

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN NASABAH DAN KUALITAS
PRODUK KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(STUDI KASUS BSI KCP. JATIBARANG)**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST AND THE
QUALITY OF SHARIA FINANCIAL PRODUCTS ON CUSTOMER
SATISFACTION (CASE STUDY OF BSI KCP. (JATIBARANG)***

Salsabila Faruq¹

Email : Salsabilafaruq2@gmail.com

Abdul Muiz AWKA M.Si²

Email : muizzaw20@syekhnurjati.ac.id

Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy³

Email : afiqohagustin@syekhnurjati.ac.id

Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transparansi dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan organisasi pengelola zakat serta peran kompetensi SDM sebagai variabel moderasi. Studi ini dilakukan pada Organisasi Pengelola Zakat di Kota Makassar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal komparatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 32 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda dan uji Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan pendekatan nilai selisih mutlak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan keuangan, kompetensi SDM memoderasi pengaruh transparansi terhadap kualitas laporan keuangan, dan kompetensi SDM tidak memoderasi pengaruh antara pemanfaatan teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan. Implikasi penelitian ini menggarisbawahi pentingnya transparansi dan pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas laporan keuangan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap organisasi pengelola zakat.

Kata Kunci: Transparansi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kualitas Laporan Keuangan, Kompetensi

Abstract

This study aims to determine the influence of transparency and the use of information technology on the quality of financial reports, as well as the role of HR competency as a moderating variable. This study was conducted at the Zakat Management Organization in Makassar City. The study used a quantitative approach with a causal comparative method. Data were collected through questionnaires from 32 respondents selected using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out using multiple linear regression and the Moderated Regression Analysis (MRA) test using the absolute difference value approach. The results of the study indicate that transparency and utilization of information technology have a positive and significant effect on the quality of financial reports, HR competency moderates the effect of transparency on the quality of financial reports, and HR competency does not moderate the effect between the utilization of information technology on the quality of financial reports. The implications of this study underline the importance of transparency and utilization of information technology in improving the quality of financial reports so that it can increase public trust in zakat management organizations.

Keywords: Transparency, Utilization of Information Technology, Quality of Financial Reports, Human Resource Competence

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dengan bermunculannya berbagai lembaga keuangan, mulai dari lembaga keuangan konvensional hingga lembaga keuangan berbasis syariah. Indonesia juga merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan berpotensi menjadi yang paling unggul dalam industri keuangan syariah. Bank syariah berperan penting sebagai fasilitator seluruh kegiatan perekonomian dalam ekosistem industri halal (Wulandari, 2022). Hal tersebut dapat berarti bahwasanya potensi Indonesia untuk menjadi negara dengan nilai aset ekonomi syariah di dunia menjadi tinggi.

Perbankan syariah merupakan jenis lembaga keuangan berbasis syariah (bps.go.id). Namun pertumbuhan industri perbankan di Indonesia semakin pesat dan persaingan antar bank semakin meningkat. Di era globalisasi, Persaingan

bisnis yang semakin meningkat tidak hanya menciptakan peluang namun juga tantangan. Demikian pula tantangan bagi dunia usaha, termasuk di sektor perbankan, adalah bagaimana agar selalu menemukan cara terbaik untuk mempertahankan pangsa pasar (Ana, 2022).

Dalam persaingan saat ini, semua perusahaan khususnya bank syariah menghadapi persaingan yang ketat. Karena ketatnya persaingan dari pesaing perbankan konvensional, bank syariah harus sangat berhati-hati dalam menilai kebutuhan nasabah dan berusaha memuaskan mereka dengan menawarkan layanan pasar terbaik dan paling efisien. Oleh karena itu, dalam merencanakan strategi, bank syariah harus kreatif dan akurat dalam mengidentifikasi kebutuhan nasabah untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan menjamin keberlangsungan nasabah supaya tetap diminati masyarakat.

Salah satu ciri bank syariah adalah bagi hasil. Nisbah bagi hasil merupakan hal yang penting dalam menentukan bagi hasil bank syariah yang disepakati kedua belah pihak yang bertransaksi. Bagi hasil pada perbankan syariah dimaksudkan untuk menggantikan keuntungan bank pada perbankan tradisional. Keuntungan yang diperoleh nasabah berupa bagi hasil menjadi alasan nasabah tetap ingin menabung di bank syariah (Wahyuni, 2021).

Bank syariah akan berhasil menarik lebih banyak nasabah jika mampu memberikan kepercayaan kepada nasabahnya. Membangun kepercayaan kepada nasabah akan membuahkan hasil. Hal ini termasuk memberikan kesan positif kepada nasabah dan menyampaikan rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah yang lain sehingga bermanfaat bagi perusahaan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasannya ada beberapa permasalahan di BSI Jatibarang masih sering terjadi dikarenakan kurangnya upaya dan konsistensi BSI memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Seperti pada tanggal 3 Juli 2024 sejumlah pengguna BSI mobile

mengeluh bahwa tidak bisa melakukan transaksi, saat aplikasi dibuka hanya muncul logo bsi saja dan keluar sendiri dari aplikasi BSI Mobile. Hal ini menyebabkan nasabah merasa kecewa dengan pelayanan BSI.

Nasabah juga ada yang mengalami terkait dana di tabungannya , pada saat nasabah mengalami kendala transaksi saat mengambil uang di ATM dan uang tersebut tidak keluar dari mesin ATM tapi saldo ATM hilang, hal ini menyebabkan nasabah merasa kecewa dengan pelayanan BSI. Dan ada juga nasabah yang mengalami kehilangan saldo direkeningnya , setelah dicek riwayat transaksi oleh pihak BSI memang benar terdapat aktivitas transfer yang dilakukan ke rekening asing, setelah diteliti ternyata kasus ini disebabkan karna atas kelalaian nasabah itu sendiri mengklik link sembarangan yang dishare oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dan mengatas namakan BSI. Pihak BSI juga selalu menghimbau para nasabah untuk mengecek transaksi finansial secara berkala dan juga tidak memberikan password serta data pribadi, OTP kepada keluarga, atau oknum yang mengatasnamakan BSI maupun pihak lainnya selain diri sendiri (Tempo.co, 2024)

Nasabah juga mengalami berbagai masalah terkait transaksi top up E-wallet, seperti top up ke aplikasi dana/shopepay itu juga sering mengalami Error/ sedang ada maintenance layanan.

Akibat dari pelayanan BSI yang sering mengalami gangguan tersebut berdampak pada ketidakpuasan nasabah merasa kurang aman menyimpan uang di BSI dan takut uangnya hilang sehingga beberapa nasabah memutuskan untuk pindah ke bank lain (Tempo.co, 2023).

Layanan BSI juga kembali mengalami gangguan, karna adanya peningkatan kapasitas sistem sehingga transaksi menggunakan BSI mobile dan layanan ATM tidak dapat digunakan untuk sementara waktu, akibatnya sejumlah nasabah mengeluh dimedia sosial terkait masalah tersebut (CNN Indonesia, 2024).

Dari keluhan tersebut terlihat bahwa penanganan yang diberikan kurang memuaskan bagi nasabah. Padahal, penanganan keluhan atau komplain dari nasabah harus diperhatikan dengan baik. Kepercayaan nasabah sangat ditentukan

oleh kualitas layanan yang mereka terima. Semakin nasabah menghargai layanan dan produk yang disediakan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap perusahaan (Suariedewi & Suprapti, 2020).

Research Gap dapat dilihat pada penelitian sebelumnya, pada penelitian (Mashud, 2021) ditemukan hasil bahwa kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, sejalan dengan penelitian (Rahfizah et al., 2020) yang memberikan hasil bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk. Berbeda dengan penelitian (Mawey et al., 2018) yang menyatakan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah . Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika nasabah merasa tidak puas, kemungkinan besar nasabah akan mengurangi penggunaan produk secara bertahap. Kondisi ini juga dapat menurunkan peluang bagi nasabah untuk merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain (Y. W. Astuti et al., 2020)

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merasa tertarik untuk mendalami dan menganalisis lebih lanjut permasalahan ini dalam sebuah penelitian yang berjudul. *“Analisis Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Produk Keuangan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah” (Studi kasus di Bank Syariah Kcp Jatibarang Indramayu).*

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian yang telah disampaikan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya upaya dalam memenuhi harapan nasabah dapat menghambat terciptanya kepuasan yang diinginkan.
2. Nasabah kehilangan saldo akibat mengklik link sembarangan
3. BSI alami gangguan dikarenakan sedang ada pemeliharaan sistem
4. Nasabah mengalami gangguan saat top up E-wallet

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepuasan Nasabah

kepuasan konsumen adalah “sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli, bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira”. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. Kualitas Pelayanan: Nasabah cenderung merasa puas ketika mereka menerima pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan mereka.
- b. Harga: Produk yang memiliki kualitas setara, namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau, akan memberikan nilai lebih bagi Nasabah.
- c. Kualitas Produk: Nasabah akan merasa puas jika evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang tinggi.
- d. Biaya dan Kemudahan: Nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk memperoleh suatu produk biasanya akan lebih puas dengan produk tersebut.

B. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan nasabah merupakan elemen kunci dalam hubungan antara nasabah dan penyedia jasa keuangan seperti bank. Kepercayaan mengacu pada keyakinan nasabah terhadap kemampuan, kejujuran, dan keandalan bank dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya. Beberapa teori dan pendapat ahli mengemukakan bahwa kepercayaan pelanggan didasarkan pada beberapa faktor seperti , kejujuran, transparansi, dan kualitas layanan.

C. Kualitas Produk Keuangan Syariah

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk nilai yang mengandung kompleksitas kepuasan. Para nasabah membeli jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan mereka menilai kualitas layanan

berdasarkan sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi harapan tersebut. Penilaian yang diberikan oleh nasabah berkaitan erat dengan manfaat atau keuntungan yang mereka peroleh. Untuk mencapai kualitas produk yang baik, penting untuk memahami secara menyeluruh harapan pelanggan dan berupaya meningkatkan nilai produk atau layanan guna memenuhi harapan tersebut. (R. R. Sari et al., 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 30 item pertanyaan yang dinilai dengan skala Likert 1-5. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Statistik Deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, Uji korelasi Parsial, uji analisis linear berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan *IBM SPSS 26*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik Deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata hitung (mean), standard deviasi, maximum, dan minimum. Berikut adalah hasil pengujian statistic deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kepercayaan	100	32.66	50.37	40.1151	5.01996
kualitas produk	100	18.43	29.41	23.6591	2.97742
kepuasan	100	14.38	23.67	20.1589	2.18524
Valid N (listwise)	100				

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat kita simpulkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah :

- 1) Variabel Kepercayaan (X1), dari data di atas bisa disimpulkan bahwa nilai minimum 32,66 sedangkan nilai maksimum sebesar 50,37, nilai rata-ratanya sebesar 40,1151, dan Standar deviasi data kepercayaan adalah 5,01996.
2. Variabel Kualitas Produk (X2), dari data di atas bisa disimpulkan bahwa nilai minimum 18,43 sedangkan nilai maksimum sebesar 29,41, nilai rata-ratanya sebesar 23,6591, dan Standar deviasi data kualitas produk adalah 2,97742.
3. Variabel Kepuasan (Y), dari data di atas bisa disimpulkan bahwa nilai minimum 14,38 sedangkan nilai maksimum sebesar 23,67, nilai rata-ratanya sebesar 20,1589, dan Standar deviasi data kepuasan adalah 2,18524.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel. Untuk menemukan r tabel maka melalui degree of freedom (df) = $n - 2$ terlebih dahulu, (n) yang dimaksud diatas yaitu jumlah sampel. Dengan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 30 orang, maka dapat diukur besarnya df yaitu $30-2=28$ dan α 0,05 didapat r -tabel = 0,361. Dari hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 26, maka dapat diketahui hasil uji validitas setiap variabel penelitiannya adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kepercayaan Nasabah (X1)	1	0,913	0,361	Valid
	2	0,674	0,361	Valid
	3	0,762	0,361	Valid
	4	0,495	0,361	Valid
	5	0,913	0,361	Valid
	6	0,629	0,361	Valid
	7	0,675	0,361	Valid
	8	0,747	0,361	Valid
	9	0,593	0,361	Valid
Kualitas produk keuangan syariah (X2)	1	0,789	0,361	Valid

	2	0,841	0,361	Valid
	3	0,633	0,361	Valid
	4	0,691	0,361	Valid
	5	0,612	0,361	Valid
Kepercayaan nasabah (Y)	1	0,635	0,361	Valid
	2	0,573	0,361	Valid
	3	0,546	0,361	Valid
	4	0,492	0,361	Valid

(Sumber: Pengolahan Data SPSS, Tahun 2024)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai r-hitung dari setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai r-tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang digunakan disetiap variabel adalah valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel yang peneliti ajukan dianggap valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur yang digunakan berulang kali. Pengujian yang dipakai adalah dengan teori Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel, jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,60. Hasil pengujian menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.923	18

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan dari data di atas yang merupakan output hasil uji realibilitas variabel, maka dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Hal itu dikarenakan variabel

mempunyai nilai Cronbach Alpha yang lebih besar daripada nilai yang ditetapkan.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Sebuah data bisa dikatakan normal jika nilai signifikansi yang dihasilkan $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa distribusi data yang ada dalam penelitian tersebut dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka distribusi data pada penelitian tersebut dikatakan tidak normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas ini adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov.

One-Sampel Kolmogorov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.50148934	
Most Extreme Differences	Absolute	.098	
	Positive	.066	
	Negative	-.098	
Test Statistic		.098	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.020 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.282 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.270
		Upper Bound	.293

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Dari hasil output spss di atas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan menggunakan uji normalitas metode monte carlo. Karena berdasarkan hasil uji normalitas sebelumnya data tidak berdistribusi normal, maka perlu adanya penyembuhan data normal dengan cara metode monte carlo dengan menguji menggunakan uji monte carlo diperoleh bahwa nilai residual dalam

penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikan 0,282 lebih besar dari 0,05.

5. Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel-variabel penelitian mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Kriteria pengujiannya Jika nilai Linearity (sig) > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak ada hubungan linear antara variable-variabel yang diteliti dan jika nilai linearity (sig) < 0,05 maka dapat disimpulkan ada hubungan antara variable-variabel yang diteliti.

Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan * kepercayaan	Between Groups	(Combined)	387.489	43	9.011	5.919	.000
		Linearity	229.758	1	229.758	150.903	.000
		Deviation from Linearity	157.731	42	3.755	2.467	.001
Within Groups			85.263	56	1.523		
Total			472.752	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan * kualitas produk	Between Groups	(Combined)	283.832	26	10.917	4.218	.000
		Linearity	212.771	1	212.771	82.216	.000
		Deviation from Linearity	71.061	25	2.842	1.098	.367
Within Groups			188.920	73	2.588		
Total			472.752	99			

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Dari data output Linearity di atas bahwa hasil nilai X1 terhadap Y dan X2 terhadap Y signifikansi < 0,05 yaitu 0,000 maka dapat dikatakan distribusi data pada penelitian tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

6. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak.

Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai toleransi > 10% dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.754	1.297		5.205	.000		
	kepercayaan	.193	.048	.444	3.999	.000	.395	2.532
	kualitas produk	.239	.081	.326	2.934	.004	.395	2.532

a. Dependent Variable: kepuasan

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan di atas, masing-masing variabel memiliki nilai tolerance sebesar 0,395 dan nilai VIF sebesar 2,532 Artinya dari masing-masing variabel memiliki nilai yang melebihi batas tolerance yaitu 0,10 dari nilai VIF yang tidak melebihi batas VIF dari yang telah ditetapkan yaitu 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

7. Uji Heterokidastisitas

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.383 ^a	.147	.101	3.40546

a. Predictors: (Constant), x1x2, kualitas produk, kepercayaan, X2_kuadrat, X1_kuadrat

b. Dependent Variable: U2T

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji white dengan SPSS 26, Dapat dilihat dari tabel diatas kriteria pengujian menggunakan Tingkat

signifikansi 5% atau 0,05 untuk nilai chi square tabel berada pada nilai 123,225. Mencari nilai chi square hitung dengan rumus : $R^2 \times n$ (jumlah sampel). Nilai R square sebesar 0,147 yang didapat dari model summary yang akan dikalikan dengan $n=100$. Sehingga nilai R square hitung sebesar 14,7. Dasar pengambilan Keputusan pada uji white adalah apabila nilai chi square hitung lebih kecil (<) dari nilai chi square tabel, maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Yang artinya nilai chi square hitung 14,7 lebih kecil dari nilai chi square tabel 123,225 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

8. Uji Analisis Korelasi Parsial

Uji korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel di mana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol).

Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial

Control Variables		Correlations			
		kepercayaan	kualitas produk	kepuasan	
-none- ^a	kepercayaan	Correlation	1.000	.778	.697
		Significance (2-tailed)	.	.000	.000
		df	0	98	98
	kualitas produk	Correlation	.778	1.000	.671
		Significance (2-tailed)	.000	.	.000
		df	98	0	98
	kepuasan	Correlation	.697	.671	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.000	.
		df	98	98	0
kepuasan	kepercayaan	Correlation	1.000	.583	
		Significance (2-tailed)	.	.000	
		df	0	97	
	kualitas produk	Correlation	.583	1.000	
		Significance (2-tailed)	.000	.	
		df	97	0	

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi antara kepercayaan (X1) dengan Kualitas Produk (X2) yaitu 0,778 hal ini

menunjukkan masuk dalam korelasi sangat kuat. Kemudian nilai koefisien korelasi antara kepercayaan (X1) dengan Kepuasan (Y) yaitu 0,697 hal ini menunjukkan masuk dalam korelasi kuat. Selanjutnya nilai koefisien korelasi antara Kualitas Produk (X2) dengan Kepuasan (Y) yaitu 0,671 hal ini menunjukkan masuk dalam korelasi kuat.

9. Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Karena pada penelitian ini menggunakan variabel bebas, maka penelitian ini dinamakan analisis regresi linear berganda. Berikut penjabaraannya:

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.754	1.297		5.205	.000
	kepercayaan	.193	.048	.444	3.999	.000
	kualitas produk	.239	.081	.326	2.934	.004

a. Dependent Variable: kepuasan

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Dari pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan alat SPSS 26 dapat digunakan untuk menyusun model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6,754 + 0,193X_1 + 0,239X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Nasabah

X1 : Kepercayaan Nasabah

X2 : Kualitas Produk Keuangan Syariah

a : Konstan

b : Koefisien Korelasi

e : Error

Dari persamaan Regresi diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 6,754 menyatakan bahwa jika variabel kepercayaan dan kualitas produk bernilai nol maka tingkat kepuasan nasabah di BSI KCP. Jatibarang sebesar 6,754.
- b. Koefisien regresi variabel Kepercayaan Nasabah (X1) sebesar 0,193 menyatakan bahwa Kepercayaan Nasabah meningkat sebesar satu-satuan maka nilai kepuasan nasabah di BSI KCP. Jatibarang akan meningkat sebesar 0,193 dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,239 menyatakan bahwa jika kualitas produk meningkat maka nilai kepuasan nasabah di BSI KCP. Jatibarang naik sebesar 0,239 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

10. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (sendiri). Berikut penjabarannya:

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.754	1.297		5.205	.000
	kepercayaan	.193	.048	.444	3.999	.000
	kualitas produk	.239	.081	.326	2.934	.004

a. Dependent Variable: kepuasan

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan **tabel 4.17** di atas menunjukkan bahwa:

1) Variabel Kepercayaan Nasabah (X1)

Berdasarkan tabel coefficients diketahui hasil uji t bahwa besarnya nilai t-hitung variabel Kepercayaan Nasabah sebesar 3,999 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikasinsi 5% berarti $p\text{-value} < 5\% 0,000 < 0,05$ dan diperoleh t-tabel sebesar 1,984. Ini berarti $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu $3,999 > 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan.

2) Variabel Kualitas Produk Keuangan Syariah (X2)

Berdasarkan tabel coefficients diketahui hasil uji t bahwa besarnya nilai t-hitung variabel Kepercayaan Nasabah sebesar 2,934 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Dengan menggunakan batas signifikasinsi 5% berarti $p\text{-value} < 5\% 0,000 < 0,05$ dan diperoleh t-tabel sebesar 1,984. Ini berarti $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu $2,934 > 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel kualitas produk keuangan syariah berpengaruh positif signifikan.

b. Uji F (Uji Silmutan)

Uji F atau Uji Simultan digunakan untuk menguji variable bebas kepercayaan nasabah (X1) dan kualitas produk keuangan syariah (X2) secara Bersama-sama terhadap variable Kepuasan Nasabah (Y).

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.559	2	124.780	54.230	.000 ^b
	Residual	223.193	97	2.301		
	Total	472.752	99			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kepercayaan

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Berdasarkan tabel hasil uji F anova diperoleh nilai f-hitung (54,230) dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hal tersebut, maka nilai F-hitung (54,230) > nilai F-tabel (4,30) dengan hal ini H₀ ditolak dan H_a diterima. Dan hal ini diperkuat oleh pernyataan selanjutnya yaitu Sig-hitung (0,000) < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel X₁ (Kepercayaan Nasabah) dan X₂ (Kualitas Produk Keuangan Syariah) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah).

11. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen (%). Berikut penjabarannya:

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.528	.518	1.51689

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kepercayaan

(Sumber: Pengolahan Data SPSS 26, Tahun 2024)

Dari pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan bantuan alat SPSS 26 diketahui bahwa nilai r pada tabel uji koefisien determinasi yaitu 0,727. Hal ini membuktikan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,518 ini mengindikasikan bahwa Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Produk Keuangan Syariah secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah dalam uji koefisien determinasi sebesar 51,8% dan sisanya 48,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Kepercayaan Nasabah terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,00 hasil ini sejalan dengan penelitian dari (Pambudi & Soliha, 2022) yang menyatakan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
2. Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,00 hasil ini sejalan dengan penelitian dari (Munzir et al., 2021) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
3. Berdasarkan hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antar variabel pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas produk keuangan syariah terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 0,000 Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Fenny Syahputri, 2022) yang menyatakan bahwa antar variabel kepercayaan nasabah dan kualitas produk keuangan syariah tersebut berpengaruh signifikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas produk keuangan syariah terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP. Jatibarang. Berdasarkan pengujian hipotesis, hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP. Jatibarang.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk keuangan syariah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP. Jatibarang.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepercayaan nasabah dan kualitas produk keuangan syariah terhadap kepuasan Nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Saran

1. Bagi pihak BSI KCP. Jatibarang

Dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah maka pihak internal harus tetap menjaga dan mempertahankan kualitas produk, kepuasan nasabah dan kepercayaan yang sudah baik. Hanya saja pihak BSI Jatibarang perlu menambah fasilitas, ketanggapan karyawan, dan bentuk empati kepada anggota agar keinginan dan kebutuhan anggota terpenuhi sehingga anggota akan memiliki kepuasan yang tinggi tidak akan terpengaruh pihak lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam hal ini sekiranya dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang, dengan diharapkan menambah variabel yang lain karena masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan

menambahkan referensi yang lengkap, sehingga jangkauan penelitian ini berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, J., & Syariah, P. (2022). *Jamasy : Jamasy* : 2, 50–64.
- Alfian, D., & Noersanti, L. (2020). The Effect of Price, Service Quality and Location on Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Case Study at Pasar Jaya Klender SS). *Indonesian College of Economics*, 1–28.
- Alifiyah, R. (2018). *Kepercayaan dalam hubungan bisnis*. Penerbit ekonomi.
- Ana, et al. (2022). *tantangan dan peluang di sektor perbankan syariah*. penerbit keuangan.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Ardhanari, M., & Viphindartintin, S. (2022). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank syariah indonesia. *Jurnal Istiqro*, 8(1), 63–77.
- Astuti, U., & Gufron, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dimsum Berkah Magetan). *Jurnal Cita Ekonomika*, 17(1), 133–142.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158.
- CNN Indonesia. (2024). *BSI buka suara soal gangguan M-Banking nasabah*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240706125748-78-1118293/bsi-buka-suara-soal-gangguan-m-banking-nasabah>
- Dianto, M. (2020). *Kepercayaan nasabah*. penerbit teknologi.
- Fajarini, A., & Meria, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty INC). *JCA of Economics and Business*, 1(02).
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(01), 22–34. <https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>
- Fenny Syahputri. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah*. 27-Apr-2022.
- Hasibuan, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di cafe Vanilla panyabungan. *Jurnal Misi*, 4(3).

- Irawan, A. W. (2020). Analisis Kualitas Produk untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah. *Tasyri` : Jurnal Tarbiyah-Syari`ah-Islamiyah*, 27(2), 1–10. <https://doi.org/10.52166/tasyri.v27i2.95>
- Japlani, A., Fitriani, F., & Mudawamah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat. *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 3(1).
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. penerbit indeks.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction of. *JECMA (Journal Economics and Management)*, 03(01), 1–9. <https://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/513/313>
- Mail, H. B. (2019). Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 45.
- Manajemen, J., Manekin, I., Irawan, S. N., Putri, H., Sari, P., & Saleh, M. Z. (2023). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Manajemen ...*, 2(02), 249–256.
- Mashud, F. (2021). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Rahn di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pegadaian Syariah Pamekasan*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA.
- Mawey, T. C., Tumbel, A., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Munzir, T., Tanjung, R., Ismanto, W., Arifin, A., & Manan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Dimensi*, 10(1), 178–196. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Nurchahyo, A., & Solekah, N. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(4), 1421–1433.