



Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Mitra Umat)

Eka Putriana

Akuntansi, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan, Pekalongan, Indonesia

Ali Imron

Akuntansi, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan, Pekalongan, Indonesia

Abstract: *the formulation of the problems in this study are (1) How is the Effect of Member Trust on Member Satisfaction at KSPPS BMT Mitra Umat? (2) How is the Effect of Service Quality on Member Satisfaction at KSPPS BMT Mitra Umat? (3) How is the Effect of Product Quality on Member Satisfaction at KSPPS BMT Mitra Umat? (4) How is the Effect of Mobile Banking Use on Member Satisfaction at KSPPS BMT Mitra Umat? (5) How is the Effect of Member Trust, Service Quality, Product Quality, and Use of Mobile Banking on Member Satisfaction at KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan?. This research is quantitative. The object of this research is members of KSPPS BMT Mitra Umat in Pekalongan. This research uses purposive sampling technique, the data collection technique is a questionnaire, and the sample of this research is 100 respondents. After conducting the research, the researcher obtained data calculated using the Slovin formula. SPSS was used to analyze the data. The data analysis technique used is multiple linear regression equation analysis, T test, F test, and coefficient of determination analysis. The results of this study are Member Trust, Service Quality, Product Quality, and Use of Mobile Banking partially and simultaneously affect Member Satisfaction KSPPS BMT Mitra Umat.*

Keywords: *member trust, service quality, product quality, mobile banking, member satisfaction*

Abstrak: rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Anggota Terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat?. (2) Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat? (3) Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat?. (4) Bagaimana Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat?. (5) Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan?. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah anggota KSPPS BMT Mitra Umat di Pekalongan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, teknik pengumpulan data adalah kuesioner, dan sampel penelitian ini adalah 100 responden. Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan data yang dihitung menggunakan rumus slovin. SPSS digunakan untuk menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persamaan regresi linear berganda, Uji T, Uji F, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Penggunaan Mobile Banking secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota KSPPS BMT Mitra Umat.

Kata kunci: kepercayaan anggota, kualitas pelayanan, kualitas produk, mobile banking, kepuasan anggota

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan sebuah badan usaha yang berasaskan kekeluargaan dan ekonomi kerakyatan. Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian Pasal 1 menyebutkan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Dari beberapa perubahan Undang – Undang di atas, terlihat adanya perubahan pengertian koperasi yang jika

disimpulkan, bahwasanya Koperasi Indonesia itu adalah wadah usaha bersama yang dijalankan dengan kekeluargaan dan kepemilikan tidak dipengaruhi besar kecilnya modal yang disetor.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau disebut juga dengan “Koperasi Syariah”, merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam skala mikro. BMT terdiri dari dua istilah, yaitu “*baitulmaal*” dan “*baitultamwil*” *Baitulmaal* merupakan istilah untuk organisasi yang berperan dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana non profit, seperti zakat, infak dan sedekah. Sedangkan kegiatan BMT adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha makro dan kecil, antara lain mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan kegiatan ekonominya. Sedangkan kegiatan bait al-mal menerima titipan dari dana zakat, infaq, dan shodaqah dan menjalankannya sesuai dengan peraturan dan amanah yang dititipkan. Berdasarkan dua pengertian diatas BMT dapat disimpulkan sebagai lembaga keuangan mikro yang didirikan untuk membiayai dan membantu perkembangan usaha mikro berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan research gap penelitian terdahulu, maka peneliti ingin menganalisis kembali apakah Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat atau justru tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Maka dari itu peneliti mengambil judul penelitian : “Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Anggota Pada KSPPS BMT Mitra Umat”

TINJUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Ajzen’s mengatakan TPB telah diterima secara luas sebagai alat untuk menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta sebagai niat dan perilaku. Dalam hal ini, upaya untuk menggunakan TPB sebagai pendekatan untuk menjelaskan *whistleblowing* dapat membantu mengatasi beberapa keterbatasan penelitian sebelumnya, dan menyediakan sarana untuk memahami kesenjangan luas diamati antara sikap dan perilaku (Park dan Blenkinsopp 2009).

Elemen-elemen Theory of Planned Behaviour

Di dalam penelitian ini, Theory of Planned Behaviour digunakan sebagai pendekatan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa manajemen melakukan

whistleblowing. Theory of Planned Behaviour merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975.

Hubungan Theory of Planned Behaviour (TPB) dengan Variabel

Hubungan antara Theory of Planned Behaviour dengan Kepercayaan Anggota yaitu teori ini memiliki fondasi terhadap perspektif kepercayaan yang mampu mempengaruhi seseorang untuk melaksanakan tingkah laku yang spesifik. Perspektif kepercayaan dilaksanakan melalui penggabungan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu yang kemudian membentuk kehendak dalam bertingkah laku (Yuliana, 2004).

Kualitas Kepercayaan Anggota

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:39) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Maka dari itu suatu lembaga keuangan harus menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan/anggota. Ada beberapa cara untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan/anggota salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas kepercayaan anggota, kualitas pelayanan anggota, kualitas produk dan lain sebagainya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah bagian dari manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi salah satu faktor dominan dalam keberhasilan organisasi. Menurut Kotler, 2002 dalam (Salsabila & Maskur, 2022) pelayanan adalah suatu tindakan yang bersifat tidak terbentuk serta tidak menjadikan kepemilikan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain. Mengingat hal ini, kualitas pelayanan mengacu pada semua upaya perusahaan untuk memuaskan konsumennya.

Menurut (Tjiptono, 2014), kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik berpengaruh positif bagi perusahaan karena membuat perusahaan memiliki pelanggan yang royal dan membawa keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas Produk

Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik

kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

Mobile Banking

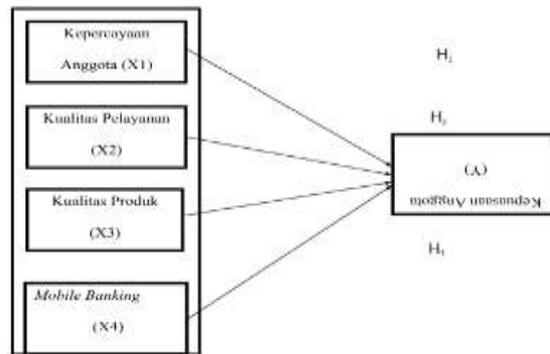
Mobile banking adalah langkah awal evolusi bank menjadi financial service provider (FSP). Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya (Tirtana dan Sari, 2014). Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal, disesuaikan dengan karakteristik nasabahnya. Menurut Hutabarat (2010), Mobile banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. Selain itu Mattila (2003) menyatakan bahwa Mobile banking adalah layanan perbankan melalui saluran via wireless. Mobile banking adalah bagian dari electronic banking yang menggunakan teknologi mobile phone. Ada dua macam bentuk Mobile banking, yaitu SMS-banking yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking bentuk mobile internet service yang diakses via GPRS (internet) connection Mobile banking menjadi pilihan karena mudah digunakan, praktis, lebih aman (berbasis nomor telepon seluler), bersahabat dan nyaman (Hasil penelitian MARS, 2008).

Mobile banking (MU Mobile) adalah salah satu cara untuk meningkatkan Kepuasan Anggota seperti penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih (2020) yang menyatakan bahwa Teknologi informasi begitu penting dalam dunia bisnis tidak terkecuali sektor perbankan. Pemanfaatan penggunaan teknologi untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya bank meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu mobile banking (m-banking).

Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis merupakan gambaran mengenai hubungan antara variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dengan variabel bebas yaitu kepercayaan anggota, kualitas layanan, kualitas produk dan mobile banking serta kepuasan anggota.

Adapun kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti dan digunakan untuk merumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi

Menurut Suyeti dalam penelitian Muhammad Ikhwan (2021) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh anggota KSPPS BMT Mitra Umat. Dalam penelitian ini dilakukan di Kantor Cab. Krapyak sendiri sehingga populasi yang diambil sebanyak 10.378 (Data KSPPS BMT Mitra Umat November, 2022)

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2012). Sampel pada penelitian ini yaitu mereka yang sudah menjadi anggota KSPPS BMT Mitra umat mulai, kurang dari 1 tahun sampai 25 tahun.

Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh slovin dalam Mustafa (2017:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$.

Maka sampel nya dapat dihitung sebagai berikut :

N

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

$$10.378$$

$$n = \frac{1}{1 + 10.378 (0,1)^2}$$

$$10.378$$

$$= 1+103,78$$

$$10.378$$

$$= 104.78$$

$$= 99,046$$

$$= 100$$

Untuk menghindari kesalahan generalisasi maka sampel yang digunakan dibulatkan menjadi 100 responden. Hal ini dilakukan karena berdasarkan jumlah sampel minimum yang disyaratkan oleh alat analisa yang digunakan pada penelitian ini.

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Cluster Random Sampling sebagai teknik penentuan sampel, dikarenakan populasi yang cukup luas, dan juga teknik penentuan sampel dengan metode cluster random sampling ini kerap digunakan dalam berbagai penelitian dengan pembagian responden sebagai berikut :

1. Responden yang telah menjadi anggota selama kurang dari 1 tahun – 5 tahun
2. Responden yang telah menjadi anggota selama 6 tahun – 10 tahun
3. Responden yang telah menjadi anggota selama 11 tahun – 15 tahun
4. Responden yang telah menjadi anggota selama 16 tahun – 20 tahun
5. Responden yang telah menjadi anggota selama 21 tahun – 25 tahun

Selain kriteria diatas didalam pengambilan sampel peneliti juga akan memberikan kriteria lain seperti jenis kelamin, jumlah rekening yang dimiliki dan seberapa sering responden melakukan transaksi setiap bulannya (intensitas responden dalam bertransaksi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis serta mencari butuh empiris seberapa Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Anggota. Variabel Bebas yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah Kepercayaan Anggota (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X3), *Mobile Banking* (X4) dan Kepuasan Anggota (Y).

Populasi pada penelitian ini yaitu 10.378, Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *Cluster Random sampling* sedangkan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Mustafa (2017:90) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e = 10\%$. Kuisisioner dibagikan kepada 100 responden dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 1 Rincian Penyebaran dan Pengambilan Kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah
1.	Kuisisioner yang dibagikan	100
2.	Kuisisioner yang tidak dapat diolah	0
3.	Kuisisioner yang dapat diolah	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa kuisisioner yang dibagikan berjumlah 100 kuisisioner, jumlah kuisisioner yang tidak dapat diolah 0 serta kuisisioner yang dapat diolah ada 100 kuisisioner. Kriteria dalam pemilihan sampel ini yaitu Anggota KSPPS BMT Mitra Umat.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Anggota**Correlations**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Jumlah
X1_1	Pearson Correlation	1	.242*	.679**	.109	.700**
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.280	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.242*	1	.311**	.703**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.015		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.679**	.311**	1	.146	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.146	.000
	N	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.109	.703**	.146	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.280	.000	.146		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.700**	.783**	.737**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Kepercayaan Anggota					
	Pertanyaan	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
	1.	Pertanyaan no. 1	0.700	0,1966	Valid
	2.	Pertanyaan no. 2	0.783	0,1966	Valid
	3.	Pertanyaan no. 3	0.737	0,1966	Valid
	4.	Pertanyaan no. 4	0.675	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa semua item pernyataan untuk semua variabel kepercayaan anggota memiliki nilai r hitung > r tabel. R tabel dihitung menggunakan rumus: $df = n - 2$, ($df = 100 - 2 = 98$, r tabel dapat dilihat pada tingkat signifikansi uji dua arah 0,05 pada nomor 98), sehingga pada penelitian ini mendapatkan nilai r tabel 0.196. dengan demikian semua pernyataan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 3 Data Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Jumlah
X2_1	Pearson Correlation	1	.264**	.488**	.234*	.687**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.019	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.264**	1	.244*	.604**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.008		.014	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.488**	.244*	1	.103	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014		.308	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.234*	.604**	.103	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.308		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.687**	.780**	.618**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Kualitas Pelayanan			
Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan no. 1	0.687	0,1966	Valid
2. Pertanyaan no. 2	0.780	0,1966	Valid
3. Pertanyaan no. 3	0.618	0,1966	Valid
4. Pertanyaan no. 4	0.716	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 20223

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa semua item pernyataan untuk semua variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r hitung > r tabel. R tabel dihitung menggunakan rumus: $df = n - 2$, ($df = 100 - 2 = 98$, r tabel dapat dilihat pada tingkat signifikansi uji dua arah 0,05 pada nomor 98), sehingga pada penelitian ini mendapatkan nilai r tabel 0.196. dengan demikian semua pernyataan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 4 Data Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations					
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	Jumlah
X3_1 Pearson Correlation	1	.202*	.594**	.289**	.757**
Sig. (2-tailed)		.044	.000	.004	.000
N	100	100	100	100	100
X3_2 Pearson Correlation	.202*	1	.205*	.242*	.536**
Sig. (2-tailed)	.044		.040	.015	.000
N	100	100	100	100	100
X3_3 Pearson Correlation	.594**	.205*	1	.381**	.798**
Sig. (2-tailed)	.000	.040		.000	.000
N	100	100	100	100	100
X3_4 Pearson Correlation	.289**	.242*	.381**	1	.700**
Sig. (2-tailed)	.004	.015	.000		.000
N	100	100	100	100	100
Jumlah Pearson Correlation	.757**	.536**	.798**	.700**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Kualitas Produk				
Pertanyaan	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
	Pertanyaan no. 1	0.757	0,1966	Valid
2.	Pertanyaan no. 2	0.536	0,1966	Valid
3.	Pertanyaan no. 3	0.798	0,1966	Valid
4.	Pertanyaan no. 4	0.700	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa semua item pernyataan untuk semua variabel kualitas produk memiliki nilai r hitung > r tabel. R tabel dihitung menggunakan rumus: $df = n - 2$, ($df = 100 - 2 = 98$, r tabel dapat dilihat pada tingkat signifikansi uji dua arah 0,05 pada nomor 98), sehingga pada penelitian ini mendapatkan nilai r tabel 0.196. dengan demikian semua pernyataan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 5 Data Hasil Uji Validitas Variabel *Mobile Banking*

		X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	Jumlah
X4_1	Pearson Correlation	1	.323**	.265**	.259**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.001	.008	.009	.000
	N	100	100	100	100	100
X4_2	Pearson Correlation	.323**	1	.141	.584**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.001		.160	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4_3	Pearson Correlation	.265**	.141	1	.075	.537**
	Sig. (2-tailed)	.008	.160		.456	.000
	N	100	100	100	100	100
X4_4	Pearson Correlation	.259**	.584**	.075	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.456		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.684**	.765**	.537**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel <i>Mobile Banking</i>			
Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan no. 1	0.684	0,1966	Valid
2. Pertanyaan no. 2	0.765	0,1966	Valid
3. Pertanyaan no. 3	0.537	0,1966	Valid
4. Pertanyaan no. 4	0.715	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diketahui bahwa semua item pernyataan untuk semua variabel *mobile banking* memiliki nilai r hitung > r tabel. R tabel dihitung menggunakan rumus: $df = n - 2$, ($df = 100 - 2 = 98$, r tabel dapat dilihat pada tingkat signifikansi uji dua arah 0,05 pada nomor 98), sehingga pada penelitian ini mendapatkan nilai r tabel 0.196. dengan demikian semua pernyataan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 6 Data Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Anggota

Correlations					
	Y1	Y2	Y3	Y4	Jumlah
Y1 Pearson Correlation	1	.405**	.339**	.502**	.766**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100
Y2 Pearson Correlation	.405**	1	.514**	.345**	.739**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100
Y3 Pearson Correlation	.339**	.514**	1	.345**	.716**
Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100
Y4 Pearson Correlation	.502**	.345**	.345**	1	.759**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100
Jumlah Pearson Correlation	.766**	.739**	.716**	.759**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Kepuasan Anggota			
Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pertanyaan no. 1	0.766	0,1966	Valid
2. Pertanyaan no. 2	0.739	0,1966	Valid
3. Pertanyaan no. 3	0.716	0,1966	Valid
4. Pertanyaan no. 4	0.759	0,1966	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahui bahwa semua item pernyataan untuk semua variabel kepuasan anggota memiliki nilai r hitung > r tabel. R tabel dihitung menggunakan rumus: $df = n - 2$, ($df = 100 - 2 = 98$, r tabel dapat dilihat pada tingkat signifikansi uji dua arah 0,05 pada nomor 98), sehingga pada penelitian ini mendapatkan nilai r tabel 0.196. dengan demikian semua pernyataan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Tabel 7 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Anggota

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.698	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Tabel 8 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.659	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Tabel 9 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.659	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Tabel 10 Tabel Uji Reliabilitas Variabel *Mobile Banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.606	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Tabel 11 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Anggota

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	4

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Tabel 12 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas

Var	Cronbach Alfa	Syarat	Keterangan
Kepercayaan Anggota (X1)	0.698	> 0.60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.659	> 0.60	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0.659	> 0.60	Reliabel
<i>Mobile Banking</i> (X4)	0.606	> 0.60	Reliabel
Kepuasan Anggota (Y)	0.731	> 0.60	Reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil uji reliabilitas variabel Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Mobile Banking* dan Kepuasan Anggota bahwa nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

1. Pengaruh Variabel Kepercayaan Anggota Terhadap Kepuasan Anggota

Hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel Kepercayaan Anggota berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji statistik t (Uji Signifikansi Parsial). Dari hasil *output* nilai signifikansi variabel Kepercayaan Anggota sebesar $0,046 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t *coefficients* sebesar $2,020 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak atau H1 diterima, yang berarti bahwa variabel Kepercayaan Anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat.

2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota

Hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji statistik t (Uji Signifikansi Parsial). Dari hasil *output* nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,032 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t *coefficients* sebesar $2,177 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_2 Diterima, yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota

Hipotesis 3 menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji statistik t (Uji Signifikansi Parsial). Dari hasil *output* nilai signifikansi variabel Kualitas Produk sebesar $0,008 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t *coefficients* sebesar $2,730 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_2 Diterima, yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan Anggota. Menurut Menurut (Arinawati, 2021) kualitas produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Maka dari itu jika suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga keuangan harus mampu memenuhi kebutuhan para anggotanya atau dalam arti lain produk tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh anggota tersebut.

4. Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Anggota

Hipotesis 4 menyatakan bahwa variabel *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji statistik t (Uji Signifikansi Parsial). Dari hasil *output* nilai signifikansi variabel *Mobile Banking* sebesar $0,048 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t *coefficients* sebesar $2,050 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_2 Diterima, yang berarti bahwa variabel *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Mobile Banking* sangat berpengaruh dalam meningkatkan Kepuasan Anggota. Menurut (Hutabarat, 2010) *Mobile banking* adalah

sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.

5. Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Mobile Banking Terhadap Kepuasan Anggota*

Hipotesis 5 menyatakan bahwa variabel Kepercayaan Anggota, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota di KSPPS BMT Mitra Umat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji statistik F (Uji Signifikansi Simultan) diperoleh hasil nilai f hitung sebesar 27.199 dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, dari pertanyaan yang telah dibagikan oleh responden mendapatkan jawaban setuju terbanyak dari semua variabel, dalam hal ini KSPPS BMT Mitra Umat telah memberikan pelayanan yang baik dan mampu menarik hati anggota, selain itu juga dalam segi produk yang ada di KSPPS BMT Mitra Umat sesuai dengan apa yang dibutuhkan anggota.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian atas analisis data dan uji hipotesis seperti yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Anggota (X1) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) di KSPPS BMT Mitra Umat. Hal ini dibuktikan dari perhitungan Uji statistik t (parsial) hasil output nilai signifikansi variabel Kepercayaan Anggota sebesar $0,046 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t coefficients sebesar $2,020 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi 0,05) hal ini digambarkan jasa yang diberikan oleh KSPPS BMT Mitra Umat mampu membuat anggota semakin percaya dan meningkatkan Kepuasan dari anggota tersebut.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) di KSPPS BMT Mitra Umat . Hal ini dibuktikan dari perhitungan Uji statistik t (parsial) hasil output nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,032 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t coefficients sebesar $2,177 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi 0,05). hal ini digambarkan dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota merupakan hal utama seperti kerahmahan karyawan kepada anggota di KSPPS BMT Mitra Umat.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X3) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) di KSPPS

BMT Mitra Umat . Hal ini dibuktikan dari perhitungan Uji statistik t (parsial) hasil output nilai signifikansi variabel Kualitas Produk sebesar $0,008 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t coefficients sebesar $2,730 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi $0,05$) hal ini digambarkan dalam produk yang dimiliki di KSPPS BMT Mitra Umat sesuai dengan kebutuhan para anggotanya.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Mobile banking (X4) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Anggota (Y) di KSPPS BMT Mitra Umat . Hal ini dibuktikan dari perhitungan Uji statistik t (parsial) hasil output nilai signifikansi variabel Mobile banking sebesar $0,048 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari pada tabel hasil Uji t coefficients sebesar $2,050 > 1,98373$ (t tabel untuk $df = 101$ dan tingkat signifikansi $0,05$) hal ini digambarkan bahwa kemudahan dalam menggunakan mobile banking di KSPPS BMT Mitra Umat mampu meningkatkan kepuasan anggota.

DAFTAR PUSTAKA

Arinawati, E. (2021). Penataan Produk.

Barnes, J. (2003). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi.

Farida Fadlilliatul Husna & Muhammad Mustaqim. (2020). Pemanfaatan Electronic Banking Bagi Anggota di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Tayu. *journal of islamic banking and financial*, 4, 145-153.

Firdaus. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Kospin Weleri). *ResearchGate*, 1-13.

Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 43-51.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit. Semarang: Badan Penerbit Universitas Penerbit.*

H. R. (2010). Mobile Banking Security Analysis Based WAP. [anakebo.wordpress.com /.../mobile-banking-security-analysis-based-wapronald-m-hutabarat-113040275/](http://anakebo.wordpress.com/.../mobile-banking-security-analysis-based-wapronald-m-hutabarat-113040275/) (Diakses pada tanggal 26 Maret 2011).

I, M. A. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Serba Usaha Dalem Kahyangan Duku Desa Adat Kerobakan Di Kuta Utara, Bandung . *ResearchGate*, 1-13.

Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Graha Persabda.

- Kotler, Philip, & Keller, k. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, & Kevin, L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumawati, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Sejahtera Mijen Semarang. *Equilibria Pendidikan*, 3, 51-59.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *MADIC*, 62-65.
- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24-31.
- Mariana, L., Faisal, & Sukarna. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda Bogor. *MES Management Journal*, 99-155.
- Muchtharom, M. Z. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Maal Wat Tamwil Nurul Ummah Ngasem Bojonegoro. *Journal of Sharia Economics*, 1, 41-54.
- Mutcharom, M. Z. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Maal Wat Tamwil Nurul Ummah Ngasem Bojonegoro. *Journal of Sharia Economics*(1), 41-54.
- Nurhayati, P. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan IBS Mobile terhadap Kepuasan Anggota KSP-PS BMT Artha Buana Metro. *Jurnal Baabu Al- Ilmi Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- R.Simatupang, A. D., & Deti, S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Persaudaraan Harmonis Syariah Bonang Tangerang Banten . *Journal of Islamic Economics, Business and finance*, 1-8.
- Rochmah, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan Anggota, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan.
- Rochmah, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa KSPPS BMT Mitra Umat Pekalongan. *Theses IAIN Pekalongan*, 1-86.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis: Suaka Media*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017, Desember 2). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 7, 157-174.
- W, Y., R, A., & Rukhviyanti, N. (2015, Februari). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, VII, 1-44.
- Yamit, Z. (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yana, S., & Sukei. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota pada KSPPS BMT Surya Raharja Bojonegoro. *Soetomo Business Review*, III, 103-124.