

**PERAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN KECEPATAN PELAYANAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PADA LEMBAGA
PERKREDITAN DESA (LPD) KUTUH DI BADUNG – BALI**

TESIS

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S2
Program Studi Magister Manajemen



Disusun Oleh:

Nama : I Wayan Sukama
NIM : 20402400228

**PROGRAM MAGISTER (S2) MANJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN KECEPATAN
PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH
TABUNGAN PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) KUTUH DI
BADUNG – BALI**

Disusun

Oleh :

I Wayan Sukama

NIM : 20402400228

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 08 Agustus April 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Dr. Sri Wahyuni Ratnasari, S.E., M.Bus

NIK.210498040

Penguji I

Dr.Marno Nugroho.,SE,MM

NIK.210491025

Penguji II

Dr.Siti Sumiati,S.E.,M.Si

NIK.210492029

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk
memperoleh Gelar Magister Manajemen Tanggal, 08 Agustus 2025

Ketua Program Pascasarjana


Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E, M.Si

NIK.210491028

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

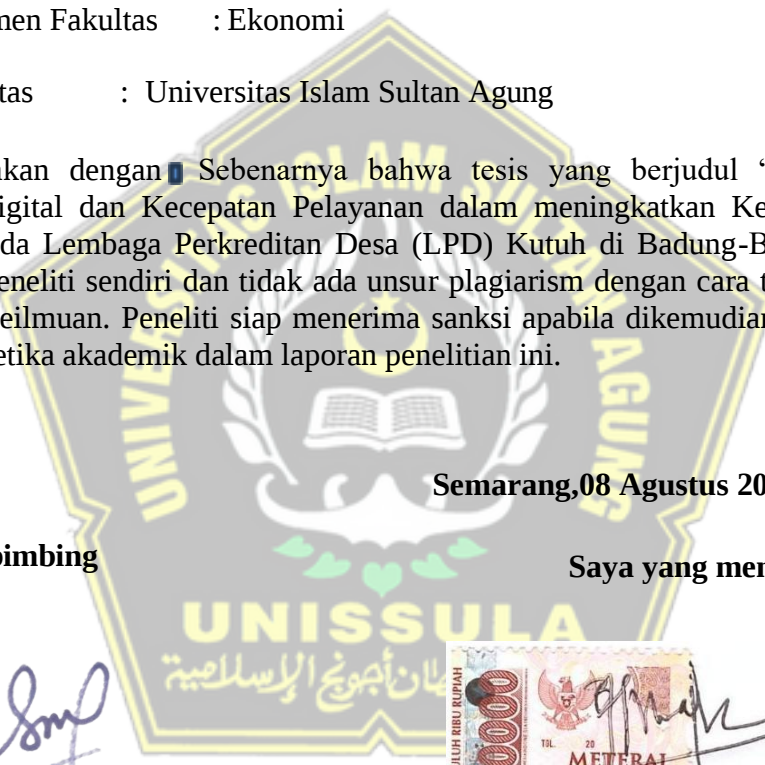
Nama : I Wayan Sukama

NIM : 20402400228

Program Studi : Magister

Manajemen Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan  Sebenarnya bahwa tesis yang berjudul “ Peran Literasi Keuangan Digital dan Kecepatan Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kutuh di Badung-Bali ” merupakan hasil karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam laporan penelitian ini.

Semarang, 08 Agustus 2025

Pembimbing

Saya yang menyatakan,



Dr. Sri Wahyuni Ratnasari, S.E.,
M.Bus(HRM) NIK.210498040

I Wayan Sukama
NIM 20402400228

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : I Wayan Sukama

NIM 20402400228

Program Studi : Magister

Manajemen Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tesis dengan judul:

PERAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN KECEPATAN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) KUTUH DI BADUNG – BALI. Menyetujui menjadi hak milik Universitas Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarism dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 08 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



I Wayan Sukama

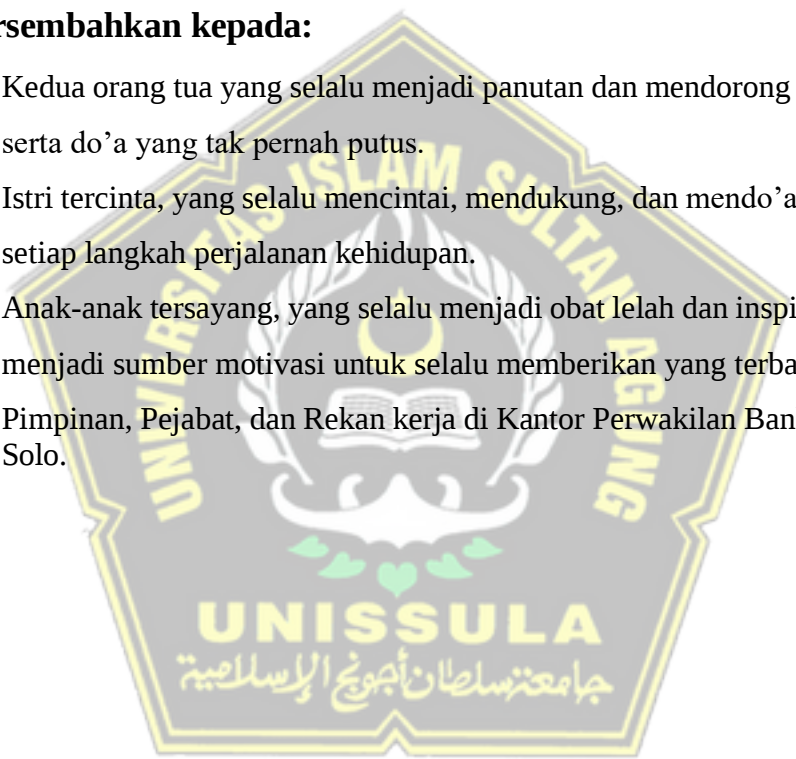
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Jangan pernah berhenti belajar, karena hidup tidak pernah berhenti mengajarkan.

Kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu menjadi panutan dan mendorong dengan cinta serta do'a yang tak pernah putus.
2. Istri tercinta, yang selalu mencintai, mendukung, dan mendo'akan dalam setiap langkah perjalanan kehidupan.
3. Anak-anak tersayang, yang selalu menjadi obat lelah dan inspirasi, serta menjadi sumber motivasi untuk selalu memberikan yang terbaik.
4. Pimpinan, Pejabat, dan Rekan kerja di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Solo.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan lancar. Tesis yang berjudul " Peran Literasi Keuangan Digital dan Kecepatan Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kutuh di Badung-Bali ", ini disusun sebagian syarat memperoleh gelar magister manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam proses penyelesaian tesis ini, penulis menyadari banyak tantangan yang dihadapi. Namun berkat do'a dan dukungan dari berbagai pihak, Puji syukur tesis ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak, di antaranya:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Prof. Dr. Ibnu Khajar, SE, M.Si., Ketua Program Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr. Sri Wahyuni Ratnasari, S.E., M.Bus(HRM) sebagai dosen pembimbing yang telah menyetujui dan meluangkan waktu dengan penuh kesabaran membimbing penulis dalam penulisan tesis ini.
4. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Kedua orang tua dan mertua yang selalu menjadi panutan dan mendorong dengan cinta serta do'a yang tak pernah putus.
6. Istri yang selalu mencintai, mendukung, dan mendo'akan dalam setiap langkah perjalanan kehidupan.
7. Anak-anak tersayang, yang selalu menjadi obat lelah dan inspirasi, serta menjadi sumber motivasi untuk selalu memberikan yang terbaik.
8. Teman-teman kelas 80 H yang sangat menginspirasi.

9. Pimpinan, Pejabat, dan Rekan kerja di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Solo yang telah memberikan partisipasinya dalam penulisan tesis ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas amal baik dari semua pihak yang telah penulis terima. Penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah referensi dalam bidang manajemen. Penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tesis ini.

Semarang, 08 Agustus

2025



I Wayan Sukama



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kutuh di Badung, Bali. Latar belakang penelitian ini didasari perkembangan teknologi keuangan digital yang meningkatkan efisiensi layanan, namun masih terkendala rendahnya literasi digital di kalangan nasabah.

Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 1.500 nasabah tabungan, dengan sampel 100 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin. Data primer diperoleh melalui kuesioner, sedangkan data sekunder dari literatur terkait. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Literasi keuangan digital berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah; (2) Literasi keuangan digital berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kecepatan layanan; (3) Persepsi kecepatan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan digital mendorong pemanfaatan layanan digital secara optimal, yang meningkatkan persepsi kecepatan layanan dan kepuasan menabung.

Kata kunci: Literasi Keuangan Digital, Kecepatan Pelayanan, Kepuasan Nasabah, LPD.

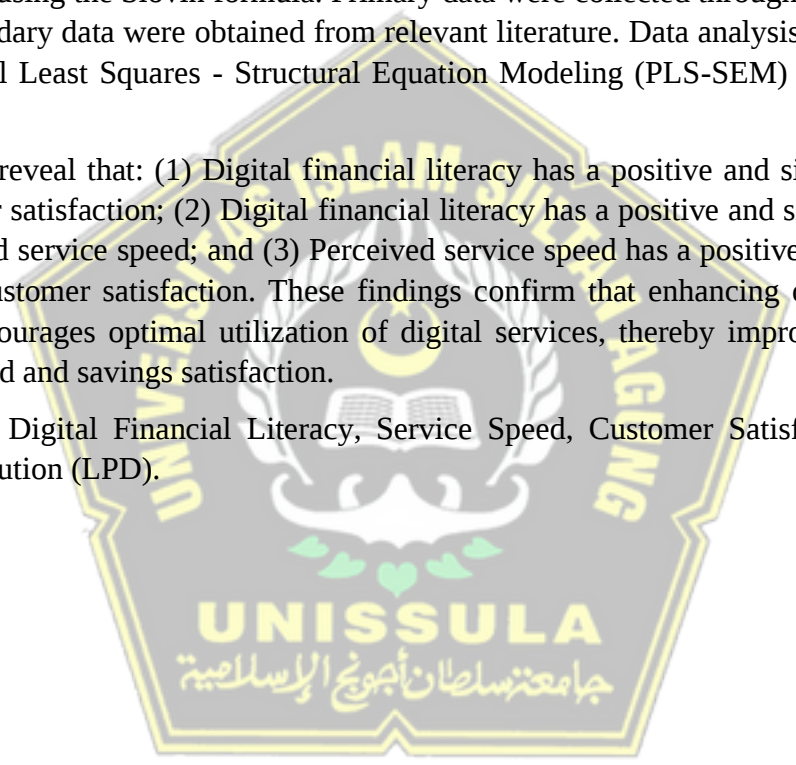
ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital financial literacy and service speed on savings customer satisfaction at the Village Credit Institution (LPD) of Kutuh in Badung, Bali. The background of this research is driven by the development of digital financial technology that enhances service efficiency, yet is hindered by the low level of digital literacy among customers.

The research method employed is explanatory research with a quantitative approach. The population consists of 1,500 savings customers, with a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula. Primary data were collected through questionnaires, while secondary data were obtained from relevant literature. Data analysis was conducted using Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0.

The results reveal that: (1) Digital financial literacy has a positive and significant effect on customer satisfaction; (2) Digital financial literacy has a positive and significant effect on perceived service speed; and (3) Perceived service speed has a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings confirm that enhancing digital financial literacy encourages optimal utilization of digital services, thereby improving perceived service speed and savings satisfaction.

Keywords: Digital Financial Literacy, Service Speed, Customer Satisfaction, Village Credit Institution (LPD).



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I	
PENDAHULUAN	
....1	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.4.1. Manfaat Teoritis	3
1.4.2. Manfaat Praktis.....	4
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model</i>	5
2.1.2. Kepuasan Pelanggan.....	5
2.1.3 Literas Keuangan Digita.....	8
2.1.4 Persepsi kecepatan pelayanan.....	13
2.2. Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital (LKD) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan (KNT)	17
2.2.2. Pengaruh Literasi Keuangan Digital (LKD) terhadap Persepsi kecepatan Layanan (PKL)	18
2.2.3. Pengaruh Persepsi Kecepatan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan.	1
9	
2.3. Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	22

3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Populasi dan Sampel	22
3.2.1. Populasi	22
3.2.2. Sampel	22
3.3. Sumber Data	23
3.3.1. Data Primer	23
3.3.2. Data Sekunder	23
3.4. Metode pengumpulan data	24
3.5. Definisi Operasional	24
3.6. Skala pengukuran	25
3.7. Metode Analisis Data	26
3.8. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	26
3.8.1. Validitas Konvergen	26
3.8.2. Validitas Diskriminan	27
3.8.3. Uji Reliabilitas	27
3.9. Pengujian Inner Model	28
3.9.1. Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.9.2. Goodness of Fit (GoF)	28
3.9.3. Ukuran Pengaruh f^2 (Effect Size)	28
3.9.4. Q-Square Predictive Relevance (Q ²)	28
3.9.5. Model Fit (NFI)	29
3.10. Pengujian Hipotesis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Responden	30
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	33
4.3 Analisis Data	38
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	51
BAB V PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2 Saran	57
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	58
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	24
Tabel Skala Pengukuran.	25
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Jenis Kelamin.	30
Tabel 4.2. Deskripsi erdasarkan Usia.	31
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....	31
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan pendapatan per bulan.....	32
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan lama menabung.....	32
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan intensitas menabung.	32
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Digital.....	33
Tabel 4.8 jawaban responden.....	33
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Literasi Keuangan Digital.	35
Tabel 4.10 Stastistik Deskritif Kecepatan Layanan.....	36
Tabel 4.11 Stastistik Deskritif Kepuasan nasabah menabung.....	37
Tabel 4.12. Nilai <i>Outer Loadings</i>	40
Tabel : 4.13 <i>Internal Consistency Reliability</i>	41
Tabel 4.14 <i>Fornell Larcker</i> (Nilai Korelasi).....	42
Tabel 4.15 Hasil Pemeriksaan Validitas Diskriminan.....	42
Tabel 4.16 <i>Heterotrait Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	43
Tabel 4.17. <i>Coefficient of Determination (R-square)</i>	44
Tabel 4.18. <i>Effect Size (F-square)</i>	45
Tabel 4.19. <i>Predictive Relevance (Q-square)</i>	47
Tabel 4.20. Hasil Uji Hipotesis.	49
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.	49



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Pengujian Model Pengukuran.....	38
Gambar 4.2 Hasil <i>Blindfolding</i>	46
Gambar 4.3 Pengujian Model Struktural.....	48



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan pada sektor keuangan, termasuk lembaga keuangan mikro seperti Lembaga Perkreditan Desa (LPD). Digitalisasi layanan keuangan memungkinkan peningkatan efisiensi operasional, memperluas akses masyarakat terhadap layanan perbankan, serta meningkatkan tingkat kepuasan nasabah melalui pengalaman transaksi yang lebih cepat dan praktis (Alifandi & Fasa, 2025) (Kumar et al., 2018). Namun, di tengah perkembangan pesat ini, masih terdapat tantangan yang harus dihadapi, terutama oleh lembaga keuangan berbasis komunitas seperti LPD Kutuh. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi keuangan digital di kalangan nasabah. Literasi keuangan digital yang minim dapat menghambat adopsi layanan berbasis teknologi serta menurunkan tingkat kepuasan nasabah terhadap kecepatan layanan yang diberikan (Zhu et al., 2020).

Sebagai lembaga keuangan berbasis komunitas adat, LPD Kutuh memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian masyarakat setempat. LPD menyediakan layanan keuangan bagi anggota komunitas yang mungkin tidak memiliki akses ke perbankan konvensional. Dengan meningkatnya adopsi teknologi dalam industri keuangan, LPD Kutuh telah berupaya menerapkan

berbagai inovasi digital untuk meningkatkan efisiensi layanan mereka. Beberapa inisiatif yang telah dilakukan termasuk pengenalan sistem perbankan digital, aplikasi *mobile banking*, serta peningkatan kualitas infrastruktur teknologi informasi. Namun, meskipun upaya ini telah dilakukan, pemanfaatan teknologi masih menghadapi berbagai kendala, terutama dari sisi nasabah yang belum sepenuhnya memahami atau memiliki keterampilan yang cukup dalam menggunakan layanan keuangan digital (Tiffani, 2023).

Menurut (Verhoef et al., 2021), literasi keuangan digital memainkan peran krusial dalam mendorong adopsi layanan keuangan berbasis teknologi. Individu yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang teknologi keuangan cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan layanan perbankan digital, sehingga meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan. Faktor lainnya, yaitu kecepatan layanan yang merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah di sektor keuangan. Nasabah menginginkan layanan yang responsif dan efisien, terutama dalam era digital saat ini, di mana transaksi dapat dilakukan dalam hitungan detik melalui aplikasi perbankan atau platform digital lainnya. Studi yang dilakukan oleh (Wang et al., 1999) menunjukkan bahwa pelanggan yang mendapatkan layanan dengan respons cepat lebih cenderung memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Dalam konteks perbankan digital, nasabah memiliki ekspektasi terhadap layanan yang dapat diakses dengan mudah, cepat, dan tanpa hambatan teknis yang berarti.

Sejumlah penelitian telah mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan keuangan digital, tetapi masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana literasi keuangan digital secara spesifik berdampak pada kepuasan nasabah, terutama dalam konteks kecepatan layanan di LPD berbasis komunitas adat. Studi oleh (Park et al., 2023) mengungkapkan bahwa peningkatan edukasi keuangan dapat meningkatkan adopsi teknologi keuangan, tetapi penelitian yang membahas dampaknya secara spesifik pada layanan keuangan mikro berbasis komunitas masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan kecepatan layanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di LPD Kutuh.

Terdapat fenomena yang menarik terkait peran LPD sebagai lembaga keuangan mikro berbasis komunitas adat. LPD Kutuh tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan keuangan, tetapi juga sebagai institusi yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat adat. Namun, di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat, LPD menghadapi dilema antara mempertahankan nilai-nilai tradisional yang menjadi landasan operasionalnya dan mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Hal ini menjadikan literasi keuangan digital sebagai aspek yang sangat penting dalam memastikan bahwa inovasi teknologi yang diterapkan oleh LPD dapat diterima dan dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat setempat.

Lebih lanjut, penelitian ini juga mempertimbangkan aspek regulasi yang mempengaruhi digitalisasi layanan keuangan di LPD. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan yang mendorong inklusi keuangan digital, termasuk bagi lembaga keuangan mikro. Namun, implementasi kebijakan ini di tingkat lokal masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait kesiapan infrastruktur dan sumber daya manusia. Dalam konteks LPD Kutuh, pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kebijakan ini dapat diterapkan secara efektif, khususnya terkait penguatan literasi keuangan digital menjadi bagian penting dari penelitian ini. Untuk itu proposal penelitian tesis ini diusulkan dengan judul: Peran Literasi Keuangan Digital dan Kecepatan Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan pada LPD Kutuh di Badung Bali.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah tabungan pada LPD Kutuh melalui literasi keuangan digital dan kecepatan layanan?” Selanjutnya dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan digital terhadap kepuasan nasabah tabungan di LPD Kutuh?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan digital terhadap kecepatan layanan pada nasabah tabungan di LPD Kutuh?

3. Bagaimana pengaruh kecepatan layanan terhadap kepuasan nasabah tabungan di LPD Kutuh?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap kepuasan nasabah tabungan di LPD Kutuh.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap kecepatan layanan pada nasabah tabungan di LPD Kutuh.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kecepatan layanan terhadap kepuasan nasabah tabungan di LPD Kutuh.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

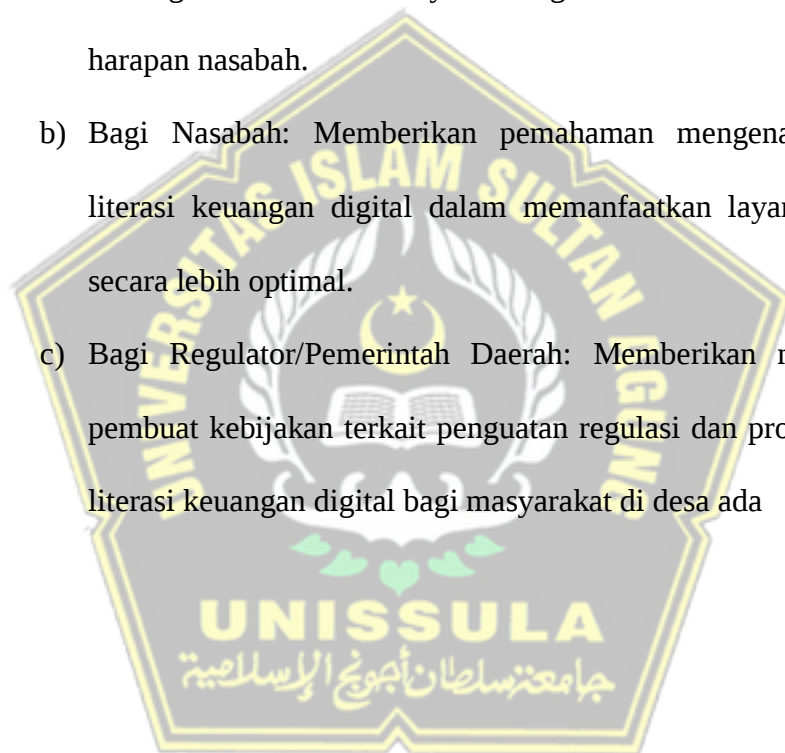
Menambah literatur akademik mengenai peran literasi keuangan digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah di lembaga keuangan mikro berbasis adat.

- a) Memberikan kontribusi empiris terkait peran kecepatan layanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di era digital.

- b) Mengembangkan model hubungan antara literasi keuangan digital, kecepatan layanan, dan kepuasan nasabah dalam konteks lembaga keuangan berbasis komunitas.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a) Bagi LPD Kutuh: Memberikan wawasan bagi pengelola LPD dalam meningkatkan kualitas layanan digital mereka untuk memenuhi harapan nasabah.
- b) Bagi Nasabah: Memberikan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan digital dalam memanfaatkan layanan keuangan secara lebih optimal.
- c) Bagi Regulator/Pemerintah Daerah: Memberikan masukan bagi pembuat kebijakan terkait penguatan regulasi dan program edukasi literasi keuangan digital bagi masyarakat di desa ada



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

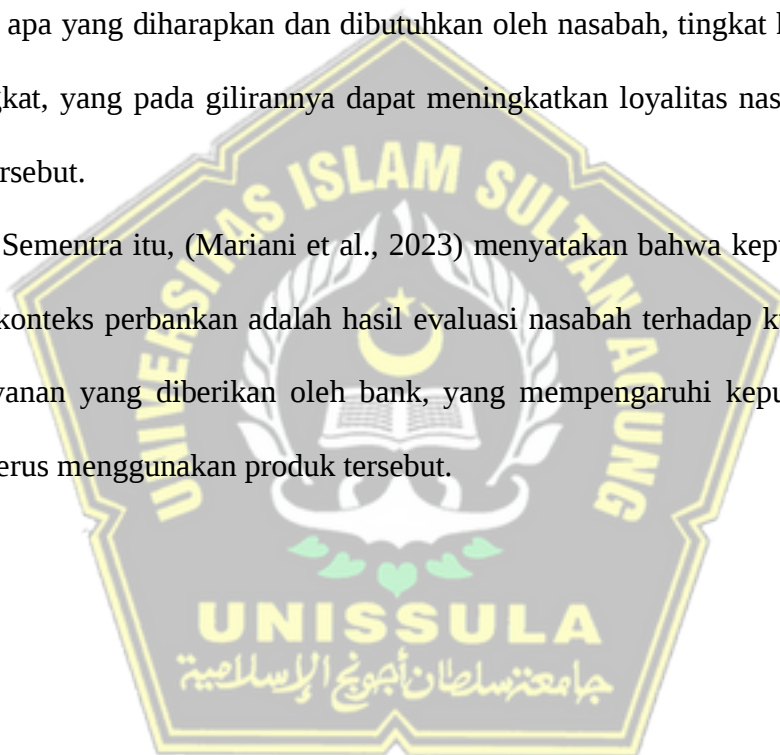
Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi berdasarkan dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)* (Eka Ramadani et al., 2023). PU menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja mereka, sedangkan PEOU menunjukkan seberapa mudah teknologi tersebut digunakan. Dalam konteks literasi keuangan digital, TAM dapat digunakan untuk memahami bagaimana pemahaman nasabah terhadap layanan digital dan kecepatan pelayanan mempengaruhi kepuasan mereka dalam menabung di LPD Kutuh. Literasi keuangan digital berperan dalam meningkatkan pemahaman nasabah terhadap layanan keuangan berbasis teknologi. Jika nasabah merasa layanan digital mudah digunakan (PEOU) dan memberikan manfaat yang nyata seperti transaksi lebih cepat dan efisien (PU), mereka akan lebih cenderung menggunakannya.

2.1.2. Kepuasan Pelanggan (Nasabah)

Kepuasan pelanggan adalah konsep yang mencerminkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kusuma

(2021) mendefinisikan kepuasan nasabah tabungan sebagai tingkat kepuasan nasabah terhadap produk tabungan yang ditawarkan oleh bank, yang mencerminkan sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Kepuasan nasabah tidak hanya bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga pada kemampuan produk tersebut dalam memenuhi ekspektasi dan kebutuhan spesifik nasabah. Ketika produk tabungan sesuai dengan apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh nasabah, tingkat kepuasan akan meningkat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut.

Sementara itu, (Mariani et al., 2023) menyatakan bahwa kepuasan nasabah dalam konteks perbankan adalah hasil evaluasi nasabah terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh bank, yang mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan produk tersebut.



Kepuasan nasabah dipandang sebagai hasil dari proses evaluasi di mana nasabah menilai sejauh mana produk dan layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka. Jika nasabah merasa bahwa kualitas produk dan layanan memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka cenderung merasa puas dan kemungkinan besar akan melanjutkan penggunaan produk tersebut. Sebaliknya, jika produk dan layanan tidak memenuhi harapan, tingkat kepuasan akan menurun, yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk mencari alternatif lain

Definisi kepuasan nasabah tabungan lainnya disampaikan oleh (Febriani, 2023) sebagai perasaan puas yang timbul setelah nasabah menggunakan produk tabungan, yang dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan yang diterima. Definisi ini menyoroti aspek emosional kepuasan nasabah, di mana perasaan puas muncul sebagai respons terhadap pengalaman positif dalam menggunakan produk tabungan. Kualitas produk dan layanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang pada akhirnya menghasilkan perasaan puas. Perasaan puas ini penting karena dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mendorong mereka untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Secara keseluruhan, ketiga definisi tersebut menekankan bahwa kepuasan nasabah menabung adalah sejauh mana produk dan layanan memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, serta kualitas pengalaman yang dirasakan selama menggunakan produk tersebut.

(Amalia Herwindhani, 2021) menekankan pentingnya dimensi pelayanan serta kepercayaan dan reputasi lembaga dalam menentukan tingkat kepuasan

nasabah. Indikator yang mereka gunakan mencakup efektivitas interaksi pelayanan, kemudahan akses dan efisiensi prosedur transaksi, serta tingkat keamanan dan transparansi yang mendukung kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang efektif serta reputasi yang baik sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Sementara itu, penelitian (Santosa et al., 2019) mengoperasionalkan pengukuran kepuasan nasabah melalui tiga dimensi, yaitu kualitas produk, promosi, dan kepercayaan. Indikator pada dimensi kualitas produk mencakup kesesuaian dan keandalan produk dalam memenuhi kebutuhan nasabah, sedangkan indikator promosi berfokus pada efektivitas komunikasi informasi dan daya tarik pesan promosi yang disampaikan. Dimensi kepercayaan diukur melalui tingkat transparansi dan integritas lembaga dalam mengelola transaksi serta keamanan dana nasabah. Ketiga penelitian tersebut saling melengkapi dengan menekankan bahwa kepuasan nasabah merupakan hasil evaluasi multidimensi yang mencakup aspek teknis produk dan layanan, serta interaksi emosional yang berperan penting dalam membangun loyalitas nasabah.

Beberapa indikator utama kepuasan nasabah menabung berdasarkan penelitian terdahulu, (Siti Humairoh, 2024). meliputi:

1) Kesesuaian Produk Tabungan dengan Kebutuhan Nasabah.

Indikator ini menilai sejauh mana produk tabungan yang ditawarkan oleh bank sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan harapan nasabah. Aspek-aspek yang diperhatikan meliputi

fitur-fitur produk yang relevan, fleksibilitas dalam penarikan atau penyetoran, serta manfaat tambahan yang ditawarkan.

- 2) Kemudahan Akses dan Penggunaan Layanan Tabungan. Tingkat kemudahan yang dirasakan nasabah dalam mengakses dan menggunakan layanan tabungan menjadi indikator penting kepuasan nasabah. Hal ini dapat mencakup kemudahan dalam proses transaksi, ketersediaan layanan perbankan digital, antarmuka yang ramah pengguna, serta ketersediaan ATM dan cabang bank yang strategis.
- 3) Keamanan dan Kepercayaan terhadap Layanan Tabungan. Persepsi nasabah terhadap keamanan dana yang disimpan dan kepercayaan terhadap integritas serta reputasi bank merupakan indikator penting dalam kepuasan nasabah. Aspek ini mencakup perlindungan terhadap penipuan, transparansi informasi, serta kepatuhan bank terhadap regulasi yang berlaku.
- 4) Kepuasan terhadap Suku Bunga dan Biaya Administrasi. Nasabah akan merasa puas jika suku bunga yang diberikan kompetitif dan biaya administrasi dianggap wajar serta sebanding dengan layanan yang diterima. Ketidakpuasan terhadap suku bunga dan biaya administrasi dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank tersebut atau beralih ke bank lain yang menawarkan kondisi yang lebih menguntungkan.

Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah menabung didefinisikan sebagai tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan tabungan yang diberikan oleh lembaga keuangan berdasarkan ekspektasi dan pengalaman mereka. Definisi ini mencerminkan sejauh mana harapan dan kebutuhan nasabah terpenuhi. Sedangkan untuk mengukur kepuasan nasabah menabung, digunakan beberapa indikator utama yang mencakup:

1) Kesesuaian Produk Tabungan dengan Kebutuhan Nasabah:

Indikator ini menilai sejauh mana produk tabungan yang ditawarkan oleh bank sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan harapan nasabah.

2) Kemudahan Akses dan Penggunaan Layanan Tabungan: Indikator ini mengukur tingkat kepuasan nasabah terkait kemudahan yang dirasakan dalam mengakses dan menggunakan layanan tabungan.

3) Keamanan dan Kepercayaan terhadap Layanan Tabungan: Indikator ini mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap keamanan dana yang disimpan dan kepercayaan terhadap integritas serta reputasi bank.

4) Kepuasan terhadap Suku Bunga dan Biaya Administrasi: Indikator ini menilai kepuasan nasabah terhadap suku bunga yang ditawarkan serta biaya administrasi yang dikenakan.

5) Kepuasan terhadap kemudahan Transaksi menabung: Indikator ini menilai sejauh mana nasabah merasa puas dengan kemudahan proses transaksi menabung.

2.1.3. Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital merujuk pada kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan mengelola layanan serta produk keuangan melalui platform digital secara efektif dan aman (Widjaya & Fasa, 2024). Kemampuan ini mencakup pengetahuan tentang perbankan online, dompet digital (*e-wallet*), investasi *online*, serta transaksi *e-commerce*. Selain itu, literasi keuangan digital juga melibatkan pemahaman mengenai keamanan finansial digital dan perlindungan data pribadi untuk menghindari penipuan atau risiko lainnya.

Dalam konteks Indonesia, literasi keuangan digital menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi dan transformasi digital di sektor keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial masyarakat.

Dengan demikian, literasi keuangan digital dapat dipahami sebagai kemampuan untuk menggunakan layanan keuangan melalui teknologi digital dengan aman dan efisien. Manfaat literasi keuangan digital sangat signifikan dalam kehidupan sehari-hari, Motiara, I., & Suciptaningsih, O. A. (2024) . Pertama, literasi ini mempermudah akses terhadap layanan keuangan tanpa perlu hadir secara fisik di kantor bank atau lembaga

keuangan lainnya. Misalnya, dengan pemahaman yang baik tentang *mobile banking* atau *e-wallet*, individu dapat melakukan transaksi finansial kapan saja dan di mana saja. Kedua, literasi keuangan digital mendorong inklusi keuangan dengan memungkinkan masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau oleh layanan perbankan tradisional untuk mengakses produk dan layanan keuangan melalui platform digital. Selain itu, literasi keuangan digital juga meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi. Dengan memahami cara kerja aplikasi perencanaan keuangan atau platform investasi online, seseorang dapat merencanakan dan mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif. Literasi keuangan digital tidak hanya tentang kemampuan teknis, tetapi juga mencakup pemahaman tentang risiko yang terkait dengan transaksi digital. Kesadaran akan keamanan data pribadi dan kewaspadaan terhadap potensi penipuan online menjadi aspek krusial dalam literasi ini.

(Atika et al., 2023) mendefinisikan literasi keuangan digital sebagai kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan mengakses informasi keuangan melalui teknologi digital. Literasi keuangan digital tidak hanya mencakup pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital, tetapi juga keterampilan dalam menggunakan perangkat digital, aplikasi, dan berkomunikasi secara online. Sedangkan, (Anggraini, 2024) memberikan definisi literasi keuangan digital sebagai kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan mengaplikasikan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan pribadi

dan pengambilan keputusan finansial. Definisi ini menekankan bahwa literasi keuangan digital mencakup pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan yang ditawarkan secara digital, pemahaman atas risiko keamanan siber, serta keterampilan dalam menggunakan platform digital untuk transaksi keuangan. Dengan demikian, individu yang memiliki literasi keuangan digital tidak hanya memahami aspek teknis penggunaan teknologi, tetapi juga mampu menilai manfaat dan risiko yang terkait, sehingga dapat mengoptimalkan pengelolaan keuangan di era digital.

Sementara itu, (Puspitasari, 2024) mendefinisikan literasi keuangan digital sebagai serangkaian keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu mengakses, memahami, dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara efektif. Menurut mereka, aspek penting dari definisi ini meliputi kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dalam transaksi keuangan, pengetahuan tentang fitur-fitur layanan keuangan modern, serta kesadaran terhadap aspek keamanan dan privasi data. Pendekatan ini menyoroti peran literasi keuangan digital dalam mendukung inklusi keuangan, dimana peningkatan akses dan pemahaman akan layanan digital dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi individu. Lebih lanjut, (Puspitasari, 2024) menambahkan bahwa literasi keuangan digital mencakup integrasi antara pemahaman teknologi digital dan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan. Mereka menyatakan bahwa individu yang melek keuangan digital tidak hanya mampu menggunakan aplikasi dan platform keuangan, tetapi juga memiliki

kemampuan untuk menilai efektivitas, keamanan, serta risiko yang terkait dengan penggunaan layanan tersebut. Dengan demikian, literasi keuangan digital menurut (Puspitasari, 2024) Lee da menekankan pentingnya kemampuan analisis dan evaluasi informasi keuangan digital yang mendalam, yang memberdayakan individu untuk membuat keputusan finansial yang cerdas dan aman dalam lingkungan keuangan yang dinamis

Literasi keuangan digital dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital individu, (Salsabila & Amri, 2025).:

- 1). Tingkat Pendidikan. Pendidikan formal memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan digital. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan analitis yang lebih baik, memudahkan mereka dalam memahami konsep-konsep keuangan dan teknologi digital. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berkontribusi signifikan terhadap literasi keuangan digital, di mana individu dengan pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan literasi yang lebih baik.
- 2). Tingkat Pendapatan pendapatan seseorang mempengaruhi akses dan kemampuan dalam menggunakan layanan keuangan digital. Individu dengan pendapatan lebih tinggi biasanya

memiliki akses lebih luas ke teknologi dan layanan keuangan, serta memiliki kesempatan untuk mendapatkan edukasi dan pelatihan tentang keuangan digital. Sebaliknya, individu dengan pendapatan lebih rendah mungkin menghadapi kendala dalam mengakses pendidikan keuangan berkualitas karena keterbatasan sumber daya finansial.

3). Pengalaman dan Keterampilan Teknologi kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital sangat mempengaruhi literasi keuangan digital mereka. Individu yang terbiasa dan terampil dalam menggunakan perangkat digital cenderung lebih mudah mengadopsi layanan keuangan digital. Generasi yang lebih muda, seperti Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, umumnya memiliki literasi teknologi yang lebih tinggi, yang dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital mereka.

4). Usia juga merupakan faktor yang mempengaruhi literasi keuangan digital. Generasi yang lebih muda, seperti Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, umumnya lebih melek teknologi dan terbiasa dengan internet, sehingga lebih mudah mengakses informasi dan menggunakan produk keuangan digital. Hal ini meningkatkan paparan mereka

terhadap edukasi dan layanan keuangan digital, yang berakibat pada literasi keuangan digital yang lebih tinggi.

5). Jenis Kelamin beberapa penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat mempengaruhi literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, faktor-faktor seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat literasi keuangan.

6). Sosialisasi dan Lingkungan lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman, dan komunitas, dapat mempengaruhi literasi keuangan digital seseorang. Individu yang berada dalam lingkungan yang mendukung penggunaan teknologi dan layanan keuangan digital cenderung lebih terpapar dan terdorong untuk meningkatkan literasi keuangan digital mereka.

Literasi keuangan digital mencakup berbagai dimensi dan indikator yang telah diidentifikasi oleh para peneliti terdahulu. Dimensi Literasi Keuangan Digital menurut (Alysa et al., 2023), meliputi :

- a) **Pemahaman tentang Produk dan Layanan Keuangan Digital:** Dimensi ini mengukur sejauh mana individu memahami berbagai produk dan layanan keuangan yang tersedia secara digital, seperti pembayaran elektronik, manajemen aset online, pembiayaan alternatif, dan asuransi berbasis internet.

- b) Kesadaran akan Risiko Keuangan Digital: Dimensi ini menilai tingkat kesadaran individu terhadap berbagai risiko yang terkait dengan penggunaan layanan keuangan digital, termasuk penipuan online, pencurian identitas, dan kerentanan data pribadi.
- c) Pengetahuan tentang Pengendalian Risiko Keuangan Digital: Dimensi ini mencakup pemahaman individu tentang cara mengelola dan memitigasi risiko yang mungkin timbul saat menggunakan layanan keuangan digital, seperti penggunaan autentikasi dua faktor dan praktik keamanan siber lainnya.
- d) Pengetahuan tentang Hak Konsumen dan Prosedur Ganti Rugi: Dimensi ini mengevaluasi sejauh mana individu mengetahui hak-hak mereka sebagai konsumen layanan keuangan digital dan prosedur yang harus diikuti jika terjadi masalah atau kerugian.

Sedangkan Indikator Literasi Keuangan Digital menurut (Aghitsni & Busyra, 2022):

- a) Pengetahuan (*Knowledge*): Indikator ini mengukur pemahaman individu tentang berbagai produk dan layanan keuangan digital, termasuk fitur, manfaat, dan cara kerjanya.
- b) Pengalaman (*Experiences*): Indikator ini menilai sejauh mana individu telah menggunakan layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari mereka, yang mencerminkan tingkat familiaritas dan kenyamanan mereka dengan teknologi tersebut.

- c) Keterampilan (Skills): Indikator ini mengevaluasi kemampuan teknis individu dalam mengoperasikan aplikasi atau platform keuangan digital, termasuk kemampuan untuk melakukan transaksi, memantau akun, dan menggunakan fitur-fitur lain secara efektif.
- d) Kesadaran (*Awareness*): Indikator ini menilai tingkat kesadaran individu terhadap risiko dan keamanan dalam transaksi digital, seperti pengetahuan tentang praktik keamanan yang baik dan kewaspadaan terhadap potensi ancaman siber.

Dalam penelitian ini, Literasi Keuangan Digital didefinisikan sebagai tingkat pemahaman, kemampuan, dan kesadaran individu dalam menggunakan serta mengelola produk dan layanan keuangan berbasis digital secara efektif dan aman. Definisi ini mencakup beberapa indikator utama yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya, seperti yang disampaikan oleh (Aghitsni & Busyra, 2022).

- 1) Pemahaman tentang Produk dan Layanan Keuangan Digital:
 - a) Mengukur sejauh mana individu memahami berbagai produk dan layanan keuangan digital, termasuk fitur, manfaat, dan cara kerjanya.
 - b) Indikator ini mencerminkan aspek Pengetahuan (Knowledge) yang diidentifikasi oleh (Aghitsni & Busyra, 2022).
- 2) Kemampuan Menggunakan Aplikasi Keuangan Digital (seperti mobile banking, e-wallet, dll.):

- a) Menilai kemampuan teknis individu dalam mengoperasikan aplikasi atau platform keuangan digital untuk melakukan transaksi, memantau akun, dan menggunakan fitur lainnya.
 - b) Indikator ini berkaitan dengan Keterampilan (Skills) yang disebutkan oleh (Aghitsni & Busyra, 2022).
- 3) Kesadaran akan Risiko dan Keamanan Transaksi Digital:
- a) Mengukur tingkat kesadaran individu terhadap risiko yang terkait dengan penggunaan layanan keuangan digital, seperti penipuan online dan pencurian identitas, serta pemahaman tentang praktik keamanan yang baik.
 - b) Indikator ini sesuai dengan Kesadaran (Awareness) yang diidentifikasi oleh (Aghitsni & Busyra, 2022) dan Pemahaman Risiko yang disebutkan oleh (Morgan et al., 2019).
- 4) Kemampuan Mengelola Keuangan:
- a) Menilai kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi menggunakan alat dan layanan digital, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan utang, dan investasi.
 - b) Indikator ini mencerminkan aspek Pengalaman (Experiences) yang diidentifikasi oleh (Aghitsni & Busyra, 2022).
- 5) Pengambilan Keputusan keuangan berbasis informasi digital

2.1.3. Persepsi Kecepatan Pelayanan

Persepsi Kecepatan Pelayanan merupakan penilaian subjektif pelanggan terhadap seberapa cepat dan efisien layanan yang mereka terima dari suatu

penyedia jasa. Aspek ini menjadi krusial dalam menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. (Ilham, 2023) menyatakan bahwa persepsi kecepatan pelayanan adalah penilaian subjektif pelanggan terhadap ketepatan waktu dan kecepatan penyelesaian setiap tahap dalam proses layanan, mulai dari penerimaan permintaan hingga transaksi selesai. Sementara itu, (Nugroho & Mutiaraningrum, 2020) menekankan bahwa persepsi kecepatan pelayanan merupakan evaluasi atas efisiensi operasional yang terlihat dari waktu respon yang cepat dan proses transaksi yang ramping, yang secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

(Azam et al., 2025) mengemukakan bahwa persepsi kecepatan pelayanan adalah penilaian holistik yang mencerminkan kecepatan interaksi dan penyelesaian layanan secara menyeluruh, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan bagi pelanggan. Di sisi lain, (Lestari, 2024) mendefinisikannya sebagai kemampuan penyedia layanan untuk memberikan respon cepat dan penanganan efektif terhadap keluhan serta permintaan nasabah, yang pada akhirnya membentuk citra positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. (Nu'man, 2023) menambahkan bahwa persepsi kecepatan pelayanan mencakup kombinasi antara waktu tunggu yang singkat, kecepatan proses layanan, dan responsivitas proaktif dalam menangani permintaan nasabah, sehingga secara keseluruhan membentuk evaluasi atas kualitas layanan yang diberikan. Kelima definisi ini menunjukkan bahwa persepsi kecepatan pelayanan merupakan konstruk multidimensi yang melibatkan aspek waktu, efisiensi, dan responsivitas, yang secara bersama-sama menentukan

pengalaman dan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Secara keseluruhan, kecepatan layanan adalah faktor krusial yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penyedia layanan yang mampu memberikan layanan dengan cepat dan efisien cenderung memiliki pelanggan yang lebih puas dan loyal.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Persepsi Kecepatan Pelayanan Wicaksana, A. I. (2025, diantaranya:

- 1) Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi bagaimana pelanggan menilai kecepatan layanan yang mereka terima. Beberapa dimensi dalam kualitas pelayanan yang berkaitan dengan persepsi kecepatan layanan meliputi:
 - a. Keandalan (*Reliability*): Keandalan mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten, akurat, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Jika suatu layanan dapat diselesaikan tepat waktu tanpa kesalahan atau kendala yang menghambat, pelanggan akan menilai kecepatan layanan sebagai sesuatu yang optimal.
 - b. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Daya tanggap mencerminkan kesediaan dan kecepatan penyedia layanan dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan. Karyawan yang sigap dalam menangani transaksi atau pertanyaan pelanggan akan meningkatkan persepsi bahwa layanan diberikan dengan cepat dan efisien.

c. Kepercayaan (*Assurance*): Kepercayaan dalam pelayanan mencakup kompetensi dan sikap profesional petugas layanan. Jika pelanggan merasa yakin bahwa petugas memiliki keterampilan dan pemahaman yang baik terhadap layanan yang diberikan, mereka cenderung merasakan proses pelayanan berjalan lebih lancar dan cepat.

2) Penggunaan Teknologi. Di era digital, teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan kecepatan layanan. Pemanfaatan teknologi informasi dan alat bantu (IT tools) oleh petugas layanan dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan dan mempercepat proses operasional. Beberapa contoh penggunaan teknologi dalam pelayanan meliputi:

3) Sistem Manajemen Antrian. Teknologi ini membantu mengatur antrian pelanggan secara otomatis, sehingga meminimalkan waktu tunggu dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap kecepatan layanan.

a. Otomatisasi Proses Layanan: Penggunaan mesin layanan mandiri, chatbot, atau aplikasi mobile banking memungkinkan pelanggan untuk menyelesaikan transaksi mereka sendiri tanpa harus bergantung sepenuhnya pada petugas layanan. Hal ini dapat mengurangi kepadatan di lokasi layanan dan mempercepat proses transaksi.

b. Integrasi Sistem Digital: Sistem yang terintegrasi memungkinkan informasi pelanggan dan data transaksi dapat diakses dengan cepat oleh petugas, sehingga mempercepat penyelesaian layanan tanpa perlu proses manual yang berbelit-belit.

Persepsi kecepatan pelayanan di era digital dibentuk oleh berbagai dimensi yang saling melengkapi. (Wibowo & Yuliana, 2020) menemukan bahwa dalam konteks ritel, persepsi kecepatan pelayanan terdiri dari dua dimensi utama, yaitu waktu tunggu yang mencakup lamanya waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk mendapatkan layanan dan durasi proses transaksi serta kecepatan respon yang diukur dari kemampuan petugas dalam menjawab pertanyaan secara cepat. Sementara itu, (K. Pramudito et al., 2023) dalam studi perbankan digital mengidentifikasi tiga dimensi penting, yakni waktu proses internal, keandalan sistem digital, dan responsivitas interaktif, yang secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional dan mempengaruhi kepuasan nasabah. Ditambah lagi, (Aulia Sari et al., 2025) mengemukakan bahwa di lingkungan layanan publik digital, ketepatan waktu layanan, kesinambungan proses, dan efektivitas komunikasi digital yang mencakup kecepatan informasi yang disampaikan dan kemampuan menyelesaikan masalah merupakan indikator utama yang mendukung persepsi kecepatan pelayanan secara keseluruhan. Ketiga studi ini bersama-sama menekankan bahwa aspek waktu, efisiensi proses, dan responsivitas komunikasi merupakan pilar penting dalam membentuk persepsi kecepatan pelayanan yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Persepsi Kecepatan Pelayanan merujuk pada bagaimana nasabah menilai kecepatan layanan yang diberikan oleh petugas dalam berbagai aspek transaksi perbankan, seperti setoran, penarikan, transfer, serta konsultasi keuangan. Dalam penelitian ini, Persepsi Kecepatan Pelayanan diukur berdasarkan pengalaman

subjektif nasabah terkait kecepatan penyelesaian layanan di LPD Kutuh, baik melalui interaksi langsung dengan petugas maupun melalui layanan digital yang tersedia. Persepsi kecepatan layanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai penilaian nasabah terhadap efisiensi waktu yang dibutuhkan dalam seluruh proses pelayanan keuangan, mulai dari transaksi hingga penyelesaian keluhan, yang juga mencakup ketersediaan dan kemudahan akses layanan digital.

Berdasarkan karakteristik LPD Kutuh dan penelitian terkait, indikator Persepsi Kecepatan Pelayanan yang akan digunakan dalam penelitian ini mencakup:

- a) Waktu Tunggu Nasabah (*Waiting Time*) lama waktu tunggu sebelum nasabah mendapatkan pelayanan langsung di LPD.
- b) Kecepatan Respon Petugas (*Response Speed of Staff*). Kesigapan petugas dalam menanggapi pertanyaan atau kebutuhan nasabah, baik secara langsung maupun melalui komunikasi digital (WhatsApp, telepon, atau media lainnya).
- c) Efisiensi Proses Transaksi (*Transaction Process Efficiency*). Kelancaran dan kemudahan proses transaksi tanpa hambatan administratif yang berlebihan. Konsistensi layanan dalam menyelesaikan transaksi dalam waktu yang wajar.
- d) Pemanfaatan Teknologi dalam Pelayanan (*Technology Utilization in Service*). Persepsi nasabah terhadap peran teknologi dalam mempercepat transaksi dan layanan di LPD Kutuh.

Indikator pertama, kecepatan dalam proses transaksi, mengukur seberapa cepat nasabah dapat menyelesaikan transaksi keuangan, mulai dari inisiasi hingga konfirmasi penyelesaian, dimana penelitian (Destania & Puspitasari, 2021)

menemukan bahwa transaksi yang diproses dengan cepat meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan. Indikator kedua, kecepatan respons layanan pelanggan, mengacu pada waktu yang diperlukan bagi customer service untuk merespons pertanyaan dan keluhan nasabah; (Fitri & Fitri, 2024) menunjukkan bahwa respons yang cepat dari layanan pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan persepsi positif terhadap layanan. Selanjutnya, indikator ketiga, efisiensi waktu dalam penyelesaian keluhan, menilai lamanya waktu yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan nasabah secara menyeluruh, dengan (Fitri & Fitri, 2024) melaporkan bahwa penyelesaian keluhan yang cepat berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah. Indikator keempat, ketersediaan layanan digital, mengevaluasi sejauh mana lembaga keuangan menyediakan kanal digital seperti aplikasi mobile, website, dan layanan self-service yang memungkinkan nasabah mengakses layanan kapan saja, sebagaimana dijelaskan oleh (Putri & Herman, 2022). Terakhir, indikator kelima, kemudahan akses layanan keuangan, mengukur tingkat kemudahan navigasi dan penggunaan platform digital untuk melakukan transaksi, dimana (Lestari, 2024) menekankan bahwa antar muka yang user-friendly serta ketersediaan layanan tanpa batasan geografis sangat mempengaruhi persepsi kecepatan layanan secara keseluruhan

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Digital (LKD) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan (KNT)

Literasi Keuangan Digital (LKD) adalah kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan mengelola layanan keuangan berbasis digital secara efektif dan efisien. Ini mencakup pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital, keamanan transaksi online, serta kemampuan menggunakan teknologi digital untuk kebutuhan finansial. Kepuasan Nasabah Tabungan (KNT) merujuk pada tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan tabungan yang diberikan oleh institusi keuangan, yang mencakup aspek seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan, dan kualitas layanan. Secara logis, nasabah dengan tingkat literasi keuangan digital yang tinggi cenderung lebih puas dengan layanan tabungan mereka. Hal ini disebabkan oleh kemampuan mereka dalam memanfaatkan fitur-fitur digital yang ditawarkan oleh bank, seperti mobile banking atau internet banking, yang mempermudah dan mempercepat transaksi finansial. Selain itu, pemahaman yang baik tentang keamanan digital dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka.

Penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan digital dan kepuasan nasabah. (Yulianingsih et al., 2023) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank di Kota Palembang, Indonesia, yang menggunakan layanan e-banking untuk transaksi keuangan mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa nasabah dengan tingkat literasi digital yang lebih tinggi cenderung lebih aktif dalam menggunakan layanan perbankan digital seperti e-banking. Kemampuan dalam memahami dan mengoperasikan layanan digital ini

memberikan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga berdampak positif pada kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan yang mereka gunakan. Selain itu, penelitian (Rizal et al., n.d.) serta Aji et al. (2020) juga memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa literasi keuangan digital mampu meningkatkan perilaku keuangan yang bijak dan rasa puas nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Sementara itu, Susanto et al. (2020) menambahkan bahwa digitalisasi layanan keuangan turut mendorong niat dan intensitas penggunaan e-banking secara signifikan melalui persepsi kemudahan dan kepercayaan pengguna terhadap sistem digital.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan. Sejalan dengan penelitian terdahulu, hipotesis pertama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1: Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan.

2.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Digital (LKD) terhadap Persepsi kecepatan Layanan (PKL)

Literasi Keuangan Digital (LKD) merujuk pada kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan informasi keuangan melalui platform digital untuk membuat keputusan keuangan yang efektif. Pemahaman yang baik tentang layanan keuangan digital memungkinkan nasabah untuk mengakses dan

memanfaatkan berbagai fitur perbankan elektronik dengan lebih efisien, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kecepatan layanan yang diberikan oleh bank.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital (LKD) terhadap Persepsi Kecepatan Layanan (PKL). Menurut (Sharfina, 2023) nasabah dengan tingkat literasi keuangan digital yang tinggi cenderung lebih mahir dalam menggunakan layanan perbankan digital, seperti mobile banking atau internet banking. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi secara mandiri tanpa harus mengunjungi kantor cabang, sehingga mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi. Akibatnya, nasabah tersebut mungkin memiliki persepsi bahwa layanan perbankan yang mereka terima lebih cepat dibandingkan dengan nasabah yang kurang familiar dengan teknologi digital.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital memainkan peran penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap kecepatan layanan perbankan. Pemahaman yang baik tentang teknologi keuangan tidak hanya mempermudah akses terhadap layanan digital, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam penggunaan layanan tersebut, yang pada akhirnya memperkuat persepsi positif terhadap kecepatan layanan perbankan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis kedua dalam penelitian ini diusulkan sebagai berikut:

Hipotesis 2: Literasi Keuangan Digital (LKD) berpengaruh positif terhadap Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)

2.2.3 Pengaruh Persepsi Kecepatan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan.

Persepsi Kecepatan Layanan (PKL) mengacu pada pandangan atau penilaian nasabah terhadap seberapa cepat layanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi kebutuhan transaksi mereka. Kecepatan layanan yang tinggi sering kali dianggap sebagai indikator efisiensi dan responsivitas bank, yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Nasabah yang merasakan layanan yang cepat cenderung merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan.

Penelitian terdahulu telah mengungkapkan bahwa persepsi kecepatan layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Studi yang dilakukan oleh (Muhyiddin, 2024) meneliti pengaruh kualitas layanan, kecepatan, dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Generasi Z di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin cepat layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian oleh (Rahmah, 2023) juga menemukan bahwa kecepatan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan dengan faktor

lain seperti kemudahan dan fitur produk layanan perbankan digital. Studi ini mengevaluasi bagaimana layanan digital, khususnya melalui BSI Mobile, berkontribusi terhadap pengalaman nasabah. Hasilnya menunjukkan bahwa kecepatan layanan yang optimal tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memperkuat kepercayaan nasabah terhadap institusi perbankan yang bersangkutan.

Temuan ini semakin diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Adela, 2020), yang secara khusus meneliti pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa variabel kecepatan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sebagaimana dibuktikan dengan nilai signifikansi yang rendah. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa nasabah yang merasakan kecepatan layanan yang optimal dalam transaksi digital cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap layanan perbankan yang mereka gunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap kecepatan layanan merupakan salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah tabungan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diusulkan sebagai berikut:

Hipotesis 3: Persepsi Kecepatan Layanan berpengaruh positif terhadap
Kepuasan Nasabah Tabungan

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pembahasan kajian teori dan pengembangan hipotesis di atas maka gambar kerangka pikir pada penelitian ini seperti dalam Gambar 2.1. Literasi keuangan diduga akan berpengaruh pada peningkatan kepuasan nasabah. Demikian juga, Literasi Keuangan diduga akan meningkatkan persepsi kecepatan layanan yang dirasakan oleh nasabah. Selanjutnya, persepsi kecepatan layanan diduga akan meningkatkan kepuasan nasabah



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell & Creswell (2021). *Explanatory research* adalah penelitian yang dirancang untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel dalam penelitian melalui pengujian hipotesis dan analisis data kuantitatif. Pendekatan ini menjelaskan bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. variabel tersebut yaitu bagaimana Literasi keuangan digital mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan baik secara langsung maupun melalui persepsi kecepatan layanan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan subjek atau elemen yang menjadi fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah "wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi dapat mencakup seluruh nasabah tabungan baik

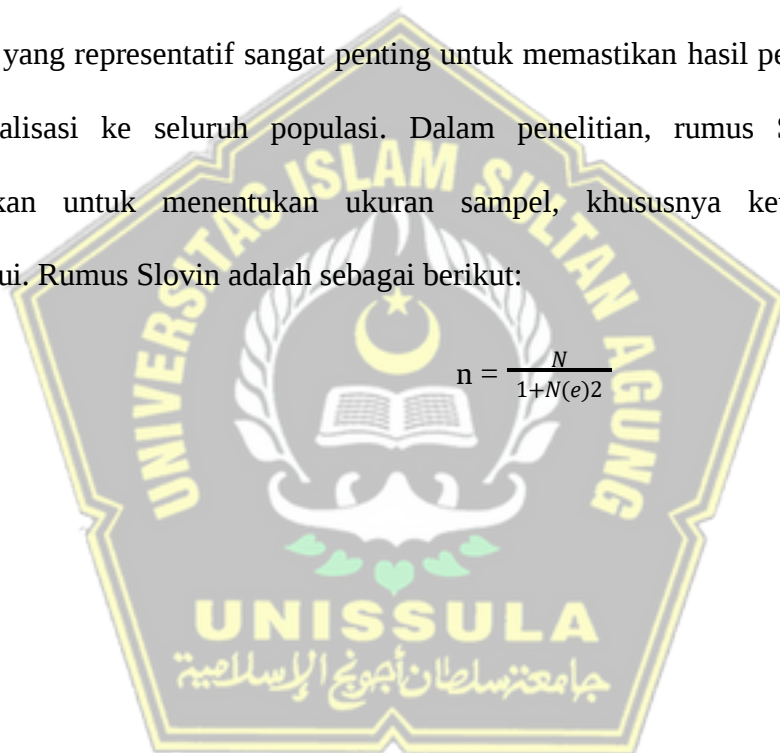


individu maupun kelompok yang memiliki tabungan aktif di LPD Kutuh yang berjumlah 1500 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019), "sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi." Pemilihan sampel yang representatif sangat penting untuk memastikan hasil penelitian dapat digeneralisasi ke seluruh populasi. Dalam penelitian, rumus Slovin sering digunakan untuk menentukan ukuran sampel, khususnya ketika populasi diketahui. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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



Keterangan

- n: Jumlah sampel yang harus diambil.
- N: Jumlah populasi.
- e: Margin of error (biasa digunakan 10 % atau 0,1).

Sesuai dengan rumus slovin diatas didapat:

$$n = \frac{1500}{1+1500(0,1)^2} = \frac{1500}{1+1500.0,01} = \frac{1500}{1+15} = \frac{1500}{16} = 93,75$$

n=94

Untuk mempermudah perhitungan sampel 100

Maka Sampel dari penelitian ini ini berjumlah 100 responden

3.3. Sumber Data

Sumber data adalah asal atau tempat dari mana data yang dikumpulkan dan digunakan dalam suatu penelitian diperoleh (Sugiyono, 2016). Sumber data yang digunakan dalam penelitian tesis ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam konteks penelitian ini merujuk pada informasi atau data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya untuk keperluan penelitian (Sugiyono, 2019). Sumber data primer dalam penelitian ini akan diperoleh melalui survei langsung kepada nasabah Tabungan di Lembaga

Perkreditan Desa (LPD) Kutuh. Peneliti akan menggunakan kuesioner yang disebar secara langsung untuk mengumpulkan informasi mengenai literasi keuangan digital, persepsi kecepatan layanan, dan kepuasan nasabah tabungan. Dengan pendekatan ini, data yang dikumpulkan diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan relevan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan menabung pada lembaga perkreditan desa (LPD) Kutuh.

3.3.2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merujuk pada informasi atau data yang telah dikumpulkan atau dibuat oleh pihak lain sebelumnya dan dapat digunakan kembali untuk keperluan penelitian (Sugiyono, 2019). Sumber data sekunder dalam penelitian ini mencakup studi-studi sebelumnya yang relevan kepuasan nasabah tabungan. Peneliti akan mengumpulkan informasi dari jurnal, artikel, dan laporan yang membahas hubungan antara literasi keuangan digital dan kecepatan pelayanan/transaksi terhadap kepuasan menabung, yang dapat memberikan konteks dan dasar teori untuk penelitian ini. Dengan mengkaji data sekunder tersebut, peneliti dapat memperkuat argumen dan temuan dari penelitian ini serta membandingkan hasilnya dengan penelitian lain yang sejenis.

3.4. . Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang relevan dan dapat membantu dalam proses penelitian selanjutnya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *survey* yaitu teknik pengumpulan data menggunakan Kueisioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data dari responden yaitu nasabah yang memiliki tabungan aktif di LPD Kutuh Bali. Kuesioner dirancang dengan pertanyaan tertutup untuk mengukur persepsi terkait literasi keuangan digital, persepsi kecepatan layanan, dan kepuasan nasabah tabungan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner fisik yang didistribusikan kepada nasabah yang datang secara langsung ke kantor dan juga dengan mengunjungi mereka.

3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian adalah penjelasan yang menggambarkan secara spesifik bagaimana suatu konsep atau variabel dalam konteks penelitian akan diamati. Menurut Sugiyono (2019), variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentangnya, kemudian ditarik kesimpulan. Adapun definisi operasional variabel penelitian dan indikator-indikator pengukurannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel dan Defisi Operasional	Indikator	Sumber
Literasi keuangan digital (X1) Tingkat pemahaman, kemampuan, dan kesadaran individu dalam menggunakan serta mengelola produk dan layanan keuangan berbasis digital secara efektif dan aman.	1) Pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital 2) Kemampuan menggunakan aplikasi keuangan digital 3) Kesadaran akan risiko dan keamanan transaksi digital 4) Kemampuan mengelola keuangan secara digital 5) Pengambilan keputusan keuangan berbasis informasi digital	Huang, L., et al. (2021)
Persepsi Kecepatan Layanan (X2) Penilaian nasabah terhadap efisiensi waktu yang dibutuhkan dalam seluruh proses pelayanan keuangan digital, mulai dari transaksi hingga penyelesaian keluhan, yang juga mencakup ketersediaan dan	1) Kecepatan dalam proses transaksi 2) Kecepatan respons layanan pelanggan 3) Efisiensi waktu dalam penyelesaian keluhan 4) Ketersediaan layanan digital 5) Kemudahan akses layanan keuangan	Hasan et al. 2020; Prasetyo et al. 2021; Widyaningrum & Suarmanayasa 2022; Putri et al. 2022;

kemudahan akses layanan digital.		Lestari & Wibowo 2023)
Kepuasan Menabung (Y) Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan tabungan yang diberikan oleh lembaga keuangan berdasarkan ekspektasi dan pengalaman mereka.	1) Kesesuaian dengan kebutuhan nasabah 2) Puas terhadap Kemudahan akses dan penggunaan layanan 3) Puas terhadap Keamanan dan kepercayaan terhadap layanan 4) Kepuasan terhadap Suku Bunga dan Biaya Administrasi 5) Puas terhadap kemudahan transaksi menabung	Khumairoh, S. (2024).

3.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Ghazali (2018), skala Likert merupakan skala yang umum digunakan dalam penyusunan kuesioner. Skala penelitian ini menggunakan skala Likert yang mana variabel-variabel akan diukur dengan indikator-indikator dan setiap indikator memuat item-item pernyataan. Responden akan diberikan lima alternatif jawaban dengan skala 1 sampai 5. Skala Likert disajikan pada Tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skor
------------	------

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.7. Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian kuantitatif adalah kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul, lalu dianalisis dengan menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2022). Terdapat berbagai macam metode analisis data yang dapat diterapkan dalam penelitian kuantitatif. Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares (PLS), yang merupakan model Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian atau komponen yang dapat dianggap sebagai kombinasi analisis regresi dan analisis faktor. Dalam analisis ini, variabel dependen dan independen dapat saling berhubungan. SEM digunakan untuk menguji dan memvalidasi model, sehingga sering disebut sebagai gabungan analisis jalur atau analisis faktor konfirmatori. Sebagai alternatif, PLS-SEM digunakan untuk memodelkan persamaan struktural. Dengan kata lain, Metode PLS-SEM ini menganalisis bagaimana konstruk laten berhubungan dengan berbagai indikator dalam hubungan linier maupun nonlinier.

Terdapat beberapa keuntungan dalam menggunakan pendekatan PLS-SEM diantaranya adalah: data tidak disyaratkan yang berdistribusi normal, tidak bergantung pada model teori tertentu, bisa diterapkan untuk sampel kecil, dan

mampu menganalisis berbagai jenis skala pengukuran, seperti skala rata-rata, nominal, ordinal, dan rasio (Sugiyono, 2022). Analisis SEM PLS terdiri dari pengujian *outer model*, *inner model* dan pengujian hipotesis.

3.8. Pengujian Outer Model

3.8.1 . Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen menilai sejauh mana variabel dapat saling dikorelasikan secara positif dengan variabel struktural lain, dengan asumsi bahwa indikator konstruk memiliki korelasi yang tinggi (Ghozali, 2018). Metode ini dilakukan untuk memastikan hubungan antara indikator dan konstruk atau variabel laten yang diwakilinya valid. Validitas konvergen mengacu pada sejauh mana sekelompok indikator dapat mewakili satu variabel laten dan faktor yang mendasarinya.

Uji validitas konvergen dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS Versi 4.0 dan dievaluasi berdasarkan nilai loading factor atau *Average Variance Extract* (AVE) dari setiap indikator konstruk. Suatu indikator dianggap memenuhi validitas konvergen dan memiliki tingkat validitas tinggi apabila nilai *outer loadings* lebih dari 0,70. Dalam penelitian empiris, nilai loading factor yang diterima adalah lebih dari 0,50. Validitas konstruk juga dievaluasi dengan nilai AVE yang seharusnya lebih dari 0,50 (Ghozali, 2018).

3.8.2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menggambarkan sejauh mana indikator dalam suatu

konstruk saling berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan indikator dari konstruk lainnya pada tingkat indikator. Uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan SmartPLS Versi 4.0 dan dievaluasi berdasarkan kriteria Fornell-Larcker serta nilai *cross loadings*. Dengan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, yang membandingkan akar AVE (nilai diagonal) dengan nilai korelasi antar konstruk. Selain itu, validitas diskriminan juga dianalisis melalui nilai *cross loadings* dari indikator konstruk, yang dianggap memenuhi syarat jika mencapai minimal 0,7 atau lebih tinggi dibandingkan dengan beban eksternal dari konstruk lainnya (Santoso, 2018).

3.8.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya, menghasilkan data yang seragam pada pengukuran yang sama. Untuk menguji reliabilitas, dapat dilihat dari nilai Cronbach's alpha, Composite reliability (ρ_a), dan Composite reliability (ρ_c), di mana semua nilai harus lebih besar dari 0,70 agar dianggap konsisten dan reliabel (Ghozali dan Kusumadewi, 2023).

3.9. Pengujian Inner Model

3.9.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sering digunakan untuk menilai model struktural atau model internal (Ghozali, 2018), yang merupakan nilai untuk menggambarkan sejauh mana variasi dalam variabel dependen (terikat) dapat dijelaskan oleh semua variabel independen (bebas). *R-Square* (R^2) yang merupakan bagian dari koefisien determinasi, dianggap sebagai indikator kekuatan variabel endogen dalam memprediksi perubahan nilai dalam model struktural.

Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kemampuan model dalam melakukan prediksi, yang juga menunjukkan kualitas model penelitian yang diajukan. Secara umum, nilai *R square* sebesar 0,75 dianggap menunjukkan kekuatan model yang kuat, nilai sebesar 0,50 menunjukkan kekuatan yang sedang, dan nilai sebesar 0,25 menunjukkan kekuatan yang lemah.

3.9.2. *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk menguji sejauh mana kelayakan dan ketepatan suatu model secara keseluruhan, yang bertujuan untuk memvalidasi kinerja gabungan antara model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Nilai GoF berkisar antara 0 hingga 1. Nilai GoF dihitung dengan mengalikan akar rata-rata AVE dengan akar rata-rata *R-Square* (R^2). Rumus

dalam perhitungan Goodness of Fit adalah $GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$. Interpretasi nilai GoF yaitu rendah apabila nilai 0,1, sedang apabila nilai 0,25 dan besar apabila nilai $\geq 0,36$ (Hair. et al., 2021)

3.9.3. Ukuran Pengaruh f^2 (Effect Size)

Untuk memahami sejauh mana pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen digunakan ukuran efek f^2 (effect size), di mana setiap variabel memiliki ukuran efek yang berbeda. Nilai f^2 dianggap cukup jika lebih besar dari 0, sementara nilai f^2 yang kurang dari 0 menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki efek yang tidak signifikan. Nilai f^2 sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 menunjukkan bahwa prediktor variabel laten memiliki efek kecil, sedang, dan besar pada tingkat struktural (Ghozali & Latan, 2015).

3.9.4. Q-Square Predictive Relevance (Q²)

Pengukuran berikutnya adalah Q-Square Predictive Relevance (Q²) yang digunakan untuk memvalidasi kemampuan prediksi model. Nilai Q² dihitung dengan metode *blindfolding* pada SmartPLS Versi 4.0. Jika nilai Q² lebih besar dari 0 dan mendekati 1, maka model prediksi dianggap memiliki relevansi yang baik (Ghozali & Latan, 2015).

3.9.5. Model Fit (NFI)

Indeks Kesesuaian Normal (NFI) Indeks Kesesuaian Normal (NFI) adalah

rasio antara nilai *chi-square* untuk model nol dengan nilai *chi-square* dari model nol itu sendiri. Nilai NFI pada perhitungan pada SmartPLS Versi 4.0. diperoleh dengan membandingkan model yang diasumsikan dengan model independen, dan model dianggap memiliki kesesuaian yang tinggi jika nilai NFI mendekati satu. Rentang nilai NFI berkisar antara 0 hingga 1, dan sebuah model dianggap baik dan optimal jika nilai NFI mendekati satu. Semakin dekat nilai NFI ke satu, semakin baik kesesuaian model tersebut.

3.10 Pengujian Hipotesis

Signifikansi hipotesis dapat diuji berdasarkan nilai P-values dan t-values yang diperoleh melalui metode *bootstrapping* yang disajikan pada tabel *Path Coefficients*. Sarstedt, Ringle, dan Hair (2021) berpendapat bahwa apabila nilai signifikasi p value < 0.05 dan nilai signifikansi sebesar 5% path coefficient dinilai signifikan apabila nilai t-statistik > 1.96, sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh hubungan dapat dilihat melalui nilai koefisien jalur, dimana jika nilai koefisien jalur di bawah 0.30 memberikan pengaruh moderat, nilai antara 0.30 hingga 0.60 kuat, dan nilai lebih dari 0.60 memberikan pengaruh yang sangat kuat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAS

4.1 Gambaran Umum Responden

Berlandaskan data yang diterima dari penyebaran kuesioner, berikut ini ialah gambaran statistik dari karakteristik responden dalam penelitian yang dilaksanakan pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kutuh di Badung - Bali. Responden yang menjadi subjek penelitian dijelaskan secara singkat di sini untuk memberikan latar belakang situasi dan karakteristik mereka. Selama 14 hari dari tanggal 01juni sampai 14 juni 2025, sebanyak seratus responden yang peserta mengisi kuesioner yang memenuhi syarat sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kutuh di Badung - Bali

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mekanisme secara langsung yang disebarkan kepada responden secara langsung kepada Nasabah Tabung LPD Kutuh. Setelah dilakukan pengumpulan data di lapangan, sebanyak 100 orang yang menjawab pertanyaan dari kuesioner yang disampaikan dan dapat mewakili dari jumlah keseluruhan populasi. Jawaban kuesioner yang diperoleh dari responden pada penelitian ini dijaga kerahasiannya oleh peneliti.

Studi ini akan mengevaluasi dan menganalisis data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner. Berikut ialah temuan-temuan dari

pengumpulan data studi ini:

Jenis kelamin

Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dijelaskan berdasarkan gender dibawah ini

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	49	49%
Perempuan	51	51 %
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Jika dirinci berdasarkan jenis kelamin, survei ini menemukan bahwa responden perempuan mencapai 51 % dari total responden, sementara responden laki-laki mencapai 49 %. Nasabah tabungan Lembaga Perkreditan Desa Adat Kutuh yang menjadi responde

Usia

Gambaran karakteristik responden berdasarkan usia pada studi ini disajikan pada tabel 4.2.

Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
- 18 - 30 tahun	10	10 %
- 31 - 40 tahun	58	58 %
- 41 - 50 tahun	28	28 %
- Lebih dari 50 tahun	4	4 %
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Data penelitian diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berlandaskan rentang usia yaitu usia 31-40 tahun sebanyak 58 responden (58%). Hal tersebut diatas diartikan bahwa rata-rata nasabah LPD Kutuh tersebut lebih efektif dan produktif dalam menggunakan layanan.

Pendidikan terakhir

Gambaran karakteristik responden Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir. Gambaran karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.3 dibawah.

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
- SMP	3	3 %
- SMA	29	29 %
- Diploma	50	50%
- S1	16	16 %
- S2/3	2	2 %
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Merujuk tabel diatas menunjukkan bahwa responden lebih banyak dengan Pendidikan Diploma sebanyak 50 responden (50 %),SMA sebanyak 29 responden, Pendidikan sarjana S1 sebanyak 16 responden, S2/3 sebanyak 2 responden dan SMP sebanyak 3 responden, hal tersebut berarti bahwa rata rata nasabah memiliki pendidikan yang cukup dalam hal penggunaan layanan digital.

Pendapatan

Gambaran karakteristik responden Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambaran karakteristik responden berdasarkan Pendapatan pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.4 dibawah.

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan pendapatan per bulan

Kriteria Pendapatan	Jumlah	Persentase
- < Rp 1.000.000	8	8 %
- Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	25	25 %
- Rp 3.000.00-Rp5.000.000	35	35 %
- > Rp 5.000.00	32	32 %
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang berpendidikan memiliki pendapatan antara Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 sebanyak 35 responden, yang berpendapatan Rp 1000.000-Rp 3.000.00 sebanyak 25 responden, yang memiliki pendapatan perbulan lebih dari Rp 5.000.000 sebanyak 32 responden dan yang yang memiliki pendapan dibawah Rp 1000.00 sebanyak 8 responden

Lama Menabung di LPD Kutuh

Gambaran karakteristik responden Karakteristik Responden Berdasarkan lama menabung

Gambaran karakteristik responden berdasarkan lama Menabung pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.5 dibawah.

Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan lama menabung

Lama menabung	Jumlah	Persentase
- < 1 Tahun	8	8 %
- 1 -3 Tahun	25	25 %
- 3-5 Tahun	35	35 %
- > 5 Tahun	32	32 %

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Intensitas menabung di LPD Kutuh

Gambaran karakteristik responden Karakteristik Responden

Berdasarkan intensitas menabung

Gambaran karakteristik responden berdasarkan intensitas menabung pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.6. dibawah.

Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan intensitas menabung

Intensitas Menabung	Jumlah	Persentase
- Setiap Hari	35	8 %
- Seminggu sekali	25	25 %
- Sebulan sekali	35	35 %

- Jarang	32	32 %
----------	----	------

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Pengguna layana digital.

Gambaran karakteristik responden Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Digital

Gambaran karakteristik responden berdasarkan Penggunaan Layanan Digital pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.7 dibawah.

Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan Digital

Pengguna Layan Digital	Jumlah	Persentase
- Ya	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa Sebanyak 100 responden yang telah menggunakan layanan digital

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian merupakan bagian penting dalam penyampaian hasil penelitian. Peneliti akan menggambarkan karakteristik – karakteristik responden yang menjadi sampel dalam studi ini, selain itu untuk mengetahui bagaimana responden sampel penelitian memberikan jawaban atau menanggapi item – item yang menjadi indikator sebagai media untuk mengukur variabel – variabel dari penelitian.

Tujuan analisis deskripsi adalah untuk mengidentifikasi dan melihat kecenderungan terhadap tanggapan responden terhadap instrument penelitian. Analisis deskripsi juga akan berkaitan dengan analisis data hasil penelitian.

Tanggapan responden terhadap survei yang dilakukan oleh peneliti penilaiannya berdasarkan standar bobot nilai yang telah ditetapkan. Bobot nilai berdasarkan jawaban responden pada kuesioner penelitian yaitu :

1. “Sangat Setuju (SS) mempunyai nilai skor 5;
2. Setuju (S) mempunyai nilai skor 4;
3. Kurang Setuju (KS) mempunyai nilai skor 3;
4. Tidak Setuju (TS) mempunyai nilai skor 2;

5. Sangat Tidak Setuju (STS) mempunyai nilai skor 1”;

Peneliti menggunakan skala 1-5 untuk pilihan jawaban. Masing – masing pernyataan dapat dihitung sebagai berikut; Skor maksimal yang diberikan adalah 5, yang merupakan jawaban “Sangat Setuju”, Skor minimal yang diberikan adalah 1, yang merupakan jawaban “Sangat Tidak Setuju”, sedangkan rentang skornya adalah $5-1 = 4$.

Perhitungan kriteria Tingkat penelitian menggunakan formulasi kalkulatif (Van Laerhoven et al., 2004). Adapun perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai jawaban tertinggi} - \text{Nilai jawaban terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval kelas} = \frac{5-1}{3}$$

$$\text{Interval kelas} = \frac{4}{3}$$

$$\text{Interval kelas} = 1,33$$

Tabel: 4.8

Perhitungan kategorisasi jawaban responden penelitian

pada masing- masing variabel yang :

No	Interval	Kategori	Keterangan
1	Interval 1 - 2,33	Rendah	Kondisi variabel yang masih rendah atau kecil dimiliki oleh variabel penelitian
2	Interval 2,34 – 3,67	Sedang	Kondisi variabel yang sedang atau cukup dimiliki oleh variabel penelitian
3	Interval 3,68 – 5	Tinggi	Kondisi variabel yang tinggi atau baik dimiliki oleh variabel penelitian

4.2.1 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan Digital

Literasi Keuangan Digital memiliki 5 Indikator yang ditampilkan pada Tabel 4.9. Hasil selengkapnya dari masing-masing indikator dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Literasi Keuangan Digital

Indikator	Mean	Kriteria
X1.1 Saya menggunakan informasi digital (website, aplikasi, media sosial) khususnya untuk produk Tabungan	3,7	Tinggi
X1.2 Saya mampu menggunakan aplikasi keuangan digital seperti <i>mobile banking</i> atau <i>e-wallet</i> tanpa bantuan orang lain.	3,87	Tinggi
X1.3 Saya selalu berhati-hati dalam bertransaksi karena menyadari risiko keamanan dalam menggunakan layanan keuangan digital	4,13	Tinggi
X1.4 Saya dapat mengelola keuangan pribadi saya dengan baik menggunakan layanan keuangan digital.	4	Tinggi
X1.5 Saya menggunakan informasi digital (website, aplikasi, media sosial)	3,94	Tinggi

untuk membantu membuat keputusan

keuangan yang lebih baik.

Rata rata Total	3,928
-----------------	-------

Sumber : data primer yang diolah 2025

Mengacu tabel 4.9 ditunjukkan bahwa hasil tanggapan responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,928. Hal ini berarti Literasi Keuangan Digital diukur melalui lima indikator yang mencerminkan kemampuan, pemanfaatan, serta kewaspadaan individu dalam menggunakan teknologi digital untuk pengelolaan keuangan pribadi. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum, responden memiliki tingkat literasi keuangan digital yang tinggi, dengan rata-rata skor keseluruhan sebesar 3,928.

Skor rata-rata tertinggi untuk indikator keamanan digital dengan skor 4,13 (tinggi), ini menunjukkan bahwa responden mempunyai tingkat kehati-hatian yang tinggi dalam bertransaksi karena menyadari risiko keamanan dalam menggunakan layanan keuangan digital. Sementara itu skor terendah pada indikator penggunaan informasi digital dengan skor sebesar 3.7, tetapi masih masuk kategori tinggi, yang berarti responden telah menggunakan informasi digital dengan baik (website, aplikasi, media sosial) khususnya untuk produk Tabungan.

4.2.2 Deskripsi Variabel Kecepatan Layanan

Variabel Kecepatan Layanan memiliki 5 indikator yang ditampilkan pada Tabel 4.10. Hasil jawaban kuesioner dari responden mengenai variabel Kecepatan

Layanan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.10 Stastistik Deskritif Kecepatan Layanan

Indikator	Mean	kriteria
X2.1 Saya merasa proses transaksi layanan tabungan di LPD Kutuh dapat diselesaikan dengan cep	4,14	Tinggi
X2.2 LPD Kutuh memberikan respon yang cepat dalam layanan kepada nasabah seperti dalam menjawab pertanyaan atau kebutuhan informasi lainnya.	4,15	Tinggi
X2.3 Keluhan saya ditangani dalam waktu yang singkat oleh LPD Kutuh.	4,22	Tinggi
X2.4 Layanan digital yang disediakan LPD kutuh mempercepat proses transaksi	4,08	Tinggi
X2.5 Saya dapat mengakses layanan keuangan di LPD Kutuh dengan mudah	4,00	Tinggi

karena relatif jarang terjadi gangguan sistem.

Rata Rata Total	4,12	Tinggi
-----------------	------	--------

Sumber : data primer yang diolah 2025

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis terhadap variabel Persepsi Kecepatan Layanan (X2), diketahui rata-rata skor dari lima indikator mencapai 4,12 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah LPD Kutuh memiliki persepsi yang positif terhadap kecepatan layanan yang diberikan. Indikator dengan skor tertinggi adalah kecepatan dalam penanganan keluhan nasabah (4,22), disusul kecepatan dalam merespons pertanyaan dan kebutuhan informasi (4,15), serta kecepatan proses transaksi tabungan (4,14). Selain itu, layanan digital LPD juga dinilai mampu mempercepat transaksi (4,08). Indikator dengan rata-rata skor terendah adalah kemudahan akses terhadap layanan keuangan karena minimnya gangguan sistem (4,00), tapi masih masuk kategori tinggi. Temuan ini mencerminkan bahwa LPD Kutuh telah berhasil membangun sistem layanan yang cepat, baik secara tatap muka maupun digital, yang mampu memenuhi ekspektasi nasabah dalam hal efisiensi waktu. Meskipun demikian, layanan digital masih dapat dioptimalkan untuk terus memperkuat kualitas kecepatan layanan secara menyeluruh.

4.2.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel Kepuasan Tabungan memiliki 5 indikator yang ditampilkan pada Tabel 4.10. Hasil jawaban kuesioner dari responden mengenai variabel Kepuasan

Tabungan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.11 Stastistik Deskritif Kepuasan nasabah menabung

Indikator	Mean	Kriteria
Y1.1 Saya puas dengan Produk tabungan yang ditawarkan oleh LPD Kutuh karena sesuai dengan kebutuhan finansial saya	4,11	Tinggi
Y1.2 Saya puas dengan kemudahan akses dalam menggunakan layanan tabungan di LPD Kutuh.	4,08	Tinggi
Y1.3 Saya puas dengan layanan tabungan di LPD Kutuh karena aman dan dapat diandalkan.	4,14	Tinggi
Y1.4 Saya puas dengan manfaat finansial yang saya dapatkan dengan menggunakan produk tabungan LPD Kutuh	3,86	Tinggi
Y1.5 Saya merasa puas dengan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi menabung di PD Kutuh.	3,96	Tinggi
Rata Rata Total	4,02	Tinggi

Sumber : data primer yang diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel Kepuasan Nasabah Tabungan (Y1), diperoleh rata-rata skor total sebesar 4,02 yang termasuk dalam kategori tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa secara umum nasabah merasa puas terhadap layanan dan produk tabungan yang disediakan oleh LPD Kutuh. Indikator dengan skor tertinggi adalah Y1.3 yaitu kepuasan terhadap keamanan dan keandalan layanan tabungan (4,14), yang mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan nasabah terhadap institusi. Disusul oleh kepuasan terhadap kecocokan produk tabungan dengan kebutuhan finansial (4,11) serta kemudahan akses layanan tabungan

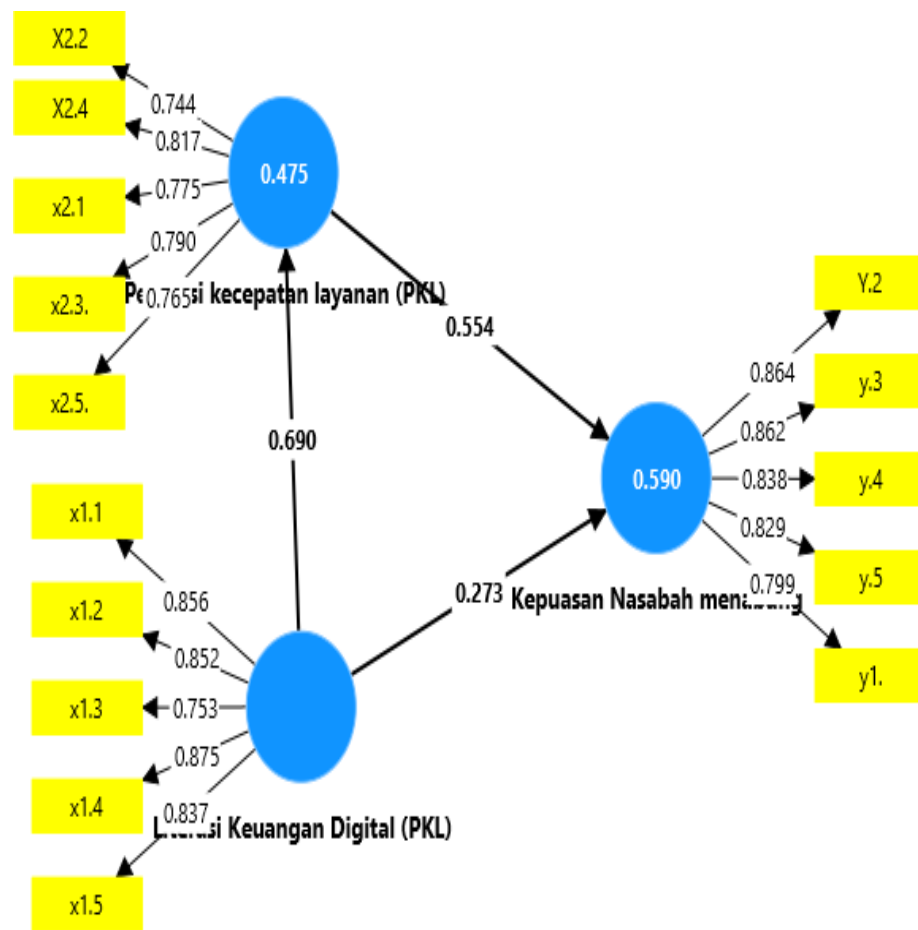
(4,08). Indikator kepuasan terhadap kenyamanan dan kemudahan transaksi menabung mencatat skor 3,96, sementara kepuasan terhadap manfaat finansial yang diperoleh berada pada skor 3,86, yang meskipun skor rata-rata terendah tapi masih dalam kategori tinggi, menunjukkan potensi area peningkatan. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa LPD Kutuh telah berhasil memenuhi harapan nasabah dalam memberikan layanan tabungan yang aman, mudah diakses, dan sesuai kebutuhan, namun masih dapat meningkatkan nilai manfaat finansial yang dirasakan oleh nasabah agar kepuasan dapat lebih optimal.

4.3 Analisis Data Statistik

Analisis data dan pengujian model menggunakan PLS 4.0. Dalam analisis PLS menggunakan dua sub model pengukuran yaitu *Outer Model* yang digunakan untuk uji validitas dan uji realibilitas dan model pengukuran *Inner Model* yang digunakan untuk uji kualitas atau pengujian hipotesis untuk uji prediksi.

4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model pengukuran *Outer Model* menentukan bagaimana mengukur variabel laten evaluasi *Outer Model* dengan menguji *Internal Consistency Reliability* (*cronbach alpha* dan *composite reliability*), *Convergent Validity* (indikator *reliability* dan AVE), dan *discriminant validity* (*Fonell Lacker*, *cross Loading*, dan HTMT).



Gambar 4.1

Pengujian Model Pengukuran

1. Convergent Validity

Ukuran refleksif individual dapat dikatakan berkorelasi jika nilai lebih besar dari 0,40 dengan konstruk yang ingin diukur (Ghozali dan Latan, 2015). Indikator dengan nilai *outer loadings* yang sangat rendah (di bawah 0,40) bagaimanapun harus selalu dihilangkan dari konstruk (Bagozzi, Yi, & Philipps, 1991 ; Hair et al.,

2011). Dari hasil analisis model pengukuran di atas, diketahui bahwa tidak terdapat variabel yang indikatornya memiliki nilai factor loadingnya $< 0,40$ dan nilai AVE di atas 0,50. Sehingga semua variabel sudah memenuhi *rule of thumb*.

Tabel 4.12. Nilai Outer Loadings

Indikator	Literasi Keuangan Digital (LKD)	Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)	Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)
X1.1	0.856		
X1.2	0.852		
X1.3	0.753		
X1.4	0.875		
X1.5	0.837		
X2.1		0.775	
X2.2		0.744	
X2.3		0.765	
X2.4		0.817	
X2.5		0.790	
Y1			0.799
Y2			0.864
Y3			0.862
Y4			0.838
Y5			0.829

Sumber : Data Primer diolah 2025

Pada variabel Literasi Keuangan Digital (LKD), nilai outer loadings semua indikator $> 0,70$, yang menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas konvergen. Maka tidak ada indikator yang dikeluarkan karena semuanya sudah valid. Nilai outer loadings pada variabel ini berkisar antara 0,753 sampai dengan 0,875, yang berarti menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara indikator-indikator dengan konstruk Literasi Keuangan Digital. Dengan demikian, variabel ini bekerja secara optimal dalam model pengukurannya.

Pada variabel Persepsi Kecepatan Layanan (PKL), seluruh indikator juga menunjukkan nilai outer loadings $> 0,70$, yaitu berada dalam rentang 0,744 hingga 0,817. Ini membuktikan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen, sehingga tidak ada indikator yang dieliminasi. Rata-rata nilai outer loadings yang tinggi mengindikasikan adanya korelasi yang kuat antara masing-masing indikator dengan konstruk PKL, yang berarti bahwa variabel ini juga berfungsi baik dalam model pengukurannya.

Sementara itu, pada variabel Kepuasan Nasabah Menabung (KNM), nilai outer loadings seluruh indikator juga $> 0,70$, berkisar antara 0,799 sampai dengan 0,864. Ini menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan tidak ada yang perlu dikeluarkan. Seluruh indikator memiliki kontribusi yang sangat baik dalam menjelaskan konstruk KNM, dan hal ini memperkuat bahwa variabel tersebut bekerja secara efektif dalam model pengukuran.

Secara keseluruhan, Tabel Outer Loading menunjukkan bahwa semua nilai outer loadings dari ketiga variabel telah melebihi ambang batas minimum 0,70 sesuai panduan dari Ghozali dan Latan (2015), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam model ini valid dan layak untuk digunakan dalam tahap analisis selanjutnya, yaitu pengujian model struktural (inner model).

Tabel : 4.13 *Internal Consistency Reliability*

Variabel	AVE
Literasi Keuangan Digital	0.717
Persepsi Kecepatan Layanan	0.599
Kepuasan Nasabah Menabung	0.715

Sumber : data primer diolah 2025

Berdasarkan hasil olah data, nilai AVE untuk Literasi Keuangan Digital sebesar 0,717, Persepsi Kecepatan Layanan sebesar 0,599, dan Kepuasan Nasabah Menabung sebesar 0,715, yang semuanya melebihi ambang batas 0,50, sehingga memenuhi validitas konvergen. Ditinjau dari reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pada ketiga variabel berada di atas 0,70, menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel penelitian ini terbukti valid dan reliabel untuk digunakan dalam analisis model struktural.

2. *Discriminant Validity*

Untuk pengujian *discriminant validity*, para peneliti mengandalkan dua ukuran validitas diskriminan yaitu menggunakan *Fornell-Larcker* dan HTMT (*heterotrait monotrait ratio of correlations*) (Henseler, Ringle, & Sinkovics, 2016). Dalam *Fornell-Larcke*, nilai *root of AVE square* (diagonal) lebih besar dari semua nilai, dan nilai HTMT < 1. Ukuran dalam menentukan *discriminat validity* adalah dengan cara melihat nilai akar AVE harus lebih tinggi dari nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya atau nilai AVE harus lebih tinggi dari kuadrat nilai korelasi antar konstruk.

Tabel 4.14 *Fornell Larcker* (Nilai Korelasi)

Variabel	LKD	PKL	KNM
Literasi Keuangan Digital (LKD)	0.846		
Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)	0.582	0.774	
Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	0.641	0.656	0.845

Sumber: Data Primer diolah 2025

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.14 Validitas Diskriminan di atas, dapat dilihat bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel (yang ditunjukkan dalam angka diagonal tebal) lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Nilai akar kuadrat AVE untuk Literasi Keuangan Digital adalah 0.846, lebih besar dari korelasinya dengan PKL (0.582) dan KNM (0.641). Hal yang sama berlaku pada variabel PKL (0.774) dan KNM (0.845) yang juga

memiliki nilai akar AVE lebih tinggi daripada korelasi mereka dengan konstruk lainnya.

Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk dalam model memiliki diskriminasi yang baik dan tidak saling tumpang tindih. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi validitas diskriminan, sehingga setiap variabel laten memiliki kemampuan unik dalam mengukur konstraknya masing-masing dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian model struktural (inner model)

Tabel 4.15 Hasil Pemeriksaan Validitas Diskriminan

Variabel	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (LKD)	Nilai $\sqrt{AVE} = 0,846 >$ korelasi dengan PKL (0,582) dan KNM (0,641) → Valid
Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)	Nilai $\sqrt{AVE} = 0,774 >$ korelasi dengan LKD (0,582) dan KNM (0,656) → Valid
Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	Nilai $\sqrt{AVE} = 0,845 >$ korelasi dengan LKD (0,641) dan PKL (0,656) → Valid

Sumber: Data Primer diolah 2025

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa hasil pemeriksaan dari variabel Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kecepatan Layanan, dan Kepuasan Nasabah Menabung memiliki validitas diskriminan yang valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai akar kuadrat AVE dari masing-masing konstruk yang lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Dengan demikian, seluruh variabel dalam model ini dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan

Tabel 4.16 *Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)*

Variabel	LKD	PKL	KNM
Literasi Keuangan Digital (LKD)	—	0.659	0.702
Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)	0.659	—	0.743
Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	0.702	0.743	—

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.16, seluruh nilai HTMT antar variabel dalam model penelitian ini berada di bawah ambang batas 0,90, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Henseler et al. (2015). Nilai HTMT antara Literasi Keuangan

Digital (LKD) dan Persepsi Kecepatan Layanan (PKL) sebesar 0,659, antara LKD dan Kepuasan Nasabah Menabung (KNM) sebesar 0,702, dan antara PKL dan KNM sebesar 0,743.

Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki perbedaan konseptual yang jelas dan tidak saling tumpang tindih dalam pengukuran. Dengan kata lain, konstruk dalam model ini memenuhi validitas diskriminan berdasarkan pendekatan HTMT.

4.3.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)

Tujuan dari uji ini adalah melihat korelasi antara konstruk yang di ukur yang merupakan uji t dari *partial least square*. Beberapa uji model *structural* melalui uji *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square* tes untuk *Q2 predictive relevance*, uji signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

1. *Coefficient of Determination (R-square)*

Langkah selanjutnya untuk mengevaluasi model struktural adalah dengan koefisien determinasi nilai R^2 . Pengujian model struktural dengan mengevaluasi persentase varian yang dijelaskandengan melihat nilai R^2 untuk variabel laten endogen. Model dikatakan baik apabila semakin mendekatai nilai 1. Dan sebaliknya apabila nilai di bawah 0 menunjukkan model dikatakan kurang memiliki *predictive relevance*. Kriteria : 0,25 = lemah, 0,50 = moderat, 0,75 = kuat

Tabel 4.17. *Coefficient of Determination (R-square)*

Variabel Endogen	R-square (R ²)	Adjusted R-square	Keterangan
Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	0,626	0,615	Moderat – 62,6% varians dijelaskan oleh LKD dan PKL

Sumber: data primer diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.17, nilai R-square (R²) untuk variabel Kepuasan Nasabah Menabung sebesar 0,626 menunjukkan bahwa sebesar 62,6% varians dari konstruk tersebut dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kecepatan Layanan. Nilai ini termasuk dalam kategori moderat menuju kuat, sesuai dengan kriteria yang dijelaskan oleh Ghozali (2020, edisi revisi 2024), yang menyatakan bahwa nilai R² sebesar $\geq 0,67$ termasuk kategori kuat, antara 0,33 hingga 0,67 tergolong moderat, dan di bawah 0,33 tergolong lemah.

Selanjutnya, nilai Adjusted R-square sebesar 0,615 menunjukkan bahwa model ini tetap stabil setelah dikoreksi terhadap jumlah konstruk dan ukuran sampel.

2. *Effect Size (F-square)*

Effect Size (F^2) digunakan untuk mengevaluasi kontribusi individual dari konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dalam model struktural. Selain menilai nilai R^2 dari semua konstruk endogen, analisis perubahan nilai R^2 ketika suatu konstruk eksogen dihilangkan dari model juga dapat digunakan untuk menilai apakah konstruk tersebut memberikan pengaruh substantif terhadap konstruk endogen. Ukuran ini disebut sebagai ukuran efek F-square. Menurut Cohen (1998), yang juga dikutip dalam Ghazali (2020, edisi revisi 2024), nilai F^2 dapat ditafsirkan bahwa nilai sebesar 0,02 mewakili efek kecil, 0,15 mewakili efek sedang, dan 0,35 menunjukkan efek besar dari variabel laten eksogen terhadap konstruk endogen. Sementara itu, nilai F^2 yang kurang dari 0,02 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh atau kontribusi substantif dari konstruk eksogen tersebut terhadap konstruk endogen. Oleh karena itu, analisis F-square penting dilakukan untuk menilai kekuatan relatif pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian SEM-PLS.

Tabel 4.18. *Effect Size (F-square)*

	Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	Literasi Keuangan Digital (LKD)	Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)
Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	—		
Literasi Keuangan Digital (LKD)	0,212	—	

Persepsi Kecepatan Layanan (PKL)	0,281		—
----------------------------------	-------	--	---

Sumber data primer diolah 2025

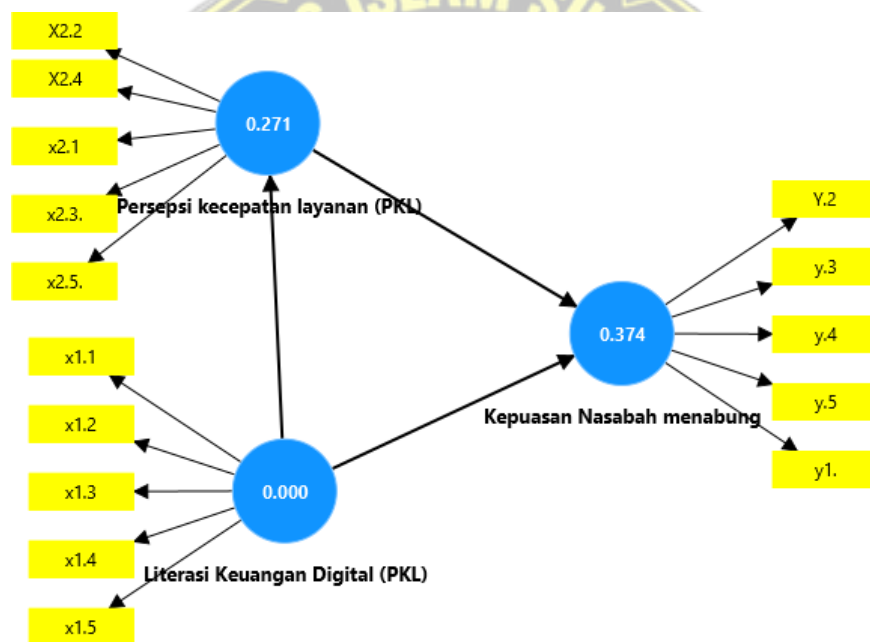
Dari Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai Effect Size (F-square) mengindikasikan bahwa variabel laten eksogen memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap variabel endogen. Sesuai dengan kriteria interpretasi yang dikemukakan oleh Cohen (1998) dalam Ghazali (2020, edisi revisi 2024), nilai F-square sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh lemah, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang (moderat), dan 0,35 menunjukkan pengaruh kuat.

Nilai F-square pada tabel di atas menggambarkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Menabung sebesar 0,212, yang masuk dalam kategori moderate (sedang). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam membentuk tingkat kepuasan nasabah dalam menabung pada LPD. Sementara itu, variabel Persepsi Kecepatan Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Menabung sebesar 0,281, yang juga berada dalam kategori moderate (sedang). Ini berarti persepsi tentang kecepatan pelayanan turut berperan secara signifikan dalam memengaruhi kepuasan nasabah.

3. *Predictive Relevance (Q-Square)*

Salah satu bentuk pengujian dalam analisis model struktural adalah predictive relevance (Q^2) yang digunakan untuk menilai sejauh mana model mampu memprediksi variabel endogen. Pengujian ini sangat tepat diterapkan jika

konstruk endogen menggunakan model pengukuran reflektif. Q^2 sering disebut juga Stone-Geisser Q^2 , merujuk pada penemunya, yaitu Stone (1974) dan Geisser (1974). Dalam konteks PLS-SEM, Q^2 hanya digunakan pada variabel endogen yang dimodelkan secara reflektif. Jika nilai Q^2 lebih besar dari 0, maka model dinyatakan memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap variabel endogen. Sebaliknya, apabila nilai Q^2 sama dengan 0 atau bahkan negatif, maka model dianggap tidak memiliki kemampuan prediktif dan kurang relevan dalam menjelaskan konstruk endogen tersebut.



Gambar 4.2

Hasil Blindfolding

Nilai Q^2 diperoleh menggunakan prosedur *blindfolding* untuk jarak penghilangan yang ditentukan oleh titik data. *Blindfolding* adalah suatu

prosedur literasi yang penggunaannya secara sistematis menghapus titik data pada indikator variabel endogen dan juga menyediakan estimasi dari parameter titik data yang tersisa. Tahap *blindfolding* di dalam PLS dilakukan dengan tujuan mengevaluasi nilai Stone-Geisser's yang relevansi prediktif sebuah model.

Tabel 4.19. *Predictive Relevance (Q-square)*

Variabel Endogen	CV	CV	Keterangan
	Communalit y	Redundanc y (Q ²)	
Kepuasan Nasabah Menabung (KNM)	0,721	0,431	Memiliki relevansi prediktif (baik)

Sumber : Data primer diolah 2025

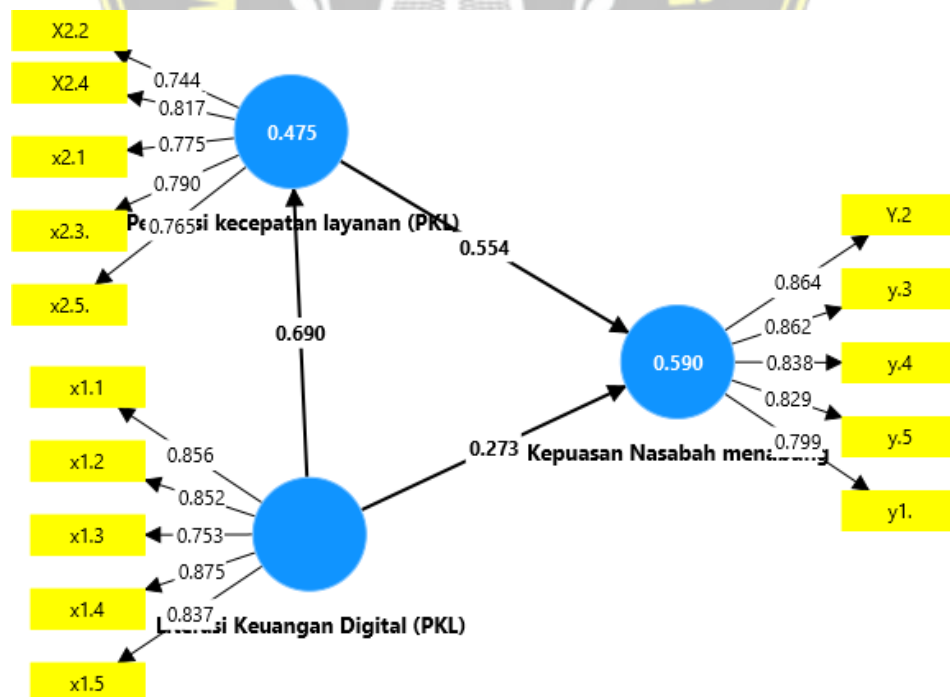
Berdasarkan Tabel 4.19, hasil pengujian blindfolding menunjukkan bahwa nilai CV Communalit untuk variabel Kepuasan Nasabah Menabung adalah sebesar 0,721. Nilai ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator dari konstruk tersebut dapat dijelaskan secara baik oleh variabel latennya, yang mencerminkan kualitas konvergen model pengukuran (outer model). Semakin tinggi nilai CV Communalit, maka semakin baik kemampuan indikator dalam mencerminkan konstruksinya.

Sementara itu, nilai CV Redundancy (Q-square) sebesar 0,431 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap variabel Kepuasan Nasabah Menabung. Menurut Ghazali (2020, edisi revisi 2024), nilai

Q^2 yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif, artinya variabel-variabel eksogen dalam model (Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kecepatan Layanan) mampu menjelaskan dan memprediksi variabel endogen dengan cukup baik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural yang dibangun tidak hanya memiliki kualitas pengukuran yang baik (ditunjukkan oleh nilai CV Communality), tetapi juga relevan secara prediktif (ditunjukkan oleh nilai Q-square).

4. Uji Hipotesis



Gambar 4.3

Pengujian Model Struktural

Penelitian ini menguji tiga hipotesis pada *Inner Model*. Hubungan kausalitas yang dikembangkan pada model diuji dengan hipotesis nol yang menyatakan koefisien regresi pada masing-masing hubungan sama dengan nol dengan uji t seperti pada analisis regresi. Untuk mengetahui suatu hipotesis diterima atau ditolak dilakukan dengan memperhatikan nilai positif dan signifikansi antar konstruk, *t-value* dan *p-value*. Dengan cara tersebut, maka estimasi pengukuran dan standar error tidak lagi dihitung dengan asumsi statistik, tapi didasarkan pada observasi empiris. Melalui metode *bootstrapping* dalam penelitian ini hipotesis dikatakan diterima jika nilai signifikansi t-value $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$ maka dapat dikatakan H_a diterima dan H_o ditolak dan sebaliknya.

Tabel 4.20. Hasil Uji Hipotesis

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (Mean)	Standar Deviasi (Stdev)	T Statistik (O/Stdev)	P Value	Kesimpulan
Literasi Keuangan Digital → Kepuasan Nasabah Menabung	0,396	0,391	0,123	3,212	0,001	Signifikan (H1 diterima)
Literasi Keuangan Digital → Persepsi Kecepatan Layanan	0,652	0,647	0,09	7,212	0,000	Signifikan (H2 diterima)

Persepsi Kecepatan Layanan → Kepuasan Nasabah Menabung	0,511	0,508	0,105	4,87	0,000	Signifikan (H3diterima)
--	-------	-------	-------	------	-------	-------------------------

Sumber : Data primer diolah 2025

Hasil uji inner dalam Tabel 4.20 menunjukkan tiga jalur hubungan yang signifikan pada $p = 0,05$. Berdasarkan tanda yang terdapat pada koefisien serta hubungan formatif terhadap variabel dapat diinterpretasikan pada model PLS sebagai berikut:

Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Jalur Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
H1	Literasi Keuangan Digital → Kepuasan Nasabah Menabung	Positif signifikan	Diterima
H2	Persepsi Kecepatan Layanan → Kepuasan Nasabah Menabung	Positif signifikan	Diterima
H3	Literasi Keuangan Digital → Persepsi Kecepatan Layanan	Positif signifikan	Diterima

Sumber : Data Primer diolah 2025

a. Hasil Uji Hipotesis 1: Pengaruh Literasi Digital terhadap Kepuasan

Nasabah

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital berpengaruh secara positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung, dengan koefisien jalur (β) sebesar 0,396, nilai t-statistik sebesar 3,212, dan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0,001, yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dengan hasil tersebut, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Literasi Keuangan Digital terhadap Kepuasan Nasabah Menabung dapat diterima.

b. Hasil Uji Hipotesis 2: Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Persepsi Kecepatan Layanan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kecepatan Layanan. Nilai koefisien jalur sebesar 0,371, t-statistik 2,984, dan p-value 0,003 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan pada tingkat kepercayaan 95% ($p < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, semakin tinggi literasi digital yang dimiliki nasabah, semakin baik pula persepsi mereka terhadap kecepatan layanan LPD. Nasabah yang memahami cara kerja layanan digital cenderung menilai bahwa layanan yang diberikan cepat dan

efisien. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi digital sebagai strategi untuk meningkatkan pengalaman layanan nasabah

c. Hasil Uji Hipotesis 3: Pengaruh Persepsi Kecepatan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kecepatan Layanan juga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung, dengan nilai koefisien jalur (O) sebesar 0,511, t-statistik sebesar 4,870, dan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini, H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kecepatan Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Persepsi Kecepatan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung dapat diterima.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1. Pengaruh Literasi keuangan Digital Terhadap kepuasan nasabah Menabung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini, Literasi Keuangan Digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Kutuh. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman dan kemampuan digital nasabah dalam mengakses serta mengelola layanan keuangan berbasis teknologi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan layanan simpanan yang disediakan oleh LPD. Ketika nasabah

memiliki pemahaman tentang aplikasi mobile banking, mampu melakukan transaksi digital dengan lancar, memahami keamanan transaksi online, serta mampu membandingkan produk keuangan digital dengan baik, maka akan tercipta pengalaman menabung yang lebih efisien, nyaman, dan terpercaya.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah terhadap layanan keuangan digital. Dalam studi oleh (Basri & Leo, 2023), literasi keuangan digital memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk perbankan digital, termasuk dalam aktivitas menabung. Begitu pula hasil studi oleh (Anisa, 2024) menunjukkan bahwa pemahaman terhadap informasi digital keuangan memperkuat persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan, yang berdampak pada meningkatnya kepuasan. Penelitian oleh (Mulyati et al., 2024) juga mengungkap bahwa kemampuan literasi digital memberikan kontrol lebih besar kepada nasabah dalam mengelola transaksi mereka, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka terhadap institusi keuangan.

Dalam konteks penelitian ini, Literasi Keuangan Digital telah terbukti menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan nasabah dalam menabung di LPD. Oleh karena itu, LPD Desa Adat Kutuh dapat mempertimbangkan untuk terus mengembangkan edukasi digital kepada nasabah melalui sosialisasi, pelatihan, dan penyediaan sarana teknologi yang mudah digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

4.4.2. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Persepsi Kecepatan Layanan

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, variabel Literasi Keuangan Digital (LKD) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kecepatan Layanan (PKL) pada LPD Desa Adat Kutuh. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan nasabah dalam memahami, mengakses, dan menggunakan layanan keuangan digital secara efektif, maka semakin baik pula persepsi mereka terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut.

Nasabah yang memiliki literasi keuangan digital yang baik akan lebih mudah memanfaatkan fitur-fitur layanan keuangan berbasis teknologi, seperti mobile banking, e-statement, atau sistem antrian digital. Kemampuan ini membuat mereka lebih efisien dalam bertransaksi, mengurangi waktu tunggu, serta meminimalkan hambatan komunikasi dengan petugas layanan. Akibatnya, mereka menilai bahwa pelayanan yang diberikan lebih cepat, efisien, dan memuaskan dibandingkan dengan nasabah yang belum terbiasa menggunakan teknologi.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Rahayu & Pusparini (2021) yang menyatakan bahwa literasi digital berperan penting dalam meningkatkan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan perbankan berbasis digital. Selain itu, studi oleh Fadilah dan Husaini (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital dapat mempercepat proses pengambilan keputusan finansial dan mempersepsikan layanan sebagai lebih cepat dan efisien. Dalam konteks LPD yang sedang

bertransformasi digital, keterampilan digital nasabah menjadi kunci keberhasilan pelayanan yang berorientasi pada kecepatan dan kepuasan.

Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan digital di kalangan nasabah tidak hanya berdampak langsung terhadap pemahaman produk keuangan, tetapi juga meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas dan kecepatan layanan, yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas dan kepuasan nasabah dalam jangka panjang.

4.4.3. Pengaruh Persepsi Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini, Persepsi Kecepatan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin cepat dan responsif pelayanan yang dirasakan oleh nasabah dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan, khususnya LPD, maka semakin tinggi pula kepuasan mereka dalam menabung. Kecepatan dalam memberikan tanggapan terhadap keluhan, kecepatan dalam pemrosesan transaksi, serta ketepatan waktu dalam pemberian layanan, menjadi faktor kunci dalam membentuk persepsi positif terhadap kinerja pelayanan.

Teori Service Quality (SERVQUAL) oleh (Parasuraman et al., 2008) menegaskan bahwa dimensi responsiveness (daya tanggap) merupakan salah satu komponen utama dalam membentuk persepsi kualitas layanan. Ketika nasabah merasa bahwa layanan diberikan dengan cepat dan efisien, maka akan tumbuh rasa puas, aman,

dan nyaman dalam menggunakan produk keuangan, termasuk layanan simpanan. Kepuasan tersebut berkontribusi pada peningkatan loyalitas, retensi nasabah, serta niat untuk merekomendasikan layanan kepada pihak lain.

Temuan ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Misalnya, (Handayani, 2023) menunjukkan bahwa persepsi terhadap kecepatan dan ketepatan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah bank daerah di Indonesia. Dalam studi oleh (Ambarwati, 2014), kecepatan dalam pelayanan menjadi salah satu indikator dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah layanan perbankan berbasis komunitas. Penelitian Sari dan Nursalim (2023) juga menunjukkan bahwa pelanggan yang merasakan layanan cepat dan sigap akan lebih mungkin merasa puas dan loyal terhadap lembaga keuangan yang bersangkutan. Selain itu, Sihombing & Lestari (2021) menemukan bahwa dalam konteks lembaga keuangan mikro, seperti koperasi simpan pinjam dan LPD, kecepatan pelayanan berkontribusi langsung terhadap persepsi kualitas dan kepuasan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya membangun sistem pelayanan yang cepat, efisien, dan tanggap di lingkungan LPD Desa Adat Kutuh untuk menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah menabung. Oleh karena itu, penguatan kapasitas SDM, penggunaan teknologi informasi, dan perbaikan SOP pelayanan menjadi aspek strategis yang harus terus dikembangkan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Secara lebih rinci, simpulan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kepuasan Nasabah Menabung
Penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di LPD Desa Adat Kutuh. Semakin baik literasi keuangan digital maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah menabung.
2. Literasi Keuangan Digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Persepsi Kecepatan Layanan. Nasabah yang memiliki literasi digital semakin baik akan meningkatkan persepsi bahwa layanan yang diberikan oleh LPD lebih cepat
3. Persepsi Kecepatan Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. Nasabah yang merasakan pelayanan yang cepat, tanggap, dan tepat waktu cenderung merasa lebih puas dalam melakukan aktivitas keuangan di LPD.

5.2. Saran

1. Literasi Keuangan Digital menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah menabung. Oleh karena itu, LPD Desa

Adat Kutuh disarankan untuk terus memperkuat edukasi dan sosialisasi terkait penggunaan layanan keuangan digital kepada seluruh nasabah. Program literasi dapat dilakukan melalui pelatihan langsung di kantor, pembagian brosur digital, atau penyuluhan berkala berbasis komunitas. Edukasi yang menasar berbagai kelompok usia, terutama kalangan lansia dan pemula digital, sangat penting agar semua nasabah merasa percaya diri dan aman dalam menggunakan aplikasi keuangan berbasis teknologi. Selain itu, peningkatan literasi keuangan digital juga perlu diberikan kepada karyawan LPD melalui pelatihan teknis dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, sehingga mereka mampu memberikan pendampingan yang optimal, responsif, dan tepat sasaran kepada nasabah. Upaya terpadu ini diyakini dapat meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan nasabah terhadap LPD dalam jangka panjang.

2. Karena Literasi Keuangan Digital juga berkontribusi terhadap persepsi kecepatan layanan, maka kedua hal ini perlu diintegrasikan dalam strategi peningkatan layanan LPD. Nasabah yang memahami penggunaan fitur digital seperti aplikasi transaksi, cek saldo online, atau notifikasi otomatis cenderung merasa bahwa pelayanan berjalan lebih cepat. Maka dari itu, LPD perlu menyediakan layanan digital yang tidak hanya fungsional, tetapi juga mudah digunakan dan ramah terhadap pengguna baru. Dukungan staf dalam membantu nasabah memahami penggunaan fitur digital secara langsung di tempat juga dapat meningkatkan adopsi teknologi dan membentuk persepsi pelayanan yang cepat dan efisien.

3. Persepsi kecepatan layanan terbukti memengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Oleh karena itu, LPD diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mempercepat proses transaksi, merespons keluhan secara tanggap, dan menyederhanakan prosedur administratif. Penggunaan sistem antrean digital, peningkatan kapasitas staf layanan, serta pemanfaatan teknologi seperti chatbot atau pesan otomatis bisa menjadi solusi konkret untuk memberikan layanan yang cepat dan efisien. Lingkungan layanan yang cepat dan profesional akan memberikan pengalaman positif yang pada akhirnya memperkuat loyalitas nasabah.

5.3. *Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang*

5.3.1 **Keterbatasan Penelitian**

1. Ukuran Sampel yang Terbatas. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari satu lembaga keuangan mikro, yaitu LPD Desa Adat Kutuh, dengan jumlah sampel yang relatif kecil. Hal ini membatasi generalisasi hasil penelitian ke LPD lain yang memiliki karakteristik geografis, jumlah nasabah, atau teknologi layanan yang berbeda.
2. Keterbatasan Variabel. Studi ini hanya memfokuskan pada peran variabel utama, yaitu Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kecepatan Layanan untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah Menabung. Padahal, terdapat variabel lain yang juga mungkin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
3. Pendekatan Metodologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis kuesioner dengan pertanyaan tertutup, yang membatasi

ruang eksplorasi terhadap pengalaman subjektif nasabah. Dengan demikian, persepsi atau motivasi yang lebih dalam dari masing-masing individu belum tergali secara maksimal sebagaimana mungkin dapat dilakukan melalui pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi kasus.

4. Batasan Kontekstual. Hasil penelitian ini sangat terkait dengan kondisi sosial, budaya, dan teknologi di lingkungan LPD Desa Adat Kutuh. Oleh karena itu, temuan penelitian mungkin tidak sepenuhnya relevan apabila diterapkan di lembaga keuangan lain yang beroperasi di wilayah berbeda, memiliki infrastruktur digital berbeda, atau melayani demografi nasabah yang tidak serupa.

5.3.2. Agenda Penelitian Mendatang

1. Perluasan Sampel dan Lokasi Penelitian. Penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan sampel yang lebih besar dan mencakup beberapa LPD di berbagai wilayah di Bali atau bahkan di luar Bali. Hal ini bertujuan untuk menguji konsistensi hasil temuan dalam konteks yang lebih luas dan beragam, serta melihat perbedaan perilaku nasabah di daerah dengan tingkat adopsi teknologi digital yang berbeda.
2. Penambahan Variabel Baru. Penelitian selanjutnya dapat memperluas model dengan memasukkan variabel lain seperti, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap lembaga, persepsi keamanan digital, dan *Brand Image*.* Variabel tersebut dapat berfungsi sebagai mediasi atau

moderasi dalam menjelaskan hubungan antara literasi keuangan digital dan kepuasan nasabah menabung secara lebih mendalam.

3. Pengembangan Indikator Variabel. Indikator literasi keuangan digital dan kecepatan layanan dapat dikembangkan secara lebih spesifik, misalnya dengan mengadopsi indikator berbasis teknologi keuangan terkini seperti aplikasi mobile banking. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih relevan terhadap perkembangan teknologi keuangan saat ini.
4. Pendekatan Metodologi Campuran. Disarankan penggunaan pendekatan *mixed-method* yang mengombinasikan kuantitatif dan kualitatif, seperti kuesioner yang dilengkapi dengan wawancara mendalam terhadap nasabah. Pendekatan ini dapat menggali lebih dalam persepsi, hambatan, dan pengalaman nyata nasabah dalam menggunakan layanan digital LPD.
5. Penelitian Longitudinal (Studi Jangka Panjang). Penelitian ke depan juga bisa dilakukan secara longitudinal untuk melihat perkembangan persepsi dan tingkat kepuasan nasabah seiring dengan peningkatan layanan digital dan literasi finansial dalam jangka waktu yang lebih panjang. Dengan desain ini, peneliti dapat menangkap perubahan perilaku nasabah terhadap layanan digital secara lebih dinamis dan berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Alifandi, T., & Fasa, M. I. (2025). Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 3(01), 25–32. <https://doi.org/10.59422/lbm.v3i01.533>
- Alysa, A., Muthia, F., & Andriana, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung dan Perilaku Berbelanja pada Generasi Z. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2811–2823. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4706>
- Amalia Herwindhani, K. (2021). *Analisis Hubungan Antara Inovasi Layanan, Kualitas Layanan, Dan Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Sem-Pls Di Perbankan Syariah (Studi Kasus: Bank Btn Syariah Kcs Surabaya)*. 1–148.

<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/184471/>

Ambarwati, Y. . (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya. *Akrual: Jurnal Akuntansi*, 6(1), 83–103.

Anggraini, A. S. N. (2024). *Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Manajemen Keuangan Remaja Di Desa Sumberejo*.

https://repository.unpkediri.ac.id/13549/%0Ahttp://repository.unpkediri.ac.id/13549/3/RAMA_87203_2012030028_0711098201_0006016701_01_front_ref.pdf

Anisa, R. (2024). Pengaruh Literasi E-Finansial (Kemudahan, Kenyamanan, Keamanan) Dan Kualitas Layanan Pengguna Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Bri Unit Koto Baru Dharmasraya Tahun 2023). *Manajemen Dewantara*, 8(2), 41–49.

<https://doi.org/10.30738/md.v8i2.18151>

Atika, Afriyani, S., & Sahamony, N. F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Hedonisme. *Owner*, 2(1), 76–89.

Aulia Sari, P., Inti Suryani, E., & Yonnawati, Y. (2025). Peran Pemerintah Pekon Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *Governance*, 13(1), 32–48. <https://doi.org/10.33558/governance.v13i1.10511>

Azam, M. A., Mauluddiyah, Z. luluk, & Rukin, A. A. (2025). *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan*. www.freepik.com

Destania, C. O., & Puspitasari, E. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap

- Kinerja Keuangan Sektor Keuangan di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 9(3), 513–524. <https://doi.org/10.17509/jrak.v9i3.32123>
- Eka Ramadani, R., Sofyani, H., & Putra, A. Z. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kesiapan Pegawai Pemerintah Daerah Dalam Mengadopsi Teknologi Blockchain Pada Sistem Informasi Akuntansi Manajemen. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 109–122. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i2.28>
- Febriani, A. K. (2023). Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pre Lawu Kediri. *Islamic Economic and Finance Journal*, 10(1).
- Fitri, M. F. S., & Fitri, A. O. (2024). Persepsi Nasabah pada Layanan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 1(2), 73–79.
- Handayani, J. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Perwira Journal of Economics & Business*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v3i2.212>
- Ilham, M. (2023). *Evaluasi Penggunaan Sistem Informasi Bank Digital menggunakan Pendekatan Delone & Mclean*. 13–99. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/46191>
- K. Pramudito, D., Achmady, S., Ratna Tungga Dewa, D. M., Pitri, T., & Candrasari Hermanto, D. M. (2023). The Application of Technology-Organization-Environment Framework to Analyze SME Readiness in Using Digital Payment Applications. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(3), 95–90. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i3.406>

- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2018). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6020040>
- Lestari, S. (2024). Pengaruh Fitur dan Layanan Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah. *Thesis*, 6(6), 2817–2829.
- Mariani, M. M., Hashemi, N., & Wirtz, J. (2023). Artificial intelligence empowered conversational agents: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Business Research*, 161(January), 113838. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113838>
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Muhammad Basri, & Muarif Leo. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 421–427. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.659>
- Muhyiddin. (2024). ... Kualitas Layanan, Kecepatan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo *Journal of Business Management and Islamic Banking*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/27740/>
- Mulyati, S., Septiani, N., & Marlina, L. (2024). Digital Transformation in Banking Services: The Impact of Mobile Banking on Customer Satisfaction at Islamic Banks in Tasikmalaya City. *Brilliance: Research of Artificial Intelligence*, 4(2), 757–763. <https://doi.org/10.47709/brilliance.v4i2.4967>

- Nugroho, A., & Mutiaraningrum, I. (2020). EFL teachers' beliefs and practices about digital learning of English. *EduLite: Journal of English Education, Literature and Culture*, 5(2), 304. <https://doi.org/10.30659/e.5.2.304-321>
- Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (2008). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(January), 12–35.
- Park, Y., Jeon, M. H., & Shin, S. U. (2023). Blockchain-Based Secure and Fair IoT Data Trading System with Bilateral Authorization. *Computers, Materials and Continua*, 76(2), 1871–1890. <https://doi.org/10.32604/cmc.2023.039462>
- Puspitasari, D. (2024). “pengaruh literasi keuangan digital dan religiusitas terhadap pengambilan keputusan investasi tinjauan theory of planned behavior” (Studi Pada Investor Saham Syariah). *Skripsi, FIA UII, Yogyakarta*.
- Putri, T. M., & Herman, S. (2022). Pengaruh model penerimaan teknologi dan literasi keuangan syariah terhadap niat transaksi zakat, Infaq, dan sedekah (ZIS) berbasis digital (Studi kasus Jabodetabek). *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 194–195. <https://jurnal.insan.ac.id/index.php/istimrar/article/view/149>
- Rahmah, M. I. (2023). Pengaruh layanan webform bank syariah indonesia, layanan mobile banking dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Ponorogo). *Skripsi*.
- Rizal, S., Sp, M., & Lutfi, M. (n.d.). *pada gen z di propinsi jambi Dosen Pembimbing :*

- Salsabila, T. S., & Amri, A. (2025). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Keuangan Digital terhadap Inklusi Keuangan: Studi pada Nasabah Bank Syariah di Kota Tangerang dengan Media Sosial sebagai Moderator. *Jesya*, 8(1), 526–543. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1940>
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pd Bpr Bank Daerah Klaten. *Excellent*, 6(2), 124–135. <https://doi.org/10.36587/exc.v6i2.591>
- Sharfina, N. A. (2023). *thesis analisa pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap smart branch (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Mamuju)*.
- Siti Humairoh, M. (2024). Pengaruh pelayanan perbankan syariah dan produk tabungan ib siaga terhadap kepuasan nasabah bank kb bukopin syariah. *Jurnal Tabarru'*, 7(2), 678–690.
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122(September 2019), 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Wang, H., Chatterjee, G., Meyer, J. J., Liu, C. J., Manjunath, N. A., Bray-Ward, P.,

- & Lengyel, P. (1999). Characteristics of three homologous 202 genes (Ifi202a, Ifi202b, and Ifi202c) from the murine interferon-activatable gene 200 cluster. *Genomics*, 60(3), 281–294. <https://doi.org/10.1006/geno.1999.5923>
- Wibowo, M. A., & Yuliana, I. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Intellectual Capital Sebagai Vari-abel Moderasi. *Inovator*, 9(2), 75. <https://doi.org/10.32832/inovator.v9i2.3424>
- Widjaya, M. A., & Fasa, M. I. (2024). *strategy to improve literacy and inclusion of islamic financial in supporting the transition to a green economy*. November, 7429–7442.
- Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan. *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 374–383.
- Zhu, H., Jin, W., Xiao, M., Murali, S., & Li, M. (2020). Blinkey: A two-factor user authentication method for virtual reality devices. *Proceedings of the ACM on Interactive, Mobile, Wearable and Ubiquitous Technologies*, 4(4). <https://doi.org/10.1145/3432217>