
Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada LPD Desa Adat Serai Kembangmerta Kecamatan Susut Kabupaten Bangli

I Wayan Kartika Yasa ⁽¹⁾

Luh Adisti Abiyoga Wulandari ⁽²⁾

Ida Ayu Anggawulan Saraswathi ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: iwayankartikayasa08@gmail.com

ABSTRACT

Village Credit Institutions (LPDs), as customary-based financial institutions, play an important role in supporting community economic activities. Therefore, service quality and trust are key factors in creating customer satisfaction. This study aims to analyze the effect of service quality and trust on customer satisfaction at the LPD of Desa Adat Serai Kembangmerta, Bangli Regency. This research employed a quantitative approach with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that partially, both service quality and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, these variables also have a significant effect on customer satisfaction. Service quality is identified as the most dominant variable influencing customer satisfaction. These findings indicate that improving service quality and strengthening trust are essential strategies to enhance customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality; Trust Satisfaction; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) sebagai lembaga keuangan berbasis adat memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Serai Kembangmerta, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan penguatan kepercayaan merupakan strategi penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan; Kepercayaan Nasabah; Kepuasan Nasabah*

Pendahuluan

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan lembaga keuangan berbasis adat di Bali yang berperan penting dalam mendukung perekonomian masyarakat desa. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002, LPD didirikan untuk memperkuat kemandirian ekonomi desa adat melalui kegiatan simpan pinjam. Keberadaan LPD tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat desa (Sundarianingsih, 2014; Sujana et al., 2017). Dalam perkembangannya, LPD Desa Adat Serai Kembangmerta hadir sebagai salah satu lembaga yang mendukung kesejahteraan masyarakat melalui layanan tabungan, deposito, dan kredit, sehingga menuntut penerapan tata kelola yang baik serta pelayanan yang berkualitas guna menjaga kepercayaan masyarakat.

Persaingan di sektor jasa keuangan yang semakin ketat menuntut setiap lembaga, termasuk LPD, untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah (Alfianto, 2023). Hal ini sejalan dengan temuan Sanjaya et al. (2022) dan Atmaja et al. (2022) yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan profitabilitas lembaga. Selain itu, pelayanan yang memuaskan juga dapat mendorong promosi dari mulut ke mulut, sedangkan pelayanan yang buruk berpotensi menurunkan citra lembaga (Satria & Astarini, 2023). Dalam konteks ini, kualitas pelayanan juga berperan dalam membangun kepercayaan nasabah sebagai faktor penting dalam hubungan jangka panjang (Lutfiani & Musfiroh, 2022; Braimah et al., 2025).

Perkembangan layanan digital turut memengaruhi kualitas pelayanan pada lembaga keuangan. Dimensi e-service quality seperti kemudahan akses, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah (Armando & Ramadhan, 2025; Zaman et al., 2025). Selain itu, kepercayaan menjadi faktor krusial dalam industri keuangan yang sarat risiko, di mana transparansi dan akuntabilitas menjadi dasar dalam membangun hubungan yang berkelanjutan (Sumariani, 2025). LPD sebagai lembaga berbasis komunitas juga sangat mengandalkan kedekatan sosial dan kepercayaan dalam menjalankan fungsinya (Yanti & Handayani, 2024; Puspayuni, 2025; Sutami, 2025; Shetty et al., 2022).

Namun, data empiris menunjukkan bahwa jumlah nasabah LPD Desa Adat Serai Kembangmerta mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2025, disertai dengan tingkat ketidakpuasan nasabah yang cukup tinggi sebesar 66,67%. Ketidakpuasan tersebut disebabkan oleh lambatnya

pelayanan, kurangnya ketelitian administrasi, serta keterbatasan informasi layanan. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan pada kualitas pelayanan dan kepercayaan yang berdampak pada kepuasan nasabah, sejalan dengan temuan Jimbaranto et al. (2024) serta Trisnadewi (2025), Walean et al. (2025), dan Shi et al. (2025) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Serai Kembangmerta menjadi penting untuk dilakukan sebagai dasar pengambilan strategi peningkatan kinerja layanan.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan lembaga dalam memenuhi standar profesional dan ekspektasi nasabah melalui pelayanan yang cepat, tepat, dan konsisten, sehingga membentuk kepuasan dan persepsi nilai (Alfianto, 2023). Dalam konteks modern, kualitas pelayanan juga mencakup dimensi digital seperti keandalan sistem, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan desain antarmuka (Armando & Ramadhan, 2025; Zaman et al., 2025). Secara umum, kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi SERVQUAL yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Cai et al., 2025).

Kepercayaan nasabah merupakan keyakinan terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik lembaga dalam memberikan layanan (Sutami, 2025). Dalam industri keuangan yang bersifat intangible dan berisiko, kepercayaan menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang. Kepercayaan dapat diukur melalui indikator integritas, kompetensi, benevolence, reputasi, serta keamanan dan kenyamanan layanan (Armando & Ramadhan, 2025)..

Kepuasan nasabah adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan dengan harapan yang dimiliki (Hasanah et al., 2025; Atmadjaya, 2025). Kepuasan juga berperan sebagai variabel penting yang menghubungkan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah (Ananda & Jatra, 2019). Pengukuran kepuasan mencakup kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, kepuasan keseluruhan, kesesuaian keputusan, dan pengalaman positif (Nadia et al., 2024).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah. Alfianto (2023), Atmaja et al. (2022), dan Cai et al. (2025) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Sementara itu, penelitian Dwipayana & Dewi (2025), Hasanah et al. (2025), serta Braimah et al. (2025) menegaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

Penelitian lain seperti Armando & Ramadhan (2025), Lutfiani & Musfiroh (2022), dan Shi et al. (2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan juga relevan dalam konteks digital dan teknologi. Selain itu, Jimbaranto et al. (2024) yang meneliti pada LPD membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek LPD berbasis adat serta fokus pada kepuasan nasabah tanpa variabel mediasi.

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris, kualitas pelayanan merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan nasabah karena pelayanan yang baik akan meningkatkan persepsi positif terhadap lembaga (Alfianto, 2023; Atmaja et al., 2022; Cai et al., 2025). Selain itu, kepercayaan juga berperan penting karena memberikan rasa aman dan keyakinan terhadap layanan yang diterima (Dwipayana & Dewi, 2025; Hasanah et al., 2025; Braimah et al., 2025).

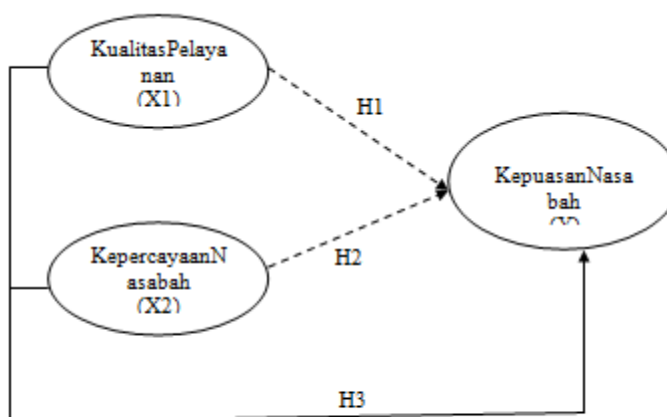
Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan saling melengkapi dalam membentuk pengalaman positif nasabah, sehingga meningkatkan kepuasan secara signifikan (Dwipayana & Dewi, 2025; Hasanah et al., 2025; Jimbaranto et al., 2024). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah: H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. H2: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. H3: Kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Metode Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan hubungan antarvariabel secara sistematis berdasarkan teori dan temuan empiris. Dalam penelitian ini, desain disusun untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Serai Kembangmerta. Penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial, tetapi juga secara simultan guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menguji hubungan dan tingkat pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Pendekatan ini memungkinkan analisis statistik yang objektif untuk menjelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel maupun pengaruh gabungannya. Dengan demikian, desain penelitian ini memberikan arah yang jelas dalam menguji model hubungan antarvariabel sebagai dasar dalam memahami kepuasan nasabah pada LPD.

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran ” Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan terhadap
Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Serai
Kembangmerta Kecamatan Susut Kabupaten Bangli”



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

Sumber: (Tanti, & Handayani, 2024))

Keterangan :

-----> : Garis parsial

—————> : Garis simultan

Penelitian ini dilaksanakan pada LPD Desa Adat Serai Kembangmerta, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, yang dipilih karena perannya yang strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat desa adat. Lokasi ini dinilai representatif karena terdapat dinamika empiris terkait kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan nasabah yang memengaruhi kepuasan. Dengan karakteristik sebagai lembaga keuangan berbasis adat yang memiliki interaksi langsung dengan masyarakat, LPD ini relevan untuk mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah.

Objek penelitian mencakup tiga variabel utama, yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan dimensi SERVQUAL (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles), kepercayaan mencakup aspek integritas, kompetensi, benevolence, reliability, dan transparansi, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan keseluruhan, minat menggunakan kembali,

kesesuaian keputusan, dan pengalaman positif. Data yang digunakan terdiri dari data kualitatif dan kuantitatif yang bersumber dari data primer (kuesioner dan wawancara) serta data sekunder (dokumen dan literatur).

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif LPD Desa Adat Serai Kembangmerta, dengan kriteria minimal telah menjadi nasabah selama 3 bulan dan pernah melakukan transaksi. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive dan accidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden berdasarkan pendekatan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert, wawancara pra-survei, dan studi pustaka. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas ($r \geq 0,30$) dan reliabilitas (Cronbach Alpha $> 0,60$) untuk memastikan keakuratan dan konsistensi pengukuran.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, digunakan uji koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model, uji t untuk menguji pengaruh parsial, dan uji F untuk menguji kelayakan model secara simultan dengan tingkat signifikansi 0,05. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh kesimpulan objektif mengenai hubungan antarvariabel dalam penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria kelayakan. Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,082 ($> 0,05$), sehingga data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,200 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 4,999 (< 10), sehingga tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (0,245) dan kepercayaan (0,194) yang lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 1.

Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Hasil Kriteria	Kesimpulan
Uji Normalitas	Asymp. Sig (K-S)	0,082 $> 0,05$	Data berdistribusi normal
Uji Multikolinearitas	Tolerance	0,200 $> 0,10$	Tidak terjadi multikolinearitas
	VIF	4,999 < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji Heteroskedastisitas	Sig. Kualitas Pelayanan	0,245 $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Sig. Kepercayaan	0,194 $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : data diolah (2026)

Analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 0,149 + 0,420X_1 + 0,282X_2$. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan dengan koefisien sebesar 0,420, dibandingkan kepercayaan sebesar 0,282. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam meningkatkan kepuasan nasabah dibandingkan dengan kepercayaan.

Tabel 2.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.149	1.323		.910
	KualitasPelayanan	.420	.055	.646	7.660
	Kepercayaan	.282	.078	.304	3.605
	Nasabah				.000

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Sumber : data diolah (2026)

Hasil analisis determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,859 atau 85,9%. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah sebesar 85,9%, sedangkan sisanya sebesar 14,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 3.
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 ^a	.862	.859	1.869

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, KualitasPelayanan

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ($t = 7,660$; $\text{sig.} = 0,000$) dan kepercayaan ($t = 3,605$; $\text{sig.} = 0,000$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ (1,985) dan signifikansi $< 0,05$.

Tabel 4.
Uji Signifikansi Parsial

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.149	1.323		.910

Kualitas Pelayanan	.420	.055	.646	7.660	.000
Kepercayaan	.282	.078	.304	3.605	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber : data diolah (2026)

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 302,643 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F-hitung $> F$ -tabel (3,090), sehingga kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 5.

Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2114.225	2	1057.113	302.643	.000 ^b
	Residual	338.815	97	3.493		
	Total	2453.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Sumber: data diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan koefisien regresi sebesar 0,420, nilai t-hitung $7,660 > t$ -tabel 1,985, serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Alfianto (2023) dan Cai et al. (2025) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Oleh karena itu, LPD Desa Adat Serai perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui kecepatan, ketepatan, kompetensi petugas, serta sikap ramah dan responsif dalam melayani nasabah.

Selain itu, kepercayaan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai t-hitung $3,605 > t$ -tabel 1,985 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Hasil ini didukung oleh penelitian Hasanah et al. (2025) dan Braimah et al. (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, LPD perlu menjaga transparansi, konsistensi, serta integritas dalam pengelolaan layanan agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai F-hitung $302,643 > F$ -tabel 3,090 dan

signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut harus dikelola secara seimbang karena saling mendukung dalam menciptakan kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dwipayana & Dewi (2025) serta Jimbaranto et al. (2024). Dengan pelayanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi, nasabah akan merasa puas, loyal, serta mendorong keberlanjutan dan perkembangan LPD melalui hubungan jangka panjang dan promosi dari mulut ke mulut.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Adat Serai. Secara parsial, kualitas pelayanan dan kepercayaan terbukti mampu meningkatkan kepuasan nasabah, sedangkan secara simultan kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan. Di antara keduanya, kualitas pelayanan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah. Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 85,9% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan temuan tersebut, LPD Desa Adat Serai disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam hal kecepatan dan efisiensi proses layanan dengan menyederhanakan prosedur serta meminimalkan waktu tunggu. Selain itu, peningkatan kepercayaan nasabah juga perlu dilakukan melalui sikap peduli, komunikasi yang lebih intensif, serta pendekatan yang lebih personal kepada nasabah. LPD juga perlu memastikan bahwa setiap interaksi dengan nasabah memberikan pengalaman yang positif melalui pelayanan yang profesional dan penanganan keluhan yang cepat dan tepat.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, seperti harga, lokasi, dan kualitas produk, serta memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian agar hasil lebih representatif. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang lebih beragam, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mix method*), diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah.

Daftar Pustaka

Alfianto. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada lembaga keuangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 123–135.

- Ananda, I. G. N., & Jatra, I. M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1456–1475.
- Armando, R., & Ramadhan, A. (2025). E-service quality dan pengaruhnya terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah di era digital. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 12(1), 45–60.
- Atmadjaya, A. T. (2025). Analisis kepuasan nasabah pada sektor jasa keuangan berbasis layanan digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 21–34.
- Atmaja, I. B. K., et al. (2022). Kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 17(2), 98–110.
- Braimah, M., et al. (2025). Trust and customer satisfaction in financial institutions: Empirical evidence. *International Journal of Finance and Banking Studies*, 14(1), 55–70.
- Cai, L., et al. (2025). Service quality dimensions and customer satisfaction: A SERVQUAL approach. *Journal of Service Management*, 36(2), 210–225.
- Dwipayana, I. M., & Dewi, N. P. S. (2025). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 9(1), 67–80.
- Hasanah, U., et al. (2025). Customer satisfaction and trust in financial services: A structural model analysis. *Jurnal Ekonomi Modern*, 11(1), 88–102.
- Jimbaranto, K., et al. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada LPD di Bali. *Jurnal Keuangan Daerah*, 8(2), 134–150.
- Lutfiani, D., & Musfiroh, S. (2022). Peran kepercayaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 77–89.
- Nadia, S., et al. (2024). Analisis kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman layanan. *Jurnal Riset Bisnis*, 13(2), 99–112.
- Puspayuni, N. L. P. (2025). Peran lembaga keuangan berbasis adat dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ekonomi Lokal Bali*, 4(1), 15–27.
- Sanjaya, I. G. N., et al. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(3), 201–215.
- Satria, D., & Astarini, N. W. (2023). Dampak kualitas layanan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(1), 56–70.
- Shetty, R., et al. (2022). Community-based financial institutions and trust building. *International Journal of Social Economics*, 49(3), 400–415.
- Shi, Y., et al. (2025). Digital service quality and customer satisfaction in banking. *Journal of Financial Services Marketing*, 30(1), 25–40.
- Sumariani, N. K. (2025). Transparansi dan akuntabilitas dalam meningkatkan kepercayaan nasabah. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 7(1), 44–58.
- Sundarianingsih, P. (2014). Peran LPD dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa adat di Bali. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 67–78.
- Sutami, N. K. (2025). Kepercayaan nasabah dalam lembaga keuangan berbasis komunitas. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 10(2), 90–105.
- Sujana, I. K., et al. (2017). Lembaga Perkreditan Desa sebagai pilar ekonomi masyarakat adat Bali. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 9(2), 101–115.
- Trisnadewi, N. P. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada lembaga keuangan lokal. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 33–47.
- Walean, R., et al. (2025). Customer satisfaction and service quality in rural banking. *Journal of Rural Finance*, 8(1), 60–75.
- Yanti, N. L. G. P., & Handayani, N. N. (2024). Peran kepercayaan dalam keberlanjutan lembaga keuangan adat. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 5(2), 120–135.
- Zaman, M., et al. (2025). E-service quality and customer loyalty in financial services. *Journal of Digital Banking*, 3(1), 10–25.