

PENGARUH KUALITAS LAYANAN APLIKASI BMT AL-BAHJAH ONLINE TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA PADA KSPPS BMT AL-BAHJAH CIREBON

Haikal Ramadhan¹, Yahya Zaenul Muarif², Muhammad Saechu³

¹ Cirebon, Indonesia/Ekonomi Syariah/ Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Bahjah Cirebon
Email: haikalramadhan@students.staialbahjah.ac.id

² Cirebon, Indonesia/Ekonomi Syariah/ Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Bahjah Cirebon
Email: yahyazaenulmuarif@staialbahjah.ac.id

³ Cirebon, Indonesia/Ekonomi Syariah/ Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Bahjah Cirebon
Email: muhammadsaechu@staialbahjah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengecek dan menganalisis dampak dari kualitas layanan aplikasi seluler Baitul Maal wat Tamwil Online terhadap tingkat kepuasan anggota di Baitul Maal wat Tamwil Al-Bahjah Cirebon. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan desain asosiatif kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pengguna aplikasi yang aktif, sehingga diperoleh sebanyak tiga puluh orang responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara mengirimkan kuesioner secara online menggunakan formulir elektronik. Teknik pengujian data yang digunakan mencakup pengecekan kualitas alat berupa uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear sederhana, uji t parsial, serta perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan perangkat lunak statistik. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi seluler memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota di Baitul Maal wat Tamwil Al-Bahjah Cirebon. Peningkatan kualitas layanan digital yang dirasakan langsung oleh pengguna berdampak pada peningkatan kepuasan anggota saat melakukan transaksi keuangan syariah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Mobile Banking, Kepuasan Anggota, BMT Al-Bahjah.

Abstract

This study aims to examine and analyze the impact of the service quality of the Baitul Maal wat Tamwil Online mobile application on member satisfaction levels at Baitul Maal wat Tamwil Al-Bahjah Cirebon. The approach used in this study is descriptive quantitative with a causal-associative design. Sampling was conducted using purposive sampling, which involves selecting samples based on specific criteria—namely, active app users—resulting in a sample of thirty respondents. Primary data collection was carried out by distributing an online questionnaire via an electronic form. The data testing techniques employed included instrument quality checks (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality and heteroscedasticity tests), simple linear regression analysis, partial t-tests, and calculation of the coefficient of determination using statistical software. This study indicates that the quality of mobile application services has a positive and significant impact on member satisfaction at Baitul Maal wat Tamwil Al-Bahjah Cirebon. Improvements in digital service quality, which are directly experienced by users, lead to increased member satisfaction when conducting Islamic financial transactions.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking, Member Satisfaction, BMT Al-Bahjah.

PENDAHULUAN

Transformasi digital di masa Industri 4.0 mendorong sektor perekonomian, terutama lembaga keuangan, untuk beralih dari sistem manual dan tradisional ke sistem berbasis digital (Khoiri & Sulistyowati, 2023). Indonesia berada di posisi sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet aktif terbanyak di dunia, sehingga mendorong munculnya berbagai inovasi di bidang keuangan. Melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia, pemerintah terus mendorong peningkatan

akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Pada tahun 2024, tingkat inklusi keuangan nasional telah mencapai 90%, yang dicapai berkat pengembangan layanan perbankan seluler dan aplikasi teknologi keuangan (fintech) yang optimal (OJK, 2024).

Perpindahan kegiatan ekonomi ke bidang digital memaksa lembaga keuangan mikro berbasis syariah, seperti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), untuk ikut menerapkan teknologi informasi (Mustofa & Ansori, 2024). Kehadiran BMT di Indonesia sangat penting karena fokus pada masyarakat kelas menengah ke bawah serta usaha mikro melalui pengelolaan dana sosial berbasis Islam, seperti yang diungkapkan oleh KNEKS pada tahun 2019. Meski nilai asetnya terus bertambah hingga mencapai triliunan rupiah, penerapan teknologi digital di BMT masih tergolong lambat karena kendala dari sistem dan aturan yang ada, seperti yang dicatat oleh Khoirunnisa dan timnya pada tahun 2023.

Sebagai lembaga syariah lokal yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon berusaha mengikuti perkembangan zaman dengan meluncurkan aplikasi BMT Al-Bahjah Online. Dengan menggunakan platform mobile banking ini, anggota dapat dengan mudah mengakses informasi keuangan, melakukan transaksi sehari-hari, serta mengajukan pengaduan secara langsung dan real-time (Alfitri & Alfiah, 2025). Meski demikian, hanya menyediakan teknologi saja tidak cukup, karena kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh pengguna akan menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan proses digitalisasi tersebut.

Kualitas layanan mobile banking, seperti kemudahan dalam mengaksesnya, perlindungan keamanan, kinerja sistem yang andal, serta tampilan aplikasi yang menarik, secara teori memiliki kaitan yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan (Rahmawati & Fianto, 2020). Jika aplikasi berjalan lambat atau mengalami masalah teknis seperti server tidak berfungsi, hal ini akan membuat orang kehilangan kepercayaan dalam melakukan transaksi (Khusna, 2020).

Dalam beberapa penelitian terdahulu, ditemukan adanya kesenjangan hasil penelitian (research gap). Studi yang dilakukan oleh (Akob & Sukarno, 2022) serta (Ahla, 2022) menunjukkan bahwa kualitas aplikasi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat kepuasan nasabah bank umum. Namun, penelitian (Sari & Yandri, 2024) serta (Suhendri, Ligery, & Setiawan, 2025) dalam konteks BMT justru menunjukkan bahwa kualitas layanan digital tidak memengaruhi kepuasan secara signifikan karena adanya hambatan teknologi yang dirasakan oleh nasabah usia tua, serta karena kebiasaan nasabah mikro yang masih lebih suka layanan secara langsung.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk mengetahui dampak kualitas layanan aplikasi BMT Al-Bahjah Online terhadap tingkat kepuasan anggota. Penelitian kuantitatif digunakan untuk memeriksa hubungan antar variabel dengan menganalisis data berupa angka menggunakan metode statistik (Soesana et al., 2023). Variabel penelitian terdiri dari kualitas layanan mobile banking sebagai variabel independen dengan indikator seperti kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, dan sistem aplikasi, yang mengacu pada penelitian (Rahmawati & Fianto, 2020). Sementara itu, kepuasan anggota menjadi variabel dependen dengan indikator yaitu kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, serta kesediaan merekomendasikan produk, berdasarkan penelitian (Sulfila, 2023). Penelitian dilakukan di KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon yang beralamat di Jl. Pangeran Cakra Buana Blok Gudang Air, Desa Sendang, Kecamatan Sumber, Kota Cirebon mulai dari bulan Mei 2025 sampai bulan Mei 2026. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada anggota yang aktif, serta data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti catatan internal, jurnal, buku, dan hasil penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan oleh Soesana dkk. tahun 2023.

Populasi penelitian mencakup semua anggota KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon yang terdaftar sebagai pengguna aktif dari aplikasi BMT Al-Bahjah Online. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria pemilihan berupa anggota aktif yang merupakan pemilik akun mobile banking dan sudah menggunakan aplikasi selama minimal 1 bulan serta bersedia memberikan penilaian secara objektif (Sugiyono, 2013). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 responden, sesuai dengan ketentuan minimal ukuran sampel yang ditetapkan oleh Roscoe, agar memenuhi syarat distribusi normal dalam analisis statistik kuantitatif (Sugiyono, 2013). Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 26. Pengujian dilakukan untuk mengetahui kualitas instrumen seperti validitas menggunakan rumus Pearson Product Moment dan reliabilitas dengan Alpha Cronbach. Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik seperti uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov dan uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser. Analisis regresi linier sederhana juga dilakukan, serta pengujian hipotesis dengan uji statistik t untuk uji parsial dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian kualitas instrumen dalam penelitian ini dimulai dengan uji validitas yang menggunakan metode korelasi Product Moment dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 26. Hasil uji validitas terhadap 30 responden ($r_{tabel} = 0,361$) menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel kualitas layanan mobile banking (X) dianggap valid, karena nilai r_{hitung} masing-masing berkisar antara 0,570 hingga 0,883, yang semuanya lebih besar dari 0,361. Seperti halnya pada variabel kepuasan anggota (Y), semua 9 item pernyataan terbukti valid dengan nilai r_{hitung} berkisar antara 0,652 hingga 0,901 ($>0,361$). Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach memberikan nilai koefisien sebesar 0,887 untuk variabel X dan 0,936 untuk variabel Y. Karena kedua koefisien tersebut memiliki nilai yang jauh lebih tinggi dari batas standar 0,60, maka semua instrumen dianggap dapat diandalkan dan konsisten serta bisa digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas X dan Y

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,702	0,361	Valid	1	0,901	0,361	Valid
2	0,830	0,361	Valid	2	0,842	0,361	Valid
3	0,570	0,361	Valid	3	0,652	0,361	Valid
4	0,602	0,361	Valid	4	0,657	0,361	Valid
5	0,644	0,361	Valid	5	0,846	0,361	Valid
6	0,883	0,361	Valid	6	0,876	0,361	Valid
7	0,866	0,361	Valid	7	0,849	0,361	Valid
				8	0,788	0,361	Valid
				9	0,853	0,361	Valid

Karakteristik 30 responden pengguna aplikasi BMT Al-Bahjah Online menunjukkan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki jumlah yang sama, yaitu 15 responden laki-laki (50%) dan 15 responden perempuan (50%). Berdasarkan pemecahan kelompok usia, sebagian besar pengguna berada dalam kategori usia muda produktif 20–29 tahun sebanyak 12 orang atau 40%, kemudian diikuti oleh kelompok usia di atas 40 tahun yang berjumlah 10 orang atau 33,3%, dan kelompok usia 30–39 tahun

sebanyak 8 orang atau 26,7%. Berdasarkan latar belakang pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai karyawan swasta yaitu 21 orang (70%), diikuti oleh wiraswasta sebanyak 3 orang (10%), ibu rumah tangga 3 orang (10%), pelajar 1 orang (3,3%), dan ada 2 orang (6,7%) yang bekerja di sektor lainnya. Secara umum, profil ini menunjukkan bahwa masyarakat sub-urban yang memiliki pengetahuan digital cukup dan sering menggunakan aplikasi bank mobile dalam berbagai kegiatan keuangan sehari-hari.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana distribusi skor nyata yang diperoleh responden. Variabel kualitas layanan mobile banking (X) memiliki nilai terendah 25, nilai tertinggi 35, rata-rata (mean) 29,66, dan standar deviasi 3,63. Melalui proses mengelompokkan data, hasil penilaian anggota terhadap kualitas layanan terbagi menjadi tiga kategori. Ada 5 orang (16,7%) yang memperoleh kategori rendah, 17 orang (56,7%) dalam kategori sedang, dan 8 orang (26,7%) dalam kategori tinggi. Sementara itu, variabel kepuasan anggota (Y) memiliki skor terendah 24, tertinggi 45, rata-rata 35,93, dan deviasi standar 5,78. Hasil pengelompokan tingkat kepuasan anggota menunjukkan bahwa 4 orang (13,3%) memiliki persepsi dalam kategori rendah, 21 orang (70%) dalam kategori sedang, dan 5 orang (16,7%) dalam kategori tinggi. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota berada di tingkat penilaian menengah hingga tinggi.

Tabel 3.2 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,94443006
Most Extreme Differences	Absolute	0,143
	Positive	0,092
	Negative	-0,143
Test Statistic		0,143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118 ^c

Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik agar memastikan model yang digunakan layak digunakan. Uji normalitas residual dilakukan dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov yang menghasilkan nilai koefisien Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,118. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,118 > 0,05$), jadi bisa disimpulkan bahwa data sisa mengikuti distribusi normal. Selanjutnya, dengan menggunakan pengujian Glejser untuk mengecek heteroskedastisitas, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel kualitas layanan mobile banking sebesar 0,501. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari batas kritis 0,05 ($0,501 > 0,05$), maka model regresi dapat dikatakan tidak memiliki masalah ketidaksamaan varians residual atau memenuhi syarat homoskedastisitas.

Tabel 3.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
(Constant)	-4,716	4,577		-1,030	0,312
Kualitas Layanan M-Banking	1,370	0,153	0,861	8,945	0,000

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis SPSS pada Tabel 3.3, ditemukan persamaan regresi yang berbentuk $Y = -4,716 + 1,370X$. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif 1,370 menunjukkan adanya hubungan yang searah, artinya ketika kualitas layanan aplikasi meningkat satu satuan, tingkat kepuasan anggota akan naik sebanyak 1,370 satuan. Uji hipotesis secara parsial memberikan hasil thitung sebesar 8,945 dan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka keputusan yang diambil dalam statistik adalah hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima secara pasti. Hasil ini menunjukkan secara nyata bahwa kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh yang baik dan berarti terhadap tingkat kepuasan anggota di KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon.

Tabel 3.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	0,741	0,732	2,99655

Kekuatan hubungan serta kontribusi variabel bebas diukur dengan menggunakan koefisien determinasi. Berdasarkan Tabel 3.4, ditemukan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,861, yang menunjukkan adanya hubungan asosiatif yang sangat kuat antara performa aplikasi dan tingkat kepuasan psikologis anggota. Sementara itu, nilai R Square (R^2) yang diperoleh adalah 0,741. Artinya, variasi kualitas layanan aplikasi BMT Al-Bahjah Online berpengaruh sebesar 74,1% terhadap perubahan tingkat kepuasan anggota KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon. Sisanya, yaitu 25,9%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif ini, secara nyata terbukti bahwa kualitas layanan aplikasi BMT Al-Bahjah Online menjadi faktor utama yang mendorong tingkat kepuasan anggota. Penilaian tentang kualitas layanan dan tingkat kepuasan yang berada di kategori sedang hingga tinggi menunjukkan bahwa atribut fungsional teknologi seperti kenyamanan, perlindungan data, kemudahan dalam melakukan transaksi 24 jam, desain visual yang indah, serta ketepatan sistem aplikasi berjalan dengan efektif di lapangan (Rahmawati & Fianto, 2020). Anggota merasa kebutuhan transaksional mereka terpenuhi dengan baik, sehingga mendorong keinginan mereka untuk melakukan transaksi lagi dan berminat merekomendasikan platform ini kepada orang-orang terdekat di lingkungan sosial mereka (Sulfila, 2023).

Koefisien pengaruh yang memiliki nilai positif kuat (1,370) dengan kontribusi determinasi mencapai 74,1% ini juga berhasil menghilangkan perbedaan hasil penelitian (research gap) yang sebelumnya ditemukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian ini menolak argumen empiris dari (Sari & Yandri, 2024) serta (Suhendri et al., 2025) yang menyatakan bahwa kualitas sistem aplikasi elektronik di lingkungan lembaga mikro syariah seperti BMT kurang berdampak signifikan atau justru memberikan dampak negatif akibat kendala teknis dan ketidakmampuan nasabah dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini justru memperkuat temuan teoretis dari perbankan komersial yang diungkapkan oleh (Akob & Sukarno, 2022), (Ahla, 2022), (Mallapiseng & Arfiansyah, 2024), bahwa kepuasan pengguna aplikasi keuangan syariah secara langsung berkorelasi dengan peningkatan kualitas layanan yang diberikan.

Keberhasilan platform digital BMT Al-Bahjah Online dalam membuat pengguna merasa puas sangat dipengaruhi oleh karakteristik demografi dari sampel penelitian tersebut. Berdasarkan data deskriptif, sebagian besar pengguna yang aktif terdiri dari kelompok usia produktif di 20–29 tahun

dengan pekerjaan utama sebagai karyawan perusahaan swasta. Kelompok responden ini termasuk generasi yang paham teknologi dan sering menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Mereka memiliki aktivitas harian yang cukup banyak dan sangat menghargai penggunaan waktu dengan lebih efisien. Karakteristik konsumen seperti ini lebih mengutamakan kemudahan dalam bertransaksi sendiri melalui smartphone kapan saja dan di mana saja, dibandingkan harus mengorbankan waktu kerja untuk antri secara biasa di kantor cabang BMT yang fisik. Pola perilaku ini membuat mereka sangat peka terhadap kinerja sistem digital, semakin kuat dan mudah digunakan aplikasinya, maka kepuasan mereka sebagai mitra BMT Al-Bahjah akan naik secara tajam.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mobile banking (X) di aplikasi BMT Al-Bahjah Online secara umum masuk dalam kategori baik. Atribut fungsional sistem digital yang mencakup aspek kenyamanan, perlindungan keamanan, kemudahan dalam mengakses, tampilan yang menarik, serta ketangguhan sistem aplikasi telah terbukti bekerja dengan baik di lapangan. Secara bersamaan, tingkat kepuasan para anggota (Y) sebagai pengguna aktif aplikasi BMT Al-Bahjah Online berada dalam kategori Sangat Puas. Persepsi positif ini terlihat dari tingkat kepuasan anggota terhadap layanan transaksi sehari-hari yang memenuhi harapan mereka, peningkatan keinginan untuk terus menggunakan layanan digital secara terus-menerus, serta kesiapan mereka merekomendasikan platform ini kepada orang-orang di sekitar mereka.

Selanjutnya, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan nyata antara kualitas layanan mobile banking terhadap tingkat kepuasan anggota di KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon. Hubungan ini berjalan satu arah, artinya semakin baik kualitas layanan digital yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan dalam melakukan transaksi. Melalui analisis koefisien determinasi (R^2), ditemukan bahwa variabel kualitas layanan aplikasi memberikan pengaruh sebesar 74,1% terhadap tingkat kepuasan anggota. Persentase yang besar ini menunjukkan bahwa aspek digitalisasi layanan yang baik menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan para pengguna saat bekerja sama dengan BMT Al-Bahjah Cirebon, sedangkan sisa variasi sebesar 25,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang praktis dan akademis diajukan. Bagi pihak manajemen KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon, dianjurkan untuk terus melakukan perawatan rutin terhadap sistem aplikasi agar mengurangi risiko gangguan teknis seperti server down atau error, serta meningkatkan perlindungan data keuangan anggota. Manajemen juga harus terus mengembangkan fitur transaksi di aplikasi BMT Al-Bahjah Online agar semakin beragam, lengkap, dan seimbang dengan fitur mobile banking dari bank-bank umum lainnya, demi memenuhi kebutuhan transaksi digital anggota yang semakin beragam dan kompleks. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas topik serupa, disarankan untuk memperluas cakupan pemodelan dengan menganalisis sisa persentase penjelasan sebesar 25,9% melalui penambahan variabel lain yang mungkin relevan, seperti persepsi kemudahan dalam akad syariah, tingkat kepercayaan, citra lembaga, serta tingkat loyalitas anggota.

DAFTAR PUSTAKA

Ahla, B. H. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank*

Syariah Indonesia di Kota Depok. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Kcu Daan Mogot. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 1060-269–283. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Alfitri, N., & Alfiah, S. (2025). Digitalisasi Layanan Keuangan Di BMT UGT Nusantara Capem Batu Urip Melalui Pengembangan Aplikasi Mobile. *Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 767–771.
- Khoiri, A., & Sulistyowati. (2023). Analisis Implementasi Transformasi Pelayanan Berbasis Digital Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (Studi Kasus BMT UGT Sidogiri). *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(2), 69–76. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1376>
- Khusna, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pt.Bank Rakyat Indonesia Syariah Kc Manado-Tendean)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
- Mallapiseng, A. F., & Arfiansyah, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 4(1), 73–86.
- Mustofa, N. A., & Ansori, M. (2024). Transformasi Pelayanan Kspps Bmt Mitramu Jepara Dengan Aplikasi Mitramu Mobile. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business p-ISSN:*, 4(4), 1535–1543.
- Rahmawati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). *Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. 7(6), 1118–1127. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127>
- 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), 2991–2923. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14801>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., ... Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (19th ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhendri, A., Ligery, F., & Setiawan, A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Customer Engagement terhadap Kepuasan Anggota BMT Artha Buana Metro. *Jurnal Tana Mana*, 6(1), 370–381. Retrieved from <https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/article/download/736/452/>
- Sulfila. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Kcp Barru*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.