variabel independen yang berperan penting dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan (Kurnianingsih & Maharani, 2020). Kepercayaan mencerminkan keyakinan masyarakat terhadap integritas, transparansi, dan kredibilitas lembaga dalam mengelola dana (Natalie & Listen, 2021). Tanpa adanya kepercayaan, masyarakat cenderung enggan untuk menabung karena adanya kekhawatiran terhadap keamanan dana (Sari & Yatun, 2022). Dalam konteks LPD (Kaswari *et al.*, 2024), kepercayaan tidak hanya dibangun melalui kinerja keuangan, tetapi juga melalui nilai-nilai sosial, budaya, dan kedekatan emosional (Aziz & Hendrastyo, 2020). Oleh karena itu, kepercayaan menjadi faktor fundamental dalam mendorong minat menabung masyarakat (Monica, 2021).

Kualitas pelayanan merupakan variabel independen lainnya yang turut memengaruhi minat menabung masyarakat (Anwar & Wardani, 2021). Kualitas pelayanan mencakup kemampuan lembaga dalam memberikan layanan yang cepat, akurat, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah (Meilasari & Sudrartono, 2021). Pelayanan yang baik

akan meningkatkan kepuasan nasabah dan membentuk persepsi positif terhadap lembaga (Gunawan *et al.*, 2023). Dalam LPD, kualitas pelayanan juga mencerminkan penerapan nilai-nilai adat seperti kekeluargaan dan gotong royong (Faqih, 2020). Dengan demikian, kualitas pelayanan yang optimal dapat memperkuat hubungan antara nasabah dan lembaga serta meningkatkan minat menabung (Saputro *et al.*, 2020).

LPD Desa Adat Pengotan, Kabupaten Bangli, merupakan salah satu lembaga keuangan adat yang memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Desa ini memiliki karakteristik sosial yang kuat dengan nilai-nilai adat yang masih terjaga. Namun, perkembangan lembaga keuangan modern di sekitar wilayah tersebut menyebabkan masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam menyimpan dana. Kondisi ini menuntut LPD untuk meningkatkan daya saing, terutama dalam aspek kepercayaan dan kualitas pelayanan. Selain itu, hasil prasarvei menunjukkan masih adanya ketidakpuasan sebagian nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.

Permasalahan lain yang muncul adalah adanya perlambatan pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun ke tahun, meskipun secara kumulatif jumlah nasabah mengalami peningkatan. Hal ini mengindikasikan bahwa minat menabung masyarakat masih belum optimal dan cenderung fluktuatif. Beberapa faktor yang memengaruhi kondisi tersebut antara lain persepsi terhadap kualitas pelayanan yang belum maksimal, keterbatasan pemanfaatan teknologi, serta isu terkait transparansi dan kepercayaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat mengidentifikasi pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di LPD Desa Adat Pengotan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada teori perilaku konsumen dan kualitas layanan yang dibahas dalam tinjauan pustaka sebagai dasar dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi peningkatan kinerja LPD.

Kepercayaan merupakan keyakinan masyarakat terhadap integritas, transparansi, dan kemampuan lembaga dalam mengelola dana secara aman. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan mengurangi keraguan serta meningkatkan rasa aman dalam melakukan aktivitas menabung. Penelitian terdahulu dari Sari & Yatun (2022), Aziz & Hendrasto (2020), dan Kurnianingsih & Maharani (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung karena menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan finansial. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat, semakin besar

kecenderungan mereka untuk menabung pada lembaga keuangan tersebut.

H₁ : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada LPD Desa Adat Pengotan, Bangli.

Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan lembaga dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, dan sesuai dengan harapan nasabah. Pelayanan yang baik mampu menciptakan kepuasan serta membangun persepsi positif terhadap lembaga. Penelitian terdahulu dari Nuriyana *et al.*, (2025), Novitasari & Handayani (2022), serta Wanda & Susanto (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung karena pengalaman layanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan loyalitas nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar minat masyarakat untuk menabung.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada LPD Desa Adat Pengotan, Bangli.

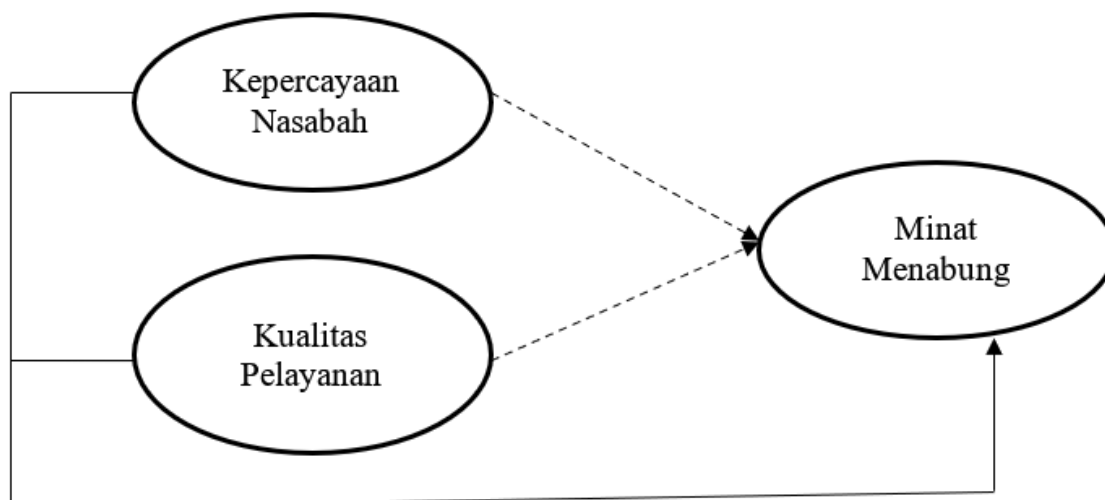
Kepercayaan dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor penting yang saling melengkapi dalam membentuk minat menabung masyarakat. Kepercayaan memberikan rasa aman, sedangkan kualitas pelayanan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Penelitian terdahulu dari Nurfitriah *et al.*, (2023), Wiguna & Dirgantara (2023), serta Santoso & Mahargiono (2023) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung karena kombinasi antara rasa percaya dan kepuasan layanan mampu memperkuat keputusan nasabah. Semakin baik kepercayaan dan kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung.

H₃ : Kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada LPD Desa Adat Pengotan, Bangli.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat pada LPD Desa Adat Pengotan, Bangli. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada peran strategis LPD dalam mendukung perekonomian masyarakat desa, namun di sisi lain menghadapi tantangan dari perkembangan lembaga keuangan modern dan digital. Populasi penelitian mencakup seluruh masyarakat yang menjadi nasabah LPD Desa Adat Pengotan. Sampel penelitian ditentukan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu masyarakat yang telah menggunakan layanan LPD. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode

regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Caniago (2022) serta Wiguna & Dirgantara (2023)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, responden didominasi oleh perempuan (52%) dengan mayoritas berdomisili di Desa Pengotan (72%). Sebagian besar responden berada pada usia produktif 36–45 tahun (29%) dan bekerja sebagai petani (30%), yang mencerminkan karakteristik sosial ekonomi masyarakat setempat. Seluruh responden dalam penelitian ini belum menjadi nasabah LPD, namun semuanya menyatakan memiliki minat untuk menabung di masa mendatang. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang besar bagi LPD untuk menarik nasabah baru, yang dipengaruhi oleh faktor kepercayaan dan kualitas pelayanan sebagai fokus utama penelitian.

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	Kepercayaan (X1)	4 Item	0,30	Valid	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	4 Item				
3	Minat Menabung (Y)	4 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	Kepercayaan (X1)	0,200	0,408	2,451	0,509
2	Kualitas Pelayanan (X2)				0,880

Sumber : data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis determinasi pada Tabel 3, diperoleh informasi tentang nilai koefisien determinasi (D) dengan melihat nilai *R Square* sebesar $0,684 \times 100\% = 68,4\%$. Hasil ini berarti bahwa 68,4% variasi keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel diferensiasi produk (X₁) dan pelayanan prima (X₂) pada LPD Pengotan, sedangkan sisanya sebesar 31,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti kepercayaan, lokasi, maupun promosi.

Tabel 3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.853	.850	0.912

Sumber : data diolah (2026)

Dari hasil uji pada Tabel 4 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut $Y = 5,191 + 0,447X_1 + 0,516X_2$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan nilai konstanta 0,803 mengindikasikan bahwa tanpa pengaruh kedua variabel, minat menabung tetap berada pada tingkat dasar tersebut. Koefisien 0,352 pada kepercayaan berarti setiap peningkatan kepercayaan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,352 satuan, sedangkan koefisien 0,613 pada kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dalam meningkatkan minat menabung. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling kuat dalam mendorong minat masyarakat untuk menabung di LPD.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,352 dengan nilai signifikansi $0,000 < \alpha (0,05)$, yang berarti kepercayaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di LPD Desa Adat Pengotan, Bangli, sehingga H1 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menabung. Oleh karena itu, LPD perlu menjaga transparansi, konsistensi, dan integritas dalam pengelolaan dana nasabah guna memperkuat kepercayaan tersebut. Selain itu, peningkatan komunikasi yang terbuka juga dapat menjadi strategi untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Penelitian terdahulu dari Sari & Yatun (2022), Aziz & Hendrastyo (2020), dan Kurnianingsih & Maharani (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,613 dengan nilai signifikansi $0,000 < \alpha (0,05)$, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di LPD Desa Adat Pengotan, Bangli, sehingga H2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung. Oleh karena itu, LPD perlu meningkatkan kecepatan layanan, responsivitas, serta kejelasan informasi kepada nasabah. Peningkatan kualitas interaksi antara petugas dan nasabah juga penting untuk menciptakan pengalaman layanan yang positif. Penelitian terdahulu dari Nuriyana *et al.*, (2025), Novitasari & Handayani (2022), serta Wanda & Susanto (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat.

Tabel 4 Hasil Uji-T

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients	
	B	Sig.
(Constant)	.803	0.223
1 Kepercayaan	.352	0.000
Kualitas Pelayanan	.613	0.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber : data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat diketahui bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,000 < \alpha (0,05)$, sehingga H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara tingkat kepercayaan yang tinggi dan kualitas pelayanan yang baik mampu mendorong peningkatan minat masyarakat untuk menabung. Oleh karena itu, LPD perlu mengelola kedua aspek tersebut secara seimbang melalui peningkatan transparansi, profesionalisme, serta kualitas interaksi dengan nasabah. Sinergi antara kepercayaan dan pelayanan yang optimal akan memperkuat hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Penelitian terdahulu dari Nurfitriah *et al.*, (2023), Wiguna &

Dirgantara (2023), serta Santoso & Mahargiono (2023) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat.

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	469.995	2	234.997	282.234	.000 ^b
Residual	80.765	97	0.833		
Total	550.760	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

Sumber : data diolah (2026)

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di LPD Pengotan Bangli, baik secara parsial maupun simultan, sehingga peningkatan kedua faktor tersebut akan mendorong meningkatnya minat menabung. Oleh karena itu, LPD disarankan untuk meningkatkan konsistensi dalam memenuhi janji kepada nasabah, memperbaiki penanganan keluhan agar lebih cepat dan tepat, serta meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan dan kepercayaan yang lebih tinggi. Selain itu, upaya memperkuat citra lembaga dan mendorong nasabah untuk merekomendasikan LPD juga perlu dilakukan melalui komunikasi dan sosialisasi yang efektif. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain serta menggunakan metode yang lebih beragam agar hasil penelitian menjadi lebih menyeluruh.

Daftar Pustaka

- Achadi, A., Surveyandini, M., & Prabawa, A. (2021). "Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Beli Secara Online Di Bukalapak.Com." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1207–1212.
- Adolph, R. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(1), 15–19.
- 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.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang." *Jurnal Pundi*, 3, 227–234.
- Caniago, A. (2022). "Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219–231.
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue." *Jiebi: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56. <https://doi.org/10.24239/Jiebi.V2i2.31.36->

- Faqih, F. Al. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya." *Al-Infq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22.
- Gultom, H. C., Sakti, R. D. K., & Prabowo, H. (2021). "Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti Semarang 2020." *Buletin Bisnis & Manajemen*, 7(2), 118–125.
- Gunawan, I. M. A., Wijaya, P. Y., & Mashyuni, I. A. (2023). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sentrik Persada Nusantara Di Denpasar." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(11), 2271–2280.
- Kaswari, I. A., Wijaya, P. Y., & Gede, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Perkreditan Desa (Lpd). *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(7), 1429–1437.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah." *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–13.
- Meilasari, A., & Sudrartono, T. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome (Studi Kasus Pt. Infomedia Nusantara Bandung)." *Jurnal Ilmia Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 523–533.
- Monica, A. (2021). "Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlet." 3–4.
- Natalie, T., & Listen, G. (2021). "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma)." *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 830–838.
- Novitasari, W., & Handayani, C. M. S. (2022). "Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya." *Journal Of Sustainability Business Research*, 3(2), 2746–8607.
- Nurfitriah, A., Pushein, V., Amey, M., Setiadi, R., Yulianto, A., & Aisyah, N. (2023). "Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Celebrity Endorser, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent Di Yogya Mall Kabupaten Brebes." *Journal Of Management And Social Sciences (Jmsc)*, 1(4), 105–124.
- Nuriyana, N., Fandiyanto, R., & Subaida, I. (2025). "Pengaruh Suasana Cafe, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Kedai Siring Jangkar Situbondo." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 4(8), 2039–2055.
- Ratih, N. L. K. A., Puja, I. M. S., & Agustina, M. D. P. (2024). "Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Suardita Silver Di Sukawati Gianyar." *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(4), 752–762.
- Santoso, G. E. M., & Mahargiono, P. B. (2023). "Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya)." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 1–16.
- Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). "Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)." *Jurnal Geoekonomi*, 11(1), 56–73.
- Sari, S. R. P., & Yatun, R. F. (2022). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,

-
- Persepsi Risiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopaylater Pada Aplikasi Gojek.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(06), 114–122.
- Solihin, D. (2020). “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Nirwana Gemilang Property.” *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- Wanda, E. S., & Susanto, H. (2024). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Lariez48 Di Sampit.” *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(2), 115–126.
- Wiguna, A. M., & Dirgantara, I. M. B. (2023). “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik , Kepercayaan Pelanggan Muslim , Kepuasan Pelanggan , Dan Niat Mengunjungi Website Kembali Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Customer Shopee Di Kota Semarang.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 4582–4588.