

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
MENABUNG DI LEMBAGA PERKREDITAN DESA
DESA PAKRAMAN TAJUN KECAMATAN KUBUTAMBAHAN
KABUPATEN BULELENG**

Oleh: Made Sujendra¹, Luh Artaningsih dan I Nyoman Suandana²

Abstrak

Lembaga Perkreditan Desa merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang perkreditan, menjadi perantara yaitu menerima tabungan dari masyarakat dan selanjutnya menyalurkan lagi kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dan untuk mengetahui faktor yang dominan memengaruhi.

Data dikumpulkan dengan mempergunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis yaitu analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif dengan analisis faktor.

Hasil analisis *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* sebesar 0,849 dan *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 1.089,397 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil analisis faktor diperoleh persentase kumulatif varian sebesar 62,952% artinya hasil penelitian ini mampu menjelaskan keragaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, sebesar 62,952%. Hasil *extraction* dengan metode *Principal Component Analysis* dari 20 variabel yang diteliti dapat diringkas menjadi 4 faktor inti. Faktor 1 sampai 4 memiliki *eigenvalues* 7,752; 1,943; 1,477; 1,418, dengan persentase varian sebesar 38,761%; 9,716%; 7,387% dan 7,089%.

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan faktor psikologi, sosial budaya, layanan jasa dan faktor pribadi yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dengan persentase kumulatif varian sebesar 62,952%. Faktor psikologis yang paling dominan memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk meningkatkan keyakinan dan kepercayaan masyarakat kepada LPD dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik, seperti karyawan murah senyum, memberikan bantuan yang dibutuhkan nasabah, dan selalu tepat janji, tingkatkan inovasi layanan kepada masyarakat, dengan membuat jenis layanan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

¹ Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Angkatan 2016/2017

² Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi masyarakat pedesaan memerlukan dukungan sumber pendanaan. Beberapa lembaga keuangan yang ada yang dapat dimanfaatkan seperti; Bank baik milik pemerintah maupun swasta, Lembaga Perkreditan Desa yang disingkat LPD, Koperasi, dan Badan Usaha Milik Desa yang dikenal dengan istilah BUM Desa. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan badan usaha milik Desa Pakraman, yang diharapkan menjadi asset yang mampu menghasilkan pendapatan. LPD dalam kegiatan operasionalnya memiliki tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek LPD adalah untuk memperoleh laba yang maksimal dan mensejahterakan masyarakat, sedangkan tujuan jangka panjang LPD adalah untuk mempertahankan kontinuitas usahanya.

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 4 Tahun 2012 menyebutkan bahwa Lembaga Perkreditan Desa yang selanjutnya disebut LPD adalah lembaga keuangan milik Desa Pakraman yang bertempat di wilayah Desa Pakraman. Landasan operasional LPD berpijak pada awig-awig Desa Pakraman, yang mengedepankan ikatan kekeluargaan dan semangat gotong-royong antar warga Desa Pakraman. Tujuan LPD yaitu: mendorong pembangunan ekonomi masyarakat Desa Pakraman melalui kegiatan menghimpun tabungan yang terarah atau peningkatan kebiasaan menabung dan deposito dari Krama Desa serta menyalurkan modal yang efektif; memberantas ijon, gadai gelap dan lain-lain yang dapat dipersamakan dengan itu; menciptakan pemerataan kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja bagi Krama Desa; meningkatkan daya beli dan melancarkan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang di Desa.

LPD merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang perkreditan, menjadi perantara yaitu menerima tabungan dari masyarakat dan selanjutnya menyalurkan lagi kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Kegiatan usaha LPD didasari oleh kepercayaan. Pada saat memberikan pinjaman kepada

masyarakat didasari pada kepercayaan LPD bahwa peminjam akan mematuhi perjanjian kredit, mampu membayar angsuran pokok dan bunga, percaya peminjam tidak akan lalai pada kewajibannya. Demikian juga halnya masyarakat menabung di LPD didasari oleh kepercayaan masyarakat kepada LPD, bahwa uang mereka aman tidak hilang, dapat diambil sesuai waktunya, mendapatkan bunga, LPD tidak akan bangkrut, pengurusnya jujur sehingga LPD dapat tumbuh dan berkembang dengan baik serta banyak kemanfaatan dapat diperoleh. Pemerintah dengan Peraturan Gubernur No. 11 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa, sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 4 Tahun 2012, telah mengatur beberapa hal terkait dengan pemberian keamanan dan kenyamanan para nasabah penabung seperti; manajemen likuiditas, skim dana penjaminan simpanan nasabah LPD.

LPD Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dikelola oleh 3 orang Pengurus, 3 orang Pengawas dan memiliki 8 orang karyawan. Sumber dana dari pihak ketiga yang dikelola untuk memberikan pelayanan jasa pinjaman dalam bentuk tabungan masyarakat dan deposito. LPD Desa Pakraman Tajun sampai akhir tahun 2016 memiliki nasabah penabung sebanyak 3.800 orang, secara rinci dalam tabel 1

Tabel 1
Jumlah Penabung
LPD Desa Pakraman Tajun Buleleng Tahun 2016

No.	Bulan	Jml (orang)	Perubahan
1	Januari	3.494	
2	Februari	3.558	1,83%
3	Maret	3.579	0,59%
4	April	3.601	0,61%
5	Mei	3.619	0,50%
6	Juni	3.633	0,39%
7	Juli	3.662	0,80%
8	Agustus	3.662	0,00%
9	September	3.744	2,24%
10	Oktober	3.773	0,77%
11	November	3.792	0,50%
12	Desember	3.800	0,21%

Jumlah	43.917	8,45%
Rata-rata		0,77%

Sumber: LPD Desa Pakraman Tajun 2016

Berdasarkan tabel 1 jumlah masyarakat yang menjadi nasabah tabungan di LPD Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng sampai akhir tahun 2016 mencapai 3.800 orang, dengan pertumbuhan mencapai 0,77%. Kondisi ini dapat menjadi indikator tingkat kepercayaan masyarakat terhadap LPD Desa Pakraman Tajun sebagai penyimpanan uang yang aman. Nilai tabungan masyarakat selama tahun 2016 seperti tabel 2 berikut

Tabel 2
Jumlah Nilai Tabungan
LPD Desa Pakraman Tajun Buleleng Tahun 2016

No.	Bulan	Jumlah (ribuan Rp)	Perubahan
1	Januari	14.901.718	
2	Februari	16.688.798	11,99%
3	Maret	15.618.100	-6,42%
4	April	15.515.988	-0,65%
5	Mei	13.958.417	-10,04%
6	Juni	12.493.269	-10,50%
7	Juli	10.727.425	-14,13%
8	Agustus	9.533.536	-11,13%
9	September	9.768.751	2,47%
10	Oktober	9.284.961	-4,95%
11	November	9.566.253	3,03%
12	Desember	8.923.874	-6,72%
Jumlah		146.981.090	-47,05%
Rata-rata			-4,28%

Sumber: LPD Desa Pakraman Tajun 2016

Berdasarkan tabel di atas nilai tabungan masyarakat hampir sepanjang tahun 2016 mengalami penurunan, yang secara rata-rata mencapai 4,28%. Kondisi ini menjadi catatan bagi pengelola LPD untuk mencari cara atau strategi baru untuk meningkatkan minat menabung masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut di atas menarik dilakukan penelitian dengan judul; “Faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng”.

PROSES PEMBELIAN JASA

Konsep pemasaran menekankan bahwa pemasaran yang menguntungkan bermula dari penemuan dan pemahaman terhadap kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan konsumen. Penemuan dan pemahaman tersebut selanjutnya dijadikan dasar bagi pengembangan bauran pemasaran yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan konsumen (Yasid, 2005:44). Dengan demikian, pemahaman terhadap konsumen, kebutuhan dan keinginannya, serta perilaku pembeliannya merupakan bagian integral dari keberhasilan pemasaran.

Model proses pembelian jasa hasil modifikasi dari model yang dikemukakan oleh Peter dan Donnelly (Yasid, 2005:44), proses pembelian dapat dipandang sebagai suatu rangkaian yang terdiri dari lima tahapan, yaitu: kesadaran akan adanya kebutuhan, pencarian alternatif, evaluasi alternatif, keputusan beli, dan perasaan setelah pembelian.

1) Mengenal Kebutuhan

Awal dari setiap perilaku pembelian adalah kesadaran akan adanya atau dimilikinya kebutuhan dan/atau keinginan yang belum terpenuhi. Perilaku konsumen jasa tidak jauh berbeda dengan perilaku konsumen barang, karena pada hakikatnya pembelian atau penggunaan barang dan jasa hanya merupakan suatu sarana memenuhi kebutuhan. Tugas manajemen pemasaran untuk menemukan kebutuhan dan keinginan terhadap barang yang beroperasi di dalam

suatu pasar. Kesadaran konsumen akan adanya kebutuhan dan keinginan ini, pada gilirannya menimbulkan harapan.

2) Pencarian Alternatif

Setelah menyadari kebutuhan dan keinginannya seorang konsumen akan mencari alternatif pemuas kebutuhan dan keinginannya. Sumber dasar untuk mendapatkan informasi yaitu: 1) sumber-sumber internal, 2) sumber kelompok dan individu, 3) sumber pemasaran, 4) sumber publik, dan 5) sumber pengalaman.

3) Evaluasi Alternatif

Setelah proses pengumpulan informasi, dalam beberapa kasus, konsumen kemudian mengevaluasi alternatif-alternatif berdasarkan apa yang telah dipelajarinya. Asumsi dasar dari modeling dapat digambarkan dalam uraian, yaitu; 1) konsumen mempunyai informasi yang cukup, 2) konsumen menerima bahwa ada beberapa pilihan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan; 3) setiap alternatif memiliki perbedaan; 4) atribut setiap alternatif diterima oleh konsumen, 5) alternatif yang memiliki kelebihan yang dipilih, 6) alternatif pilihan yang memberikan kepuasan dan disukai oleh konsumen.

4) Keputusan Pembelian

Konsumen cenderung meminimalkan risiko berdasarkan pada kualitas jasa tertentu. Ini bisa dilakukan dengan mengurangi konsekuensi (negative) yang mungkin terjadi atau dengan mengurangi ketidakpastian

5) Perasaan sesudah pembelian

Puas tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya juga bergantung kepada hasil evaluasi mereka terhadap jasa yang telah dibelinya. Evaluasi konsumen mencakup atribut ketidak-puasan, difusi inovasi, dan loyalitas terhadap merek.

FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan (Kotler, 2002:223). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembeli adalah sebagai berikut.

1) Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Variabel ini mempunyai karakteristik yaitu:

a) Kultur

Kultur adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku konsumen.

b) Sub kultur

Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik. Sub kultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

c) Kelas sosial

Kelas sosial adalah bagian-bagian yang *relative homogeny* dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

2) Faktor sosial.

Perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Variabel ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:

a) Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.

b) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diriset secara ekstensif.

c) Peran dan status

Aktivitas yang dilakukan seseorang sesuai dengan sekelilingnya dan membawa status yang mencerminkan penghargaan masyarakat.

3) Faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Variabel ini mempunyai karakteristik yaitu:

a) Usia dan tahap siklus hidup

Tahapan kehidupan seseorang dimulai dari bayi sampai tua. Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka sesuai dengan keadaan yang terus berubah.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa pembeli.

c) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi meliputi pendapat yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, hutang, kekuatan untuk meminjam, dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.

e) Kepribadian dan konsep pribadi

Karakteristik psikologis dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

4) Faktor psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis. Variabel ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:

a) Motivasi

Motif atau dorongan adalah suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak.

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan keseluruhan yang berarti.

c) Pengetahuan

Pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan sikap pendirian

Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu obyek atau gagasan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada LPD Desa Pakraman Tajun, Desa Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan LPD Desa Pakraman Tajun yaitu berjumlah 3.800 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98 orang. Penentuan responden dengan metode *accidental sampling*, yaitu nasabah yang dijumpai saat penelitian dijadikan responden penelitian. Teknik analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan analisis faktor.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 98 orang nasabah tabungan pada LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Berikut disajikan frekuensi dan rata-rata skor semua indikator pertimbangan nasabah tabungan untuk menabung pada LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Berdasarkan hasil tabulasi dan uji validitas berdasarkan hasil koefisien korelasi dengan 20 variabel (indikator) merupakan uji korelasi antar variabel *independen* yang didukung oleh uji *Kaiser Mayer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*. Berdasarkan hasil analisis dengan bantuan program SPSS versi 19 diperoleh *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* sebesar 0,849 dan *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 1.089,397 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa data valid untuk dikaji lebih lanjut.

Hasil analisis faktor diperoleh persentase kumulatif varian sebesar 62,952% artinya hasil penelitian ini mampu menjelaskan keragaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, sebesar 62,952% dan sisanya sebesar 37,048% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Hasil *extraction* dengan metode *Principal Component Analysis* diketahui dari 20 variabel yang diteliti dapat diringkas menjadi 4 faktor inti. Hal ini dapat dilihat dari *koefisien eigenvalues*. Faktor 1 memiliki *eigenvalues* sebesar 7,752 dengan persentase varian sebesar 38,761%. Faktor 2 memiliki *eigenvalues* sebesar 1,943 dengan persentase 9,716%. Faktor 3 memiliki *eigenvalues* sebesar 1,477 dengan persentase 7,387%. Faktor 4 memiliki *eigenvalues* 1,418 dengan persentase varian 7,089%.

Tabel 3
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.752	38.761	38.761	7.752	38.761	38.761
2	1.943	9.716	48.476	1.943	9.716	48.476

Tabel 3
Total Variance Explained

3	1.477	7.387	55.863	1.477	7.387	55.863
4	1.418	7.089	62.952	1.418	7.089	62.952
5	.945	4.723	67.675			
6	.904	4.518	72.192			
7	.750	3.749	75.942			
8	.684	3.418	79.359			
9	.588	2.941	82.301			
10	.544	2.721	85.022			
11	.491	2.453	87.474			
12	.447	2.233	89.707			
13	.415	2.073	91.780			
14	.376	1.881	93.661			
15	.345	1.724	95.386			
16	.267	1.333	96.719			
17	.235	1.176	97.895			
18	.220	1.102	98.997			
19	.154	.769	99.766			
20	.047	.234	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Output SPSS versi 19.0

Berdasarkan analisis faktor dari 20 item indikator yang memengaruhi keputusan masyarakat menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, menyebar pada 4 faktor inti. Satu variabel yang memiliki muatan faktor paling rendah yaitu rujukan tetangga sebesar 0,426, serta pemberian nama untuk setiap faktor seperti tabel 4 berikut.

Tabel 4
Ringkasan Hasil Analisis Faktor

Nama Faktor	Indikator	Muatan Faktor	Eigenvalue	Variance Explained (%)	Cumulative Total Variance (%)
Faktor Psikologis	Keyakinan	.783	7.752	38.761	38.761
	Kebiasaan	.783			
	Kepercayaan	.731			
	Fanatisme	.695			
	Status Sosial	.618			
Faktor Sosial Budaya	Keluarga	.748	1.943	9.716	48.476
	Pendidikan	.730			

Nama Faktor	Indikator	Muatan Faktor	Eigenvalue	Variance Explained (%)	Cumulative Total Variance (%)
	Teman	.674			
	Gaya Hidup	.576			
	Rekan Kerja	.538			
	Pendapatan	.524			
	Pekerjaan	.522			
	Asal Geografis	.512			
	Tetangga	.426			
Faktor Layanan Jasa	Jenis Tabungan	.915	1.477	7.387	55.863
	Lokasi	.902			
	Suku Bunga	.823			
Faktor Pribadi	Pengalaman	.744	1.418	7.089	62.952
	Pengetahuan	.737			
	Masa Depan	.665			

Sumber: Output SPSS versi 19.0

VARIABEL YANG DOMINAN MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG

Berdasarkan hasil analisis faktor diketahui dari 20 variabel yang diolah, ternyata dapat dikelompokkan (disederhanakan) menjadi 4 faktor. Faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan nasabah menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, adalah faktor dengan nilai *eigenvalues* dan persentase varian paling besar. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui faktor yang paling dominan memengaruhi adalah faktor psikologis dengan *eigenvalues* sebesar 7,752 dengan persentase varian sebesar 38,761%.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat ditarik simpulan yaitu: Faktor psikologi, sosial budaya, layanan jasa dan faktor pribadi yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dengan persentase kumulatif varian sebesar 62,952%; Faktor Psikologis yang paling dominan memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas maka dapat disarankan kepada Kepala Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, yaitu; untuk meningkatkan keyakinan dan kepercayaan masyarakat kepada LPD dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik, seperti karyawan murah senyum, memberikan bantuan yang dibutuhkan nasabah, dan selalu tepati janji; Tingkatkan inovasi layanan kepada masyarakat, dengan membuat jenis layanan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimus, 2004. *Profile Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Daerah-Bali 2004*, PT Bank BPD Bali
- Arief, 2007. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, Bayumedia, Publishing, Malang.
- Hurriyati, Ratih, 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- , dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung
- Mujiharjo, Bagyo, 2006. Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada 138 Rumah sakit BRI Demak), *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume V, No 2.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 4 Tahun 2012 *tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa*
- Peraturan Gubernur Bali tanggal 7 Maret 2013 Nomor 11 Tahun 2013 *tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002 Tentang Lembaga Perkreditan Desa Sebagaimana Telah Diubah Beberapa Kali Terakhir Dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002 Tentang Lembaga Perkreditan Desa*
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti. Freddy 2002. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Sasono, Edo. 2006. "Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah (Studi Empiris Pada Bank Syariah di Jawa Tengah dan D. I Yogyakarta)". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 3 p.305-320.
- Setiadi, 2008. *Perilaku Konsumen :Konsep dan Impilikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesebelas, ALFABETA, Bandung.
- Supranto, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Kedua, Penerbit PT Rineka Cipta Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*, ANDI, Yogyakarta.
- , Fandy, 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua Andi Offset, Yogyakarta
- Utami, Cristina Widya, 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*; Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, Husein, 2000. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan ke-6, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Yazid, 2005, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Ekonisia, Yogyakarta.