

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan, dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Anggota dan Kepercayaan Anggota BMT Al Fath Ikmi

Fanny Rahma Sari^{1*}, Pitri Yandri²⁾

^{1,2} Program Studi Keuangan Syariah, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

*Email korespondensi: fannyrahmasari81@gmail.com

Abstract

At the beginning of the operation of BMT Al Fath Ikmi, the founders and managers felt so significant obstacles, so that development at the beginning of its presence was quite caused by the lack of knowledge about BMT, very minimal capital capabilities, facilities and infrastructure are minimal, and several founders who resigned from BMT. However time passed, BMT Al Fath Ikmi continues to experience improvements which are the result of the enthusiasm of the founders and managers in convincing public trust. From the obstacles that have been experienced, BMT must continue to strive for the right strategy to maintain its existence in order to survive and compete in the current era. This study will examine the factors that influence member satisfaction and BMT member trust. This study uses a quantitative method with data collection techniques through observation and questionnaires. Primary data is processed through SmartPLS software version 3.2.8 with the results that service quality has a positive and significant effect on member satisfaction and member trust, meaning that BMT has provided the best quality of service to its members but must continue to improve the quality of service in the future. Financial literacy has a positive and significant effect on member satisfaction and member trust, meaning that on average members already know well about BMT and its products but socialization and offers about BMT products must still be introduced to members. Interest in Using Mobile Banking has a negative effect and does not have a significant effect on member satisfaction and member trust, meaning that member interest in using mobile banking is still low because the average member, who is a trader and someone over 30 years old, has poor mastery of technology.

Keywords: Service Quality, Financial Literacy, Mobile Banking, Member Satisfaction, Member Trust.

Saran sitasi: Sari, F. R., & Yandri, P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan, dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Anggota dan Kepercayaan Anggota BMT Al Fath Ikmi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2911-2923. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14801>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14801>

1. PENDAHULUAN

Munculnya BMT (Baitul Maal wat Tamwil) sebagai koperasi syariah yang merupakan lembaga keuangan Islam alternatif yang bergerak pada sektor ril masyarakat bawah dan menengah adalah sejalan dengan lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Karena BMI secara operasional tidak dapat menyentuh masyarakat kecil, sehingga peran intermediasi dan pemberdayaan diambil alih oleh BMT (Yusuf, 2017).

BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah berperan penting dalam upaya melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang mengharamkan unsur riba, maysir (judi), gharar

(ketidakjelasan), dan risywah (suap). Selain itu BMT berfungsi untuk mengawal gerakan penghimpunan dan penyaluran dana koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Hidayatulloh et al., 2019).

Terbentuknya BMT Al Fath Ikmi di Kota Tangerang Selatan, merupakan sebab dari kondisi ril masyarakat dari sisi ekonomi yang belum dapat hidup secara layak dan mapan. Masih terdapat masyarakat yang terjerat hutang rentenir, dan lain sebagainya. Pada awal operasionalnya, pengelola BMT Al Fath Ikmi sangat merasakan kendala yang sangat signifikan, sehingga perkembangan di awal kehadirannya cukup lambat yang disebabkan oleh:

a. Pengetahuan tentang BMT yang sangat terbatas

- b. Kemampuan modal yang sangat minim
- c. Sarana dan prasarana yang sangat minim
- d. Beberapa orang Pendiri yang mengundurkan diri

Sumber: BMT Al Fath Ikmi, 2017

Pada era digital saat ini, BMT menghadapi berbagai tantangan seperti digitalisasi layanan dan perubahan perilaku konsumen (Jamal et al., 2023). Diharapkan penelitian ini dapat mengidentifikasi bagaimana BMT dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, meningkatkan efisiensi operasional, dan tetap relevan bagi anggotanya di era digital. Hal ini dapat menjadi peluang bagi BMT untuk mengadopsi teknologi baru seperti *mobile banking*, platform digital, atau sistem informasi manajemen. Selain itu penelitian diharapkan mampu membantu BMT dalam menemukan inovasi baru yang dapat disesuaikan di era digital ini. Inovasi dalam manajemen koperasi seperti peningkatan kualitas pelayanan, literasi keuangan bagi anggota, atau penggunaan teknologi informasi dapat membantu koperasi bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat (Zidni & FITANTO, 2022).

Perkembangan teknologi di sektor keuangan telah menghadirkan berbagai inovasi, salah satunya adalah layanan *mobile banking*. *Mobile banking* memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi keuangan dengan mudah melalui perangkat seluler. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan, memberikan literasi keuangan yang lebih baik kepada pengguna, serta meningkatkan minat penggunaan layanan digital. Namun, adopsi dan kepuasan terhadap layanan *mobile banking* sangat bergantung pada beberapa faktor utama, seperti kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT, tingkat literasi keuangan para anggota dan minat mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Al Fath Ikmi dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari kemudahan akses, kecepatan respon, keamanan transaksi, hingga keandalan sistem yang digunakan. Pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan anggota dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap BMT. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan dan kepercayaan anggota terhadap layanan yang diberikan. Pelayanan yang cepat, aman, dan responsif dapat meningkatkan kepuasan anggota serta memperkuat kepercayaan mereka terhadap institusi keuangan.

Selain itu, literasi keuangan juga memainkan peran penting, karena pemahaman yang baik tentang produk dan layanan keuangan akan membantu anggota mengambil keputusan yang tepat dalam penyaluran dana dan pembiayaan melalui BMT. Literasi keuangan anggota BMT Al Fath Ikmi juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan anggota. Literasi keuangan yang baik memungkinkan anggota untuk lebih memahami manfaat, risiko dan cara penggunaan *mobile banking*, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih tepat. Minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* juga dipengaruhi oleh persepsi anggota terhadap kemudahan, manfaat, serta keamanan dari layanan tersebut.

Hal ini mendasari dilakukannya penelitian, penelitian ini akan menguji ulang tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan anggota. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan, dan minat penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di BMT Al Fath Ikmi. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan adopsi, kepuasan, dan kepercayaan anggota yang berpotensi akan memperkuat kepuasan dan kepercayaan anggota terhadap BMT Al Fath Ikmi. Sehingga BMT Al Fath Ikmi dapat terus bersaing dan bertahan pada era saat ini.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan adanya hasil yang sama dan berbeda. Persamaan dalam penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Eka Putriana & Ali Imron, (2023) melakukan penelitian dengan model kuantitatif yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota. Hasil dari penelitian ini menghasilkan bahwa secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Penelitian dengan model kuantitatif oleh Setiawan & Nur Aini, (2023) yang menguji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menjadi Nasabah menunjukkan hasil positif dan signifikan berpengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah. Penelitian dengan model deskriptif kuantitatif oleh Syifaul & Rofikoh, (2020) yang menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian

dengan metode kuantitatif oleh Mariana et al., (2022) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota.

Namun perbedaan dari beberapa penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel dependennya yaitu kepuasan anggota, sehingga penulis ingin melakukan analisis kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota dan kepercayaan anggota. Selain itu, alat ukur yang digunakan dalam penelitian sebelumnya masih menggunakan SPSS. Penulis akan menggunakan SmartPLS sebagai alat ukur dalam proses pengujian pada penelitian ini. Penulisan ini diharapkan akan mendorong tingkat kepercayaan anggota, sehingga anggota dapat meyakinkan masyarakat di Kota Tangerang Selatan untuk menggunakan BMT sebagai sarana dalam pemerataan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini yang mendasari dilakukannya penelitian.

Berdasarkan observasi dengan Kepala Cabang Operasional BMT Al Fath Ikmi bahwa BMT saat ini sedang berkembang dengan total anggota yang dimiliki sebanyak 22.146 anggota per laporan tahun 2023. Sehingga menurut penulis, BMT Al Fath Ikmi memerlukan suatu langkah yang tepat guna meningkatkan kepuasan anggota dan kepercayaan anggota pada lembaga ini. Kepuasan anggota dan kepercayaan anggota merupakan dua faktor yang sangat penting untuk dapat terus bersaing dan bertahan pada era saat ini. Dengan jumlah anggota yang besar, BMT Al Fath Ikmi memiliki potensi yang signifikan untuk memberdayakan ekonomi lokal dan mengurangi kemiskinan di Kota Tangerang Selatan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, sehingga tujuan pada penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan, dan minat penggunaan mobile banking terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Ikmi?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan, dan minat penggunaan mobile banking terhadap kepercayaan anggota BMT Al Fath Ikmi?

Berdasarkan uraian dari definisi para ahli dan peneliti sebelumnya terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti dapat menyimpulkan kembali bahwa kepercayaan adalah

rasa yakin yang dimiliki oleh individu dalam membangun suatu hubungan yang saling terkait dalam jangka waktu yang panjang. Kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan bersama-sama oleh lembaga/perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada anggotanya. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan pendapat yang dimiliki oleh seseorang dalam mengenal lebih jauh tentang transaksi keuangan. Penguasaan teknologi adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengoperasikan teknologi, terutama dalam penelitian ini terkait penggunaan aplikasi *mobile banking*. Kepuasan nasabah adalah rasa yang dimiliki setelah mendapat perlakuan atau pelayanan yang diberikan, sehingga menimbulkan perasaan yang baik dan positif setelah menggunakannya. Berdasarkan keterkaitan antar variabel, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Ikmi.
- b. H2: Literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Ikmi.
- c. H3: Mobile banking memiliki pengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Al Fath Ikmi.
- d. H4: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan anggota BMT Al Fath Ikmi
- e. H5: Kepuasan anggota memiliki pengaruh terhadap kepercayaan anggota BMT Al Fath Ikmi
- f. H6: Mobile banking memiliki pengaruh terhadap kepercayaan anggota BMT Al Fath Ikmi

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis. Dalam penelitian kuantitatif ini, SmartPLS akan digunakan sebagai alat analisis statistik utama untuk menganalisis kualitas pelayanan, literasi keuangan dan mobile banking terhadap kepuasan anggota dan kepercayaan anggota BMT Al Fath Ikmi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) yang memiliki keunggulan dalam menangani model berbasis variabel laten atau tidak teramati (Kurniasih et al., 2024). Hasil analisis data berfungsi sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dalam kurun waktu sekitar enam bulan tepatnya pada bulan Januari-Juni 2024.

Dalam penelitian, populasi merupakan keseluruhan unit atau elemen yang relevan dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian yang ingin dijawab. Populasi yang menjadi objek penelitian merupakan anggota BMT Al Fath Ikmi yang berjumlah sekitar 22.146 anggota. Peneliti menggunakan simple random sampling dalam mencari sampel penelitian. Dalam simple random sampling, peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel tanpa memperhatikan karakteristik atau struktur populasi (Lestari et al., 2023). Justifikasi penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan observasi awal bahwa data anggota BMT yang berjumlah sekitar 22.146 jiwa dan populasi sangat besar untuk diteliti
- Memastikan bahwa setiap anggota dari populasi BMT Al Fath Ikmi di Kota Tangerang Selatan memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari sampel penelitian
- Menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat error sebesar 10%
- Keterbatasan sumber daya seperti waktu dan biaya

Dengan justifikasi penentuan sampel di atas, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Error level (tingkat kesalahan 10%)

Maka perhitungannya

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{22146}{1 + 22146(0.10)^2}$$

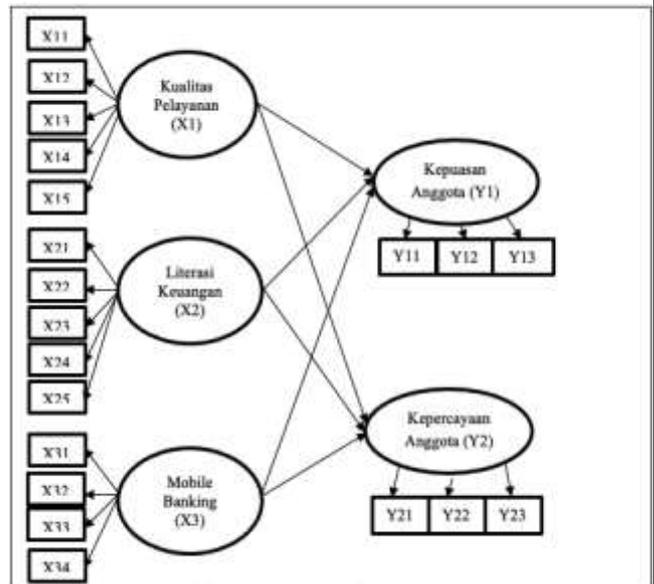
$$n = \frac{22146}{22147.01} = 99.00 = 100$$

Dari hasil perhitungan dengan Rumus Slovin dapat diperoleh sampel sebanyak 100 orang responden, yang merupakan anggota BMT Al Fath Ikmi.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan metode angket dan observasi. Dalam penelitian ini, informasi disebarluaskan secara langsung dan melalui Google Form. Dalam penelitian ini, semua penilaian responden diberikan dalam angka dan skala Likert. Skala Likert menggunakan lima kriteria positif:

"Sangat setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak setuju (2), Sangat tidak setuju (1)."

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) atau disingkat sebagai SEM – PLS. Semua hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan aplikasi Smart PLS versi 3.2.8 untuk menguji hubungan antar variabel. SEM – PLS merupakan alternatif untuk analisis SEM di mana data tidak berdistribusi normal, sehingga PLS – SEM dikenal sebagai teknik pemodelan lunak dengan persyaratan yang tidak seketat pada SEM, seperti dalam hal skala pengukuran, ukuran sampel, dan distribusi residual. Pembentukan model SEM dapat diajukan pada gambar berikut.



Gambar 2.1 Grafik Penelitian Dengan Model SEM

Berdasarkan Gambar 2.1 Grafik Penelitian Dengan Model SEM menunjukkan pengukuran dengan model reflektif. Variabel laten digambarkan oleh lingkaran atau elips. Variabel indikator digambarkan oleh persegi panjang.

Tabel 2.1 Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Ket & Rujukan Literatur
Kualitas Pelayanan	X11	Reliabilities	Kottler & Keller, 2019
	X12	Tangibles	
	X13	Responsiveness	
	X14	Assurance	
	X15	Empathy	
Literasi Keuangan	X21	Pengetahuan keuangan	

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator	Ket & Rujukan Literatur
	X22	Keterampilan keuangan	Chen & Volpe, 2019
	X23	Keyakinan/kepercayaan keuangan	
	X24	Sikap keuangan	
	X25	Perilaku keuangan	
Mobile Banking	X31	Kepuasan penggunaan	Davis, 1989
	X32	Merekomendasikan kepada yang lain	
	X33	Keinginan menggunakan	
	X34	Akan menggunakan di masa depan	
Kepuasan Anggota	Y11	Pelanggan puas	Kotler & Amstrong, 2018
	Y12	Terpenuhinya harapan	
	Y13	Merekomendasikan kepada pihak lain	
Kepercayaan Anggota	Y21	Kehandalan	Mowen, 2011
	Y22	Kejujuran	
	Y23	Kepedulian	

Dalam proses pengujian kriteria menggunakan model SEM, pengukuran dilihat dari hasil dengan ketentuan berikut:

Tabel 2.2 Kriteria Evaluasi Model PLS-SEM

No	Kriteria	Nilai Ambang
Model Pengukuran Reflektif		
1	Reliabilitas konsistensi internal: CR lebih besar 0,70 namun untuk penelitian eksplorasi 0,60-0,70 masih dapat diterima.	$\geq 0,6$
2	Reliabilitas indikator: <i>loadings</i> indikator lebih besar 0,70, namun untuk penelitian eksplorasi 0,4 masih bisa diterima.	$\geq 0,4$
3	Validitas konvergen: <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) lebih besar 0,50.	$\geq 0,5$
4	Validitas diskriminan: AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi kuadrat tertinggi konstruk lainnya (Fornell-Larcker <i>Criterion</i>); <i>Loading</i> indikator lebih besar dari <i>cross loading</i> -nya.	Sesuai kriteria

Sumber: Hair *et al.*, 2011

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Pengujian outer loading digunakan untuk mengukur seberapa jauh indikator dapat menjelaskan variabel latennya (Wiyono, 2020). Tahap pengujian outer model merupakan tahapan pengujian model pengukuran yang bertujuan untuk membuktikan validitas dan mengestimasi reliabilitas indikator dan konstruk dengan persyaratan yang harus dipenuhi sebagai berikut (Muson, 2022):

- Loading factor indikator harus lebih dari 0,7
- AVE konstruk reflektif lebih dari 0,5
- Akar kuadrat AVE harus lebih besar dari korelasi antarkonstruk
- Cronbach alpha lebih dari 0,7 dan composite reliability lebih dari 0,7

Tabel 3.1 Outer Loading Setelah Uji Validitas

	X1	X2	X3	Y1	Y2
X1.1	0,755				
X1.2	0,808				
X1.3	0,759				
X1.7	0,794				
X1.8	0,718				
X1.9	0,749				
X1.10	0,718				
X1.11	0,823				
X2.5		0,851			
X2.6		0,798			
X2.7		0,765			
X3.1			0,739		
X3.3			0,820		
X3.4			0,787		
X3.5			0,815		
X3.6			0,864		
X3.7			0,770		
X3.8			0,850		
Y1.1				0,891	
Y1.2				0,890	
Y1.3				0,873	
Y1.4				0,869	
Y1.5				0,890	
Y1.6				0,790	
Y2.1					0,788
Y2.2					0,814
Y2.3					0,795
Y2.4					0,790
Y2.5					0,766
Y2.6					0,709

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3.1 Outer Loading Setelah Uji Validitas maka hasilnya secara keseluruhan dapat dilihat tidak ada nilai yang dibawah 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa outer loading telah memenuhi syarat dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya yaitu discriminant validity (cross loadings).

Tabel 3.2 Cross Loadings

	X1	X2	X3	Y1	Y2
X1.1	0,755	0,290	0,295	0,501	0,324
X1.2	0,808	0,332	0,204	0,361	0,414
X1.3	0,759	0,343	0,206	0,514	0,278
X1.7	0,794	0,306	0,290	0,489	0,259
X1.8	0,718	0,393	0,259	0,418	0,347
X1.9	0,749	0,231	0,267	0,421	0,216
X1.10	0,718	0,280	0,192	0,321	0,307
X1.11	0,823	0,277	0,320	0,345	0,268
X2.5	0,335	0,851	0,219	0,404	0,412
X2.6	0,288	0,798	0,290	0,265	0,397
X2.7	0,344	0,765	0,393	0,421	0,365
X3.1	0,225	0,309	0,739	0,105	0,220
X3.3	0,255	0,177	0,820	0,085	0,032
X3.4	0,289	0,164	0,787	0,131	0,018
X3.5	0,128	0,244	0,815	0,049	0,088
X3.6	0,278	0,369	0,864	0,261	0,181
X3.7	0,334	0,235	0,770	0,070	0,009
X3.8	0,317	0,352	0,850	0,311	0,187
Y1.1	0,376	0,349	0,089	0,801	0,522
Y1.2	0,479	0,376	0,196	0,890	0,624
Y1.3	0,466	0,431	0,245	0,873	0,595
Y1.4	0,534	0,372	0,252	0,869	0,547
Y1.5	0,522	0,364	0,214	0,890	0,586
Y1.6	0,456	0,450	0,224	0,790	0,636
Y2.1	0,273	0,441	0,067	0,524	0,788
Y2.2	0,303	0,460	0,151	0,470	0,814
Y2.3	0,301	0,358	0,171	0,562	0,795
Y2.4	0,318	0,387	0,116	0,532	0,790
Y2.5	0,395	0,307	0,209	0,651	0,766
Y2.6	0,260	0,278	0,147	0,485	0,709

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3.2 Cross Loading menunjukkan hasil yang baik karena seluruh nilai korelasi cross loading lebih besar dibandingkan

Tabel 3.5 Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values					
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 →Y1	0,447	0,434	0,118	3,802	0,000

dengan korelasi terhadap variabel laten yang lain. Sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya yaitu *composite reliability*.

Tabel 3.3 Composite Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1 Kualitas Pelayanan	0,900	0,903	0,919	0,583
X2 Literasi Keuangan	0,728	0,733	0,846	0,647
X3 Mobile Banking	0,918	1,016	0,929	0,652
Y1 Kepuasan Anggota	0,925	0,928	0,941	0,728
Y2 Kepercayaan Anggota	0,869	0,877	0,902	0,605

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3.3 Composite Reliability menunjukkan nilai AVE diatas 0,5 dan hasil composite reliability diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa validitasnya baik dan data yang digunakan reliabel.

Tabel 3.4 Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,080	0,106
d_ ULS	3,012	5,256
d_G	1,402	1,516
Chi-Square	698,682	731,445
NFI	0,698	0,684
Rms Theta	0,152	

Sumber: Data diolah melalui SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3.4 Model Fit menunjukkan bahwa nilai SRMR yang dihasilkan sebesar 0,080. Oleh karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,100 maka model dikatakan sudah fit. Begitu juga dengan NFI, nilai NFI yang baik harus di atas 0,90 sehingga nilai NFI sebesar 0,698 dianggap marginal.

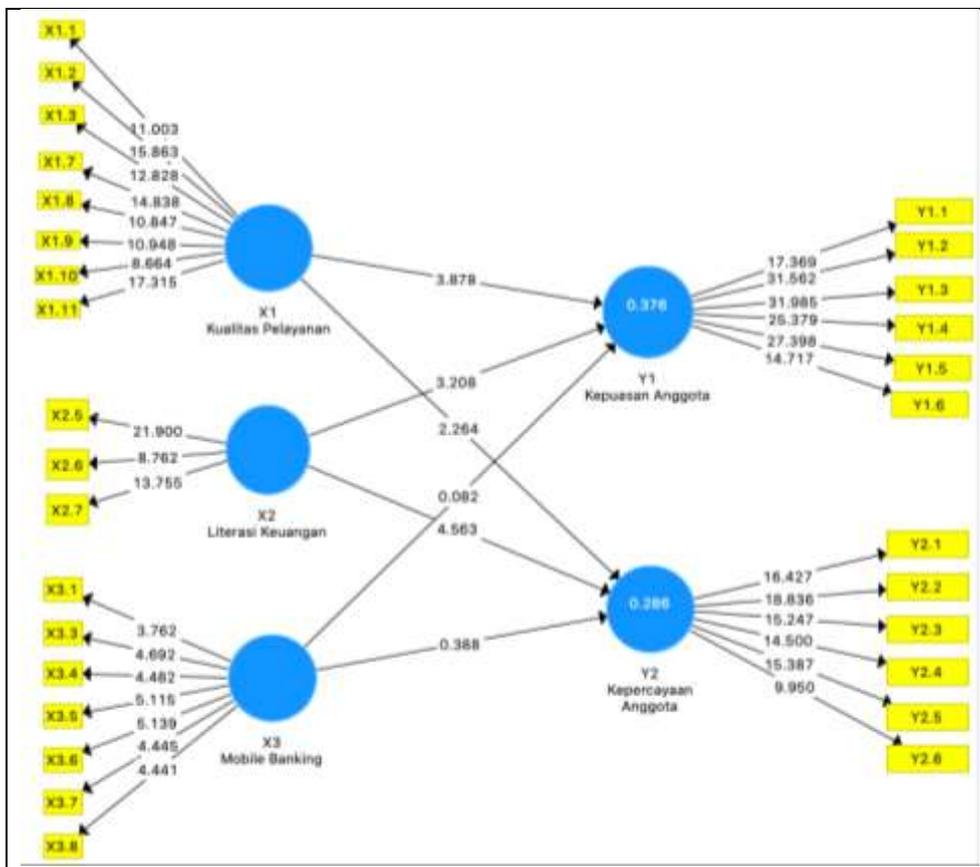
Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 →Y2	0,250	0,260	0,114	2,200	0,028
X2 →Y1	0,282	0,283	0,091	3,096	0,002
X2 →Y2	0,405	0,393	0,094	4,326	0,000
X3 →Y1	-0,010	0,005	0,124	0,081	0,935
X3 →Y2	-0,053	-0,037	0,131	0,401	0,688

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3.5 Path Coefficients merupakan hasil pengujian pengaruh langsung (direct effect) sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota dengan t statistik 3,802 (p<0,001)
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan anggota dengan t statistik 2,200 (p=0,028)
- c. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota dengan t statistik 3,096 (p=0,002)
- d. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kepercayaan anggota dengan t statistik 4,326 (p<0,001)
- e. Mobile banking berpengaruh negatif terhadap kepuasan anggota dengan t statistik 0,081 (p=0,935)
- f. Mobile banking berpengaruh negatif terhadap kepercayaan anggota dengan t statistik 0,401 (p=0,688)



Gambar 3.1 Analisis Jalur Sumber: SmartPLS, 2024

Berdasarkan Gambar 3.1 Analisis Jalur Akhir adalah gambar analisis jalur yang telah dihilangkan data-data yang tidak valid pada saat melakukan uji validitas. Model reflektif mengasumsikan bahwa semua indikator seolah-olah dipengaruhi variabel

laten (konstruk), oleh karena itu menghendaki antarindikator saling berkorelasi satu sama lain (Haryani et al., 2022). Variabel laten digambarkan dalam bentuk bulat dengan beberapa anak panah dari arah variabel laten ke arah indikator. Model ini

menghipotesakan bahwa perubahan pada variabel laten akan memengaruhi perubahan indikator. Model indikator reflektif harus memiliki internal konsistensi, sehingga dua indikator yang sama reliabilitasnya dapat saling dipertukarkan (Haryani et al., 2022).

Pengujian hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t-statistiknya. Untuk nilai probabilitas, nilai p-value dengan alpha 5% adalah $< 0,05$. Nilai t-Tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika t-statistik $>$ t-Tabel (Ghozali & Latan, 2015).

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

Tabel 3.6 Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	P Values
X1 → Y1	0,447	0,000
X1 → Y2	0,250	0,028
X2 → Y1	0,282	0,002
X2 → Y2	0,405	0,000
X3 → Y1	-0,010	0,935
X3 → Y2	-0,053	0,688

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3.6 Hasil Uji Hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengujian H1

Berdasarkan Gambar 4.12 menunjukkan bahwa p value dari kualitas pelayanan sebesar 0,000 berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,447 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,447. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan anggota.

b. Pengujian H2

Berdasarkan Gambar 4.12 menunjukkan bahwa p value dari literasi keuangan sebesar

0,001 berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh literasi keuangan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,282 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel literasi keuangan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,282. Karena semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan atau literasi keuangan anggota maka semakin tinggi kepuasan anggota.

c. Pengujian H3

Berdasarkan Gambar 4.12 menunjukkan bahwa p value dari mobile banking sebesar 0,935 berarti mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena hasil p value nya lebih dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh mobile banking terhadap kepuasan anggota sebesar -0,010 yang artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

d. Pengujian H4

Berdasarkan Gambar 4.12 menunjukkan bahwa p value dari kualitas pelayanan sebesar 0,024 berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan anggota sebesar 0,250 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan anggota sebesar 0,250. Karena semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepercayaan anggota.

e. Pengujian H5

Berdasarkan Gambar 4.12 menunjukkan bahwa p value dari literasi keuangan sebesar 0,000 berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh literasi keuangan terhadap kepercayaan anggota sebesar 0,405 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel literasi keuangan terhadap kepercayaan anggota sebesar 0,405. Karena semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan atau literasi keuangan anggota maka semakin tinggi kepercayaan anggota.

f. Pengujian H₆

Berdasarkan Gambar 4.12 menunjukkan bahwa p value dari mobile banking sebesar 0,698 berarti mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota karena hasil p value nya lebih dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh mobile banking terhadap kepercayaan anggota sebesar -0,053 yang artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota. ini menyajikan hasil penelitian.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value dari kualitas pelayanan sebesar 0,000 berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,447 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,447.

Berdasarkan olah data yang telah peneliti lakukan terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa 18,33 persen responden setuju dengan kualitas pelayanan yang telah disediakan oleh BMT Al Fath Ikmi. Hal ini dapat disebabkan oleh tingginya pelayanan yang diberikan dari pegawai dalam memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya yang dapat dirasakan seperti pegawai yang cepat dan sigap dalam melayani transaksi, berpenampilan rapi dan ramah terhadap anggota. Selain itu fasilitas yang dapat dirasakan oleh anggota seperti kebersihan gedung dan fasilitas yang disediakan oleh BMT. Salah satu bentuk kepedulian yang diberikan kepada anggota seperti mendengarkan keluhan anggota dan memberikan solusi melalui program-program yang dimiliki dapat membuat anggota menjadi puas. Sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan anggota.

Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT. Karena semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan anggota. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2018), Putriana dan Imron (2023), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

terhadap kepuasan anggota. Namun pengujian yang dilakukan keduanya berbeda yakni Kusumawati menggunakan editing, coding dan tabulating. Sedangkan Putriana dan Imron menggunakan SPSS.

3.2.2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kepuasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value dari literasi keuangan sebesar 0,001 berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh literasi keuangan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,282 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel literasi keuangan terhadap kepuasan anggota sebesar 0,282. Karena semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan atau literasi keuangan anggota maka semakin tinggi kepuasan anggota.

Berdasarkan olah data yang telah peneliti lakukan terhadap variabel literasi keuangan menunjukkan bahwa 14,31 persen responden setuju dengan literasi keuangan yang artinya rata-rata responden memiliki pemahaman keuangan yang cukup baik terutama dalam hal ini pengetahuan tentang BMT Al Fath Ikmi. Hal ini dapat ditunjukkan oleh latar belakang pendidikan rata-rata responden yaitu SMA sehingga punya pemahaman yang tidak rendah terhadap BMT. Hal yang mendukung responden merasa puas dengan BMT dapat ditunjukkan dari tanggapan yang diberikan seperti responden yakin dan percaya untuk menabung di BMT, yakin dan percaya bahwa BMT selaku Baitul maal mampu menjalankan perannya di masyarakat, serta responden puas untuk bertransaksi menabung, meminjam uang, dan membayar zakat di BMT.

Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT. Karena semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan anggota tentang keuangan maka semakin tinggi kepuasan yang akan diterima oleh anggota. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilo (2018) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kepuasan. Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Aini (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah termasuk not literate, karena pengetahuan terhadap lembaga keuangan yang terbatas pada perbankan syariah.

3.2.3. Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value dari mobile banking sebesar 0,935 berarti mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota karena hasil p value nya lebih dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh mobile banking terhadap kepuasan anggota sebesar -0,010 yang artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan olah data yang dilakukan oleh peneliti terhadap variabel mobile banking menunjukkan bahwa responden memilih netral paling banyak terhadap variabel ini yaitu sebesar 4,92 persen dengan hasil bahwa mobile banking tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Hal ini dapat disebabkan oleh anggota yang belum menggunakan aplikasi mobile banking, sehingga belum sepenuhnya dapat merasakan kemudahan dari aplikasi tersebut. Latar belakang usia yang rata-rata responden berusia diatas 30 tahun juga dapat menjadi alasan kurangnya penguasaan teknologi yang dimiliki oleh responden. Disamping hal tersebut, alamat domisili rata-rata responden yang paling banyak berada di wilayah Pamulang dan Ciputat dapat mendorong responden untuk lebih mudah bertransaksi langsung ke BMT dibandingkan harus menggunakan aplikasi mobile banking.

Penelitian ini tidak berhasil untuk membuktikan bahwa mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Hal dapat terjadi karena beberapa hal seperti masih banyaknya anggota yang belum menggunakan aplikasi mobile banking, minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh anggota, usia anggota yang sudah mulai lanjut menjadi latar belakang anggota enggan untuk menggunakan aplikasi mobile banking. Artinya walaupun terdapat pengaruh negatif, namun pengaruh tersebut tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepercayaan anggota kepada BMT.

3.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai p value sebesar 0,000 terhadap kepuasan anggota dan nilai p value sebesar 0,024 terhadap kepercayaan anggota. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan anggota BMT. Karena semakin baik tingkat kualitas pelayanan, maka

semakin tinggi rasa percaya anggota terhadap BMT dalam memilih lembaga keuangan.

Berdasarkan olah data yang telah peneliti lakukan terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa 18,33 persen responden setuju dengan kualitas pelayanan yang telah disediakan oleh BMT Al Fath Ikmi. Hal ini dapat disebabkan oleh tingginya pelayanan yang diberikan dari pegawai dalam memberikan pelayanan terbaik kepada anggotanya yang dapat dirasakan seperti pegawai terbuka dan transparan dalam memberikan informasi kepada anggota, pegawai selalu menjunjung tinggi kejujuran dan kehandalan saat melakukan transaksi. Salah satu bentuk kepedulian yang diberikan kepada anggota seperti memberikan solusi terhadap kebutuhan dan kondisi yang sedang dialami anggotanya. Sehingga anggota semakin percaya terhadap BMT.

Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan anggota BMT. Karena semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepercayaan anggota.

3.2.5. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kepercayaan Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value dari literasi keuangan sebesar 0,000 berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota karena hasil p value nya kurang dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh literasi keuangan terhadap kepercayaan anggota sebesar 0,405 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel literasi keuangan terhadap kepercayaan anggota sebesar 0,405. Karena semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan atau literasi keuangan anggota maka semakin tinggi kepercayaan anggota terhadap lembaga keuangan tersebut.

Berdasarkan olah data yang telah peneliti lakukan terhadap variabel literasi keuangan menunjukkan bahwa 14,31 persen responden setuju dengan literasi keuangan yang artinya rata-rata responden memiliki pemahaman keuangan yang cukup baik terutama dalam hal ini pengetahuan tentang BMT Al Fath Ikmi. Hal ini dapat ditunjukkan oleh latar belakang pendidikan rata-rata responden yaitu SMA sehingga punya pemahaman yang tidak rendah terhadap BMT. Hal yang mendukung responden merasa percaya dengan BMT dapat ditunjukkan dari tanggapan yang diberikan seperti responden yaitu responden percaya untuk menyimpan dan menempatkan dananya di BMT, yakin dan percaya bahwa BMT selaku Baitul

maal mampu menjalankan perannya di masyarakat. Disamping itu pula didukung oleh pegawai yang selalu terbuka dan transparan dalam memberikan informasi kepada anggota sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku serta menjunjung tinggi kejujuran dan kehandalan saat bertransaksi atau akad.

Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kelima yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan anggota BMT. Karena semakin tinggi pemahaman dan pengetahuan anggota tentang keuangan maka semakin tinggi kepercayaan yang akan diterima oleh anggota.

3.2.6. Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Anggota

Hasil penelitian menunjukkan bahwa p value dari mobile banking sebesar 0,698 berarti mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota karena hasil p value nya lebih dari 0,05. Besarnya koefisien parameter dari pengaruh mobile banking terhadap kepercayaan anggota sebesar -0,053 yang artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota.

Berdasarkan olah data yang dilakukan oleh peneliti terhadap variabel mobile banking menunjukkan bahwa responden memilih netral paling banyak terhadap variabel ini yaitu sebesar 4,92 persen dengan hasil bahwa mobile banking tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Hal ini dapat disebabkan oleh anggota yang belum menggunakan aplikasi mobile banking, sehingga belum sepenuhnya dapat merasakan kemudahan dari aplikasi tersebut. Latar belakang usia yang rata-rata responden berusia diatas 30 tahun juga dapat menjadi alasan kurangnya penguasaan teknologi yang dimiliki oleh responden. Disamping hal tersebut, alamat domisili rata-rata responden yang paling banyak berada di wilayah Pamulang dan Ciputat dapat mendorong responden untuk lebih mudah bertransaksi langsung ke BMT dibandingkan harus menggunakan aplikasi mobile banking.

Penelitian ini tidak berhasil untuk membuktikan bahwa mobile banking berpengaruh terhadap kepercayaan anggota. Hal dapat terjadi karena beberapa hal seperti masih banyaknya anggota yang belum menggunakan aplikasi mobile banking, minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh anggota, usia anggota yang sudah mulai lanjut menjadi latar belakang anggota enggan untuk menggunakan

aplikasi mobile banking, jaringan yang mengalami eror. Artinya walaupun terdapat pengaruh negatif, namun pengaruh tersebut tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepercayaan anggota kepada BMT.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan dan mobile banking terhadap kepuasan anggota dan kepercayaan anggota di BMT Al Fath Ikmi di Kota Tangerang Selatan maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut telah ditunjukkan pada hasil pengujian dan didukung oleh jawaban-jawaban dari responden yang setuju dengan pelayanan yang telah diberikan dan disediakan oleh BMT Al Fath Ikmi. Namun selain jawaban positif setuju dan sangat setuju, ada pula beberapa responden dengan jawaban yang netral dan tidak setuju dengan kualitas pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa walaupun kualitas pelayanan sudah memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota dan kepercayaan anggota. BMT Al Fath Ikmi harus terus mengupayakan peningkatan dalam memberikan pelayanan terhadap anggotanya.

Literasi keuangan berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota. Hal tersebut ditunjukkan pada hasil pengujian dan didukung oleh jawaban-jawaban dari responden yang setuju dan meyakini bahwa responden telah mengetahui tentang BMT Al Fath Ikmi sebagai lembaga keuangan mikro syariah, mengerti dengan produk-produk yang ditawarkannya, serta responden sebagai anggota memiliki pemahaman yang baik sehingga anggota dapat dengan yakin untuk menempatkan dananya untuk dikembangkan atau diinvestasikan di BMT Al Fath Ikmi dengan berbagai programnya.

Mobile banking dengan hasil uji terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota dan kepercayaan anggota yaitu artinya mobile banking yang masih belum banyak digunakan oleh rata-rata anggota disebabkan oleh beberapa latar belakang seperti anggota yang belum menggunakan aplikasi mobile banking, sehingga belum sepenuhnya

dapat merasakan kemudahan dari aplikasi tersebut. Latar belakang usia yang rata-rata responden berusia diatas 30 tahun juga dapat menjadi alasan kurangnya penguasaan teknologi yang dimiliki oleh responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mobile banking masih harus diperkenalkan lebih banyak lagi kepada para anggota agar semakin merata kepuasan dan kepercayaan anggota yang belum merasakan manfaat dan kemudahan dari aplikasi tersebut.

- b. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepercayaan anggota, hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kepercayaan anggota. Pelayanan ramah, responsif, profesional, dan transparan membantu menciptakan hubungan yang lebih kuat antara anggota dengan BMT. Ketika anggota merasa dihargai dan dilayani dengan baik, mereka lebih cenderung mempercayai BMT sebagai institusi keuangan yang dapat diandalkan. Kepercayaan ini adalah faktor penting dalam loyalitas anggota, yang dapat memastikan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara BMT dengan anggotanya. Hasil penelitian ini memiliki korelasi yang signifikan dan positif, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar pula tingkat kepercayaan anggota terhadap BMT. Signifimansi ini menunjukkan bahwa pengaruhnya nyata dan dapat diukur, sementara pengaruh positif menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya searah, artinya peningkatan dalam kualitas pelayanan akan selalu diikuti oleh peningkatan kepercayaan anggota.

Literasi keuangan berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepercayaan anggota. Hal ini dapat dirasakan oleh anggota yang memiliki literasi keuangan yang baik karena akan lebih mudah memahami produk-produk keuangan yang ditawarkan oleh BMT. Pemahaman yang mendalam ini membantu anggota merasa lebih aman dan percaya bahwa mereka dapat membuat keputusan keuangan yang tepat. Selain itu, anggota yang paham tentang bagaimana produk tersebut bekerja akan lebih cenderung mempercayai institusi yang menyediakan produk tersebut. Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap

kepercayaan anggota berarti semakin tinggi literasi keuangan anggota, semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap BMT. Pengaruh signifikan ini menandakan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan kepercayaan anggota bersifat kuat dan nyata, sedangkan pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan anggota, semakin tinggi tingkat kepercayaan anggota. Ketika anggota memiliki kepercayaan literasi keuangan yang baik, hal ini berpengaruh pada loyalitas mereka terhadap BMT. Mereka tidak hanya percaya pada layanan BMT, tetapi juga cenderung merekomendasikan BMT kepada orang lain. Kepercayaan yang tinggi ini memastikan bahwa anggota akan tetap setia menggunakan layanan BMT dan mengandalkannya untuk kebutuhan keuangan mereka.

Mobile banking dengan hasil uji terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota yaitu artinya mobile banking yang masih belum banyak digunakan oleh rata-rata anggota disebabkan oleh beberapa latar belakang seperti anggota yang belum menggunakan aplikasi mobile banking, sehingga belum sepenuhnya dapat merasakan kemudahan dari aplikasi tersebut. Anggota yang tidak setuju dengan penggunaa mobile banking menunjukkan bahwa BMT mengalami sejumlah tantangan keamanan, keterbatasan akses teknologi, serta preferensi terhadap transaksi manual. Selain itu, hal ini juga dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi, fitur aplikasi yang terbatas, dan persepsi negatif tentang teknologi digital juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi sikap anggota. Untuk mengatasi hal ini, BMT perlu melakukan edukasi yang lebih intensif tentang manfaat dan keamanan mobile banking, serta meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan anggota.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dipaparkan dari penelitian ini yang memiliki keterbatasan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut.

a. Saran Praktis

- 1) Saran praktis dari penelitian ini yaitu disarankan kepada BMT Al Fath Ikmi untuk terus

- 2) BMT Al Fath Ikmi disarankan untuk terus mengenalkan dan menawarkan produk-produk unggul BMT yang lainnya, karena tidak semua anggota paham dan mengenali seluruh produk-produk di BMT.
- 3) BMT Al Fath Ikmi disarankan untuk mendorong penggunaan aplikasi mobile banking kepada anggota agar kedepannya lebih memudahkan untuk bertransaksi dan lebih efisien.

b. Saran Akademis

- 1) Saran akademis dari penelitian ini yaitu penelitian ini terbatas hanya pada anggota BMT. Untuk penelitian selanjutnya agar bisa mengambil populasi pada objek yang lebih besar lagi seperti masyarakat
- 2) Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat menerapkan model yang berbeda dalam melakukan pengukuran pada variabel.
- 3) Penelitian ini menggunakan variabel non keuangan, sebaiknya penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independent lain pada variabel keuangan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Bapak Dr. Pitri Yandri, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing, dan pihak-pihak terkait yang berkontribusi dan telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

6. REFERENSI

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Eka Putriana, & Ali Imron. (2023). Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 331–347. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.686>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*, 290.
- Haryani, T., Kirana, K. C., & Wiyono, G. (2022). Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *TheJournalish: Social and Government*, 3(1), 55–74.

- Hidayatulloh, R., Koesmawan, M., Muftie, A., Kunci, K., Produk, :, Kualitas, D., & Keputusan Anggota, T. (2019). Pengaruh Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menabung (Studi Kasus Kspps Bmt Al-Fath Ikmi Di Kota Tangerang Selatan). In *Jurnal Liquidity* (Vol. 8, Issue 2).
- Jamal, H., Haeruddin, H., & Ahmad, I. (2023). Dampak Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan (The Impact of Financial Literacy and Financial Attitude on Financial Behavior). *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 30(2). <https://doi.org/10.35606/jabm.v30i2.1277>
- Kurniasih, K., Rahmawati, E. D., & Akhmad, K. A. (2024). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 55–67. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.300>
- Lestari, I. A., Abdurrahman, U. K. H., Pekalongan, W., & Awali, H. (2023). Pengaruh Sharia Compliance, Religiositas, Kepercayaan (trust) dan Corporate Image Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT AL-FATAA Ulujami. *Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(2), 2023.
- Mariana, L., Salistia, F., & Sukarna, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda. *Economic Reviews Journal*, 2(2), 124–144. <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.52>
- Ningsih, D. G. (2024). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt At-Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Lubuk Buaya. *Juhanperak*, 1(1).
- Setiawan, F., & Nur Aini, L. (2023). Literasi Keuangan Syariah dan Preferensi Warga Pinggiran Kota terhadap Lembaga Keuangan Syariah. *Yibri*, 1(1), 31–53. <https://journal.yibri.id/index.php/brijief>
- Syifaul, D. A., & Rofikoh, A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*, 18–24.
- Yusuf, K. (2017, December 1). *Sejarah Perjalanan KSPPS BMT Al Fath Ikmi*. 1–46.
- Zidni, M. T., & FITANTO, B. (2022). Pengaruh Bagi Hasil Literasi Keuangan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Koperasi Bmt Ugt Sidogiri Kecamatan Sukun Kota Malang. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 331–344. <https://doi.org/10.21776/ieff.2022.01.4.05>