

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian

I GUSTI NGURAH OKA SANJAYA*, I WAYAN BUDIASA,
NI LUH PRIMA KEMALA DEWI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana,
Jl. PB. Sudirman Denpasar, 80232, Bali
Email: *ignokasanjaya@gmail.com
wba.agr@unud.ac.id

Abstract

Effect of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction at the Village Credit Institution (LPD) of Pakraman Padangsambian Village

The process of economic globalization has influenced the growth and development of the financial services sector in Indonesia. One that has a role in the financial services sector is financial institutions. This makes it a challenge for a company to have superior products and maintain the quality of its products. The efforts made by the company are to promote the products offered. This study aims to determine the effect of product quality and promotion on customer satisfaction at the Village Credit Institution (LPD) of Pakraman Padangsambian Village. The sample determination technique uses purposive sampling. The sample determination used the Slovin formula so that 45 respondents were taken. This study used descriptive statistics and inferential statistics. The analysis tool is modeled into the SEM-PLS model with the help of SmartPLS v 3.2.9 software. The results showed that the product quality has an original sample value of 0.510 and a p-value of 0.000, so that product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. In addition, the results showed that promotion has an original sample value of 0.406 and a p-value of 0.002, so that promotion has a positive and significant influence on customer satisfaction. This research suggestion is for LPD Pakraman Padangsambian Village to create new products, such as providing Unsecured Credit (KTA) products given to customers for social activities. In addition, in order to carry out product promotion activities in the form of advertisements or distribution of brochures.

Keywords: product quality, promotion, customer satisfaction

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Proses globalisasi ekonomi telah memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan sektor jasa keuangan di Indonesia. Salah satu yang

memiliki peran dalam sektor jasa keuangan adalah lembaga keuangan. Perkembangan lembaga keuangan yang sangat pesat menimbulkan persaingan yang ketat dan kompetitif (Widyarini & Sanjaya, 2021). Hal ini menjadikan tantangan bagi suatu perusahaan untuk memiliki produk unggulan dan menjaga kualitas produknya. Jika produk yang ditawarkan ke konsumen tidak sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan kecewa atau merasa tidak puas dengan perusahaan tersebut (Sangadji & Sopiah, 2013).

Setiap perusahaan memiliki produk yang menjadi unggulan. Jika konsumen tidak mengetahui manfaat dari suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka produk tersebut mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk dapat menciptakan permintaan atas produk itu dan kemudian terwujudnya kepuasan konsumen atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen tersebut adalah melakukan promosi. Konsumen tidak akan mengetahui akan keberadaan produk jika tanpa adanya kegiatan promosi (Arianto & Setiawan, 2020).

Perkembangan sektor jasa keuangan di Indonesia umumnya dan di Bali khususnya berlangsung pesat. Provinsi Bali yang terkenal dengan kultur budaya serta adat istiadatnya yang diatur dalam setiap desa pakraman tentunya diberikan hak otonomi untuk mengatur kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya termasuk dalam hal mengatur potensi dan kekayaan desa adat atau pakraman. Melalui Surat Keputusan Kepala Daerah Tingkat I Bali Nomor 972 tahun 1984 didirikanlah sebuah lembaga keuangan yang disebut Lembaga Perkreditan Desa (LPD) guna menunjang kelancaran pengembangan perekonomian di daerah pedesaan terutama bagi para petani dan pengusaha kecil perlu mendekatkan permodalan melalui usaha perkreditan di daerah pedesaan.

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan salah satu lembaga keuangan yang berkembang pesat di Bali. LPD berada di desa adat/pakraman yang ada di Kabupaten/Kota di Bali. Berdasarkan data dari LPLPD Kota Denpasar, salah satu LPD dengan jumlah nasabah terbanyak yang ada di Kota Denpasar adalah LPD Desa Pakraman Padangsambian dengan jumlah nasabah produk tabungan sebanyak 13.226 orang, jumlah nasabah dengan produk deposito sebanyak 947 orang, dan jumlah nasabah dengan produk kredit sebanyak 1.159 orang, sehingga total nasabah pada tahun 2020 adalah sebanyak 15.332 orang (LPLPD Kota Denpasar, 2020). Adanya penyebaran virus Covid-19 di Indonesia sejak tahun 2020 tentunya berpengaruh terhadap sektor jasa keuangan. Berdasarkan data dari LPD Desa Pakraman Padangsambian, jumlah nasabah LPD Desa Pakraman Padangsambian mengalami perubahan. Pada tahun 2021, jumlah nasabah dengan produk tabungan sebanyak 13.793 orang, jumlah nasabah dengan produk deposito sebanyak 876 orang, jumlah nasabah dengan produk kredit sebanyak 1.081 orang, sehingga total sebanyak 15.750 orang (LPD Desa Pakraman Padangsambian, 2021). Hanya nasabah dengan produk

tabungan yang jumlahnya meningkat, sedangkan produk deposito dan kredit mengalami penurunan.

Pandemi Covid-19 membuat LPD Desa Pakraman Padangsambian menjaga kualitas produk dan melakukan kegiatan promosi menggunakan media *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan promosi berupa CSR melalui kegiatan pembagian Bantuan Langsung Tunai (BLT) (Balibanknews.com, 2021). Selain itu, LPD Desa Pakraman Padangsambian juga melakukan kegiatan sosial seperti *ngaben*, *memukur*, dan *metatah* massal yang dilakukan pada tahun 2021 (Balibanknews.com, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan nasabah.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Padangsambian?
2. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Padangsambian?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari hasil perumusan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Padangsambian.
2. Mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Padangsambian.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas produk, promosi dan kepuasan nasabah. Secara praktis, bagi penulis dapat menjadi pembelajaran dalam menyelesaikan tugas akhir dalam perkuliahan, dan bagi Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi untuk LPD Desa Pakraman Padangsambian di dalam meningkatkan kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Padangsambian.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan cara sengaja (*purposive*). Alasan memilih lokasi penelitian karena berdasarkan data dari Lembaga

Pemberdayaan Lembaga Perkreditan Desa (LPLPD) Kota Denpasar, LPD Desa Pakraman Padangsambian termasuk ke dalam LPD dengan jumlah nasabah terbanyak. Pada masa pandemi Covid-19 di tahun 2021, jumlah nasabah di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian meningkat dari tahun 2020. Produk yang mengalami peningkatan terdapat pada produk tabungan, sedangkan produk deposito dan kredit mengalami penurunan. Hal yang dilakukan oleh LPD Desa Pakraman Padangsambian adalah melakukan kegiatan promosi berupa kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan nasabah pada LPD Desa Pakraman Padangsambian. Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai bulan Mei 2022.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah LPD Desa Pakraman Padangsambian dan data hasil kuesioner. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambaran umum LPD Desa Pakraman Padangsambian dan data tambahan untuk memperkuat data yang akan dianalisis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang berisi tanggapan responden. Data sekunder berasal dari berbagai referensi jurnal ilmiah studi kepustakaan.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara terstruktur dan studi dokumentasi.

2.4 Populasi dan Sampel Penelitian dan Informan Kunci Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Primasari, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian yang berjumlah 15.750 orang. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti (Kamila, 2017). Sampel penelitian dipilih dengan *non probability sampling* berupa teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan memiliki karakteristik atau pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam penentuan dan pengambilan sampel untuk tujuan tertentu (Aliyanto, 2019). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah aktif LPD Desa Pakraman Padangsambian dan telah menjadi nasabah minimal 1 tahun. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan batas toleransi sebesar 15% maka didapatkan 45 responden.

2.5 Variabel Penelitian dan Metode Analisis Data

Variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi (Sugiyono, 2017). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk sebagai variabel bebas (X1), promosi sebagai variabel bebas (X2) dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian, analisis statistik deskriptif, dan analisis statistik inferensial menggunakan analisis SEM-PLS. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *software* program SmartPLS v 3.2.9.

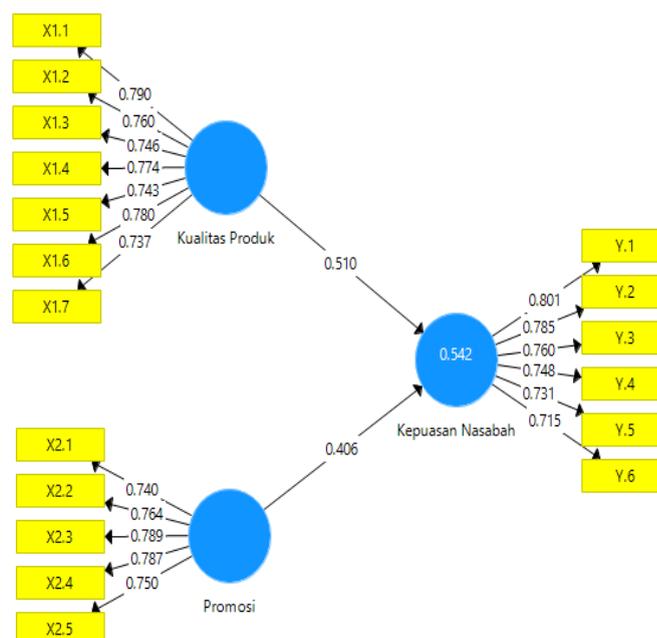
3. Hasil Penelitian

3.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Secara keseluruhan butir instrument pada penelitian ini dinyatakan valid serta layak digunakan karena seluruh nilai koefisien yang menggunakan *pearson correlation* dengan skor total keseluruhan yang diuji pada 20 responden, dimana items pernyataan lebih besar dari 0.4438 dan seluruh instrumen yang diuji dengan 20 responden memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6.

3.2 Hasil Analisis

3.2.1 Uji outer model



Gambar 1.
Outer Model SEM-PLS

Nilai validitas konvergen diukur dengan melihat nilai outer loading > 0,7 artinya indikator dapat diterima.

Tabel 1.
Nilai *Loading Factor*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.790	Valid
	X1.2	0.760	Valid
	X1.3	0.746	Valid
	X1.4	0.774	Valid
	X1.5	0.743	Valid
	X1.6	0.780	Valid
	X1.7	0.737	Valid
Promosi	X2.1	0.740	Valid
	X2.2	0.764	Valid
	X2.3	0.789	Valid
	X2.4	0.787	Valid
	X2.5	0.750	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0.801	Valid
	Y.2	0.785	Valid
	Y.3	0.760	Valid
	Y.4	0.748	Valid
	Y.5	0.731	Valid
	Y.6	0.715	Valid

Sumber : Data Primer (data yang diolah, 2022)

Tabel 2.
Nilai *Average Varians Extracted (AVE)*

No	Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
1	Kualitas Produk	0.580	Valid
2	Promosi	0.587	Valid
3	Kepuasan Nasabah	0.573	Valid

Sumber : Data Primer (data yang diolah, 2022)

Berdasarkan nilai *loading factor* dan *Average Varians Extracted (AVE)* pada Tabel di atas, nilai *loading factor* > 0,7 dan AVE > 0,5 menunjukkan bahwa model pengukuran dapat dinyatakan memiliki validitas konvergen, layak dan valid untuk digunakan analisis lebih lanjut.

Evaluasi validitas diskriminan dilakukan dalam dua tahap yaitu dengan melihat nilai *cross loading* dan membandingkan akar nilai AVE. Menguji validitas diskriminan suatu indikator dilihat dengan perbandingan nilai AVE dengan korelasi variabel dengan variabel lainnya (Ghozali, 2021).

Tabel 3.
 Nilai *Cross Loading*

Indikator	Kepuasan Nasabah (Y1)	Kualitas Produk (X1)	Promosi (X2)
Y.1	0.801	0.470	0.588
Y.2	0.785	0.520	0.587
Y.3	0.760	0.543	0.342
Y.4	0.748	0.374	0.281
Y.5	0.731	0.344	0.250
Y.6	0.715	0.528	0.306
X1.1	0.489	0.790	0.190
X1.2	0.523	0.760	0.231
X1.3	0.433	0.746	0.051
X1.4	0.605	0.774	0.285
X1.5	0.455	0.743	0.402
X1.6	0.379	0.780	0.140
X1.7	0.360	0.737	0.163
X2.1	0.405	0.156	0.740
X2.2	0.432	0.277	0.764
X2.3	0.356	0.125	0.789
X2.4	0.486	0.286	0.787
X2.5	0.410	0.216	0.750

Sumber : Data Primer (data yang diolah, 2022)

Pada Tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7. Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

Tabel 4.
 Output *Fornell-Larcker Criterion*

Variabel	Kepuasan Nasabah	Kualitas Produk	Promosi
Kepuasan Nasabah	0.757		
Kualitas Produk	0.625	0.762	
Promosi	0.550	0.248	0.766

Sumber : Data Primer (data diolah, 2022)

Dilihat pada Tabel 4, nilai akar AVE sudah >0,7. Suatu konstruk dikatakan valid yakni dengan membandingkan nilai akar dari AVE (*Fornell-Larcker Criterion*) dengan nilai korelasi antar variabel laten. Nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar variabel laten Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan dengan metode perbandingan akar AVE dapat dinyatakan valid.

Composite Reliability digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Pengujian reliabilitas dapat dilihat berdasarkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih dari 0,7.

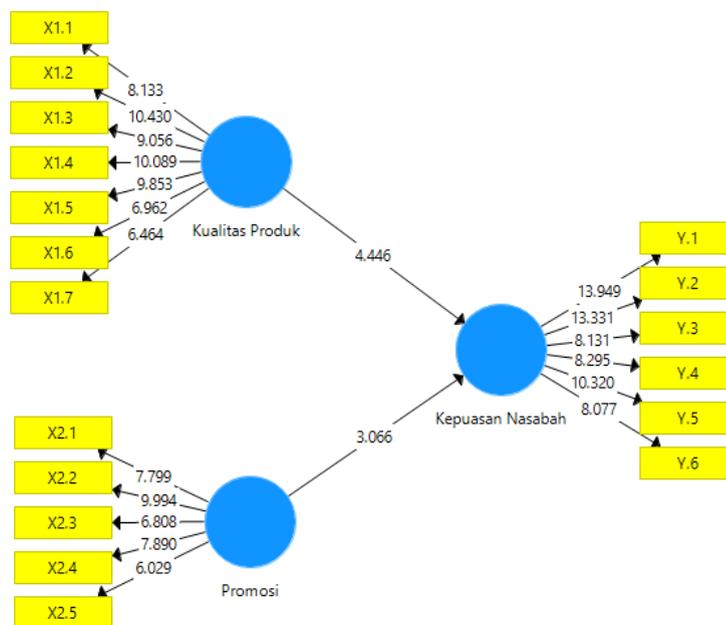
Tabel 5.
Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
1	Kepuasan Nasabah	0.853	0.890	Reliabel
2	Kualitas Produk	0.880	0.906	Reliabel
3	Promosi	0.825	0.887	Reliabel

Sumber : Data Primer (data diolah, 2022)

Berdasarkan Tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* >0,7 sehingga dapat dikatakan reliabel.

3.2.2 Uji inner model



Gambar 2.
Inner Model SEM-PLS

Tabel 6.
Hasil Uji R-square

Variabel	R-square	R Square Adjusted
Kepuasan Nasabah	0.542	0.520

Sumber : Data Primer (data diolah, 2022)

Berdasarkan data pada Tabel 6 menunjukkan *R-Square* dari Kepuasan Nasabah sebesar 0,542 yang artinya variabel Kepuasan Nasabah dipengaruhi sebesar 54,2% oleh faktor Kualitas Produk dan Promosi, sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

$$GoF = \sqrt{AVE \times R\ square} \dots\dots\dots(1)$$

$$GoF = \sqrt{0,580 \times 0,542}$$

$$GoF = \sqrt{0,314}$$

$$GoF = 0,560$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,560. Sebuah ukuran yang melebihi nilai ambang 0,50 sehingga model bisa diterima dan analisis bisa dilanjutkan. Dari hasil GoF diatas sebesar 0,560 maka model diterima dan akan dilanjutkan untuk analisis.

$$Q^2 = 1 - (1-R^2) \tag{2}$$

$$Q^2 = 1 - (1-0,542)$$

$$Q^2 = 1 - (0,458)$$

$$Q^2 = 0,542$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh hasil dari Q-square sebesar 0,542 lebih dari 0 dan mendekati 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*. Selain itu, perhitungan *predictive relevance* sebesar 0,542 yang artinya model penelitian memiliki kapabilitas yang baik dimana besarnya keragaman data penelitian dapat dijelaskan oleh model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebesar 54,2%. Dengan demikian, dari hasil tersebut maka model penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki *goodness of fit* yang baik dan juga mempunyai *predictive relevance* yang akurat.

Tabel 7.
Output Path Coefficients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Produk -> Kepuasan Nasabah	0.510	0.527	0.115	4.446	0.000
Promosi -> Kepuasan Nasabah	0.406	0.405	0.132	3.066	0.002

Sumber: Data Primer (data diolah, 2022)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 7 di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pengujian hipotesis berdasarkan Tabel 7 nilai p-value sebesar 0,000 dimana jika dibandingkan dengan signifikan sebesar 0,05, maka nilai p-value <

signifikan ($0,000 < 0,05$) dengan nilai original sampel positif sebesar 0,510. Nilai t statistics sebesar 4,446 yang dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,96, sehingga nilai t-statistics $>$ t-tabel ($4,446 > 1,96$). Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima dan dinyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian.

2. Pengujian hipotesis berdasarkan Tabel 7 nilai p-value sebesar 0,002 dimana jika dibandingkan dengan signifikan sebesar 0,05, maka nilai p-value $<$ signifikan ($0,002 < 0,05$) dengan nilai original sampel positif sebesar 0,406. Nilai t statistics sebesar 3,066 yang dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,96, sehingga nilai t-statistics $>$ t-tabel ($3,066 > 1,96$). Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima dan dinyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, didapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh LPD Desa Pakraman Padangsambian kepada nasabah, maka akan berdampak pada tingginya kepuasan nasabah terhadap produk yang ditawarkan tersebut. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian. LPD Desa Pakraman Padangsambian melakukan kegiatan promosi untuk mempromosikan LPD Desa Pakraman Padangsambian, bukan melakukan kegiatan promosi untuk mempromosikan produk yang dimiliki oleh LPD Desa Pakraman Padangsambian dengan menggunakan media *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan CSR tersebut mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan produk LPD Desa Pakraman Padangsambian dan berdampak pada kepuasan nasabah.

4.2 Saran

Saran yang diberikan untuk penelitian ini adalah agar Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian terus berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Hal yang dapat dilakukan seperti menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang telah ada, seperti menyediakan produk Kredit Tanpa Agunan (KTA) yang diberikan kepada nasabah (masyarakat adat) Desa Pakraman Padangsambian untuk kegiatan sosial seperti *ngaben*. Selain itu, agar LPD Desa Pakraman Padangsambian melakukan kegiatan promosi produk yang dimiliki oleh LPD Desa Pakraman Padangsambian, bukan hanya promosi LPD Desa Pakraman Padangsambian saja. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan

kegiatan promosi berupa iklan atau pembagian brosur yang berisi tentang produk LPD Desa Pakraman Padangsambian (tabungan, deposito, dan kredit) untuk menarik minat nasabah ataupun calon nasabah. Kualitas produk yang baik dan diikuti dengan promosi yang menarik diharapkan membuat nasabah akan tetap memilih LPD Desa Pakraman Padangsambian dan tidak berpindah dengan lembaga keuangan lainnya.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Padangsambian dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penelitian sehingga terlaksana penulisan e-jurnal ini. Semoga penelitian ini bermanfaat sebagaimana mestinya.

Daftar Pustaka

- Aliyanto, N. S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Arianto, N., & Setiawan, A. 2020. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(1), 27–37.
- Balibanknews.com. 2021. Bertepatan HUT ke-31 LPD Desa Adat Padangsambian Bagikan Bantuan Tunai Langsung. <https://www.balibanknews.com/read/202102280003/bertepatan-hut-ke-31-lpd-desadadat-padangsambian-bagikan-bantuan-tunai-langsung.html>. Diunduh pada tanggal 29 Maret 2022.
- Balibanknews.com. 2021. LPD Desa Adat Padangsambian Siapkan Dana CSR RP 1,2 Miliar untuk Ngaben, Memukur dan Metatah Masal. <https://www.balibanknews.com/read/202106230004/lpd-desadadat-padangsambian-siapkan-dana-csr-rp-1-2-miliar-untuk-ngaben-memukur-dan-metatah-masal.html>. Diunduh pada tanggal 29 Maret 2022.
- Ghozali, I. 2021. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 3). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kamila, I. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Lembaga Pemberdayaan Lembaga Perkreditan Desa Kota Denpasar. 2020. Laporan Akhir Tahun LPLPD Kota Denpasar Tahun 2020.
- Lembaga Perkreditan Desa Desa Pakraman Padangsambian. 2021. Laporan Akhir Tahun LPD Desa Pakraman Padangsambian Tahun 2021.
- Primasari, D. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Salatiga.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(2), 471–478.