



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK PERBANKAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA PT. BPRS DINAR ASHRI KANTOR CABANG TERARA)

Ria Kasturi¹, Busaini², Moh. Huzaini³

Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Mataram

riakasturi03@gmail.com¹ busainidr@gmail.com² moh.huzaini@unram.ac.id³

Abstract

This research aims to analyze the influence of service quality, sharia banking products and trust on customer satisfaction at PT. Dinar Ashri KC Terara. This research uses quantitative methods. The sampling technique is NonProbability Sampling with Accidental Sampling technique. The number of respondents in this study was 100 respondents. Data was collected using a questionnaire and then processed using SPSS V24. The results of this research partially show that the variables of service quality, sharia banking products and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Dinar Ashri KC Terara. Simultaneous test results show that all variables X simultaneously influence consumer satisfaction at PT. Dinar Ashri KC Terara. And the results of the coefficient of determination test (R^2) show that the variables of consumer satisfaction, sharia banking products and trust in consumer satisfaction are 41.2% and the remaining 58.8% is influenced by other factors outside the model.

Keywords: service quality, sharia banking products, customer trust and satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, produk perbankan syariah dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri Kantor Cabang Terara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu NonProbability Sampling dengan teknik Accidental Sampling. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan kemudian di olah menggunakan SPSS V24. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial variabel kualitas pelayanan, produk perbankan syariah dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri Kantor Cabang Terara. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa semua variabel X berpengaruh secara simultan terhadap

kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara. Dan hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah, produk perbankan syariah dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah sebesar 41,2% dan sisanya 58,8% dipengaruhi faktor lain diluar model.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Produk perbankan syariah, Kepercayaan dan Kepuasan nasabah.

1. Pendahuluan

Era globalisasi membawa masyarakat menuju dunia dengan laju peradaban yang cepat. Dampak besar globalisasi terlihat pada beragam sektor, terutama pada sektor ekonomi. Perusahaan yang ingin berkembang dan ada terus di pasar harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya disamping barang dan jasa yang bermutu baik, jaminan, harga yang lebih murah, serta penyerahan barang atau jasa yang lebih cepat dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Salah satu sektor yang memegang peran penting sektor perekonomian adalah lembaga keuangan atau perbankan.

Undang-undang perbankan di New York mendefinisikan pengertian bank sebagai segala tempat transaksi valuta setempat, juga merupakan tempat usaha yang berbentuk trust, pemberian diskonto dan memperjual belikan surat kuasa, draf, rekening dan sistem peminjaman; menerima deposito dan semua bentuk surat berharga; member peminjaman; menerima deposito dan semua bentuk surat berharga; memberi pinjaman uang dengan memberikan jaminan berbentuk harta maupun keselamatan pribadi dan memperdagangkan emas batangan, perak, uang dan rekening bank (Maslehuddin, 2004). Dalam menjalankan roda perekonomian sebuah lembaga penyedia jasa keuangan atau bank harus mampu memahami kebutuhan para pelaku ekonomi.

Pada era sekarang masyarakat mulai mengerti akan pentingnya kegiatan ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai islam. Sehingga belakangan ini perbankan syariah muncul dengan menawarkan konsep islami dalam prakteknya. Perbankan syariah kini sudah mampu bersaing secara global. Perbankan syariah menjadi salah satu alternative bagi nasabah dengan menyediakan beragam produk perbankan tanpa takut riba. Dunia perbankan dalam skala internasional telah berhasil mengadaptasi prinsip ekonomi dalam islam (Wibowo dan Untung, 2005).

Pertumbuhan Perbankan Syariah yang berkembang pesat di Indonesia membuat semakin banyak Bank syariah baru bermunculan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang mayoritasnya memeluk agama Islam, mulai memiliki kesadaran untuk menghindari praktik riba dalam kegiatan perbankan dan berpikir untuk memindahkan dananya ke bank syariah. Sehingga, sekarang ini banyak bank umum di Indonesia yang mulai membuka unit syariah hingga menjadi anak perusahaan syariah. Hal ini dibuktikan dengan data statistik perbankan syariah di Indonesia yang dibuat oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tabel 1.1. Statistik Perbankan Syariah di Indonesia.

Indikator	2020	2021	2022
Bank Umum Syariah			
- Total Aset (dalam rupiah)	397,073	441 789	531,860
- Jumlah Bank (unit)	14	12	13
- Jumlah Kantor (unit)	2.034	2.035	2.007
Unit Usaha Syariah			
- Total Aset (dalam miliar rupiah)	196,875	234 947	250 240
- Jumlah Bank Konvensional umum yang memiliki UUS (unit)	20	21	20
- Jumlah Kantor UUS	392	444	438
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah			
- Jumlah Bank (unit)	163	164	167
- Jumlah Kantor (unit)	627	659	668
- Jumlah Tenaga Kerja (orang)	6.750	6 964	7,491

Sumber: Data dan statistik Perbankan Syariah Oleh Otoritas Jasa Keuangan

Bank syaria'ah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur yang harus dihindari dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba (Perwaatmadja, 2005). Mengingat bahwa setiap umat manusia dalam mengisi dan menjalani kehidupannya, perlu melakukan pengendalian dan mengetahui batasan berupa jalur hukum atau syariat islam yang harus dipedomannya sesuai dengan Al-Quran, Sunnah dan Ijma'.

Allah SWT telah menjelaskan dalam surat Ali-Imran ayat 30 yang artinya "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*". Pada ayat tersebut Allah telah melarang praktek riba, yang mana riba tersebut masih dapat dijumpai pada system perbankan konvensional yang dikenal dengan istilah bunga. Berbeda dengan praktek bank syariah yang menganut system bagi hasil. Menurut Sayyid Quthb (2003), praktik riba itu bukanlah tindakan yang satu kali saja dan sepele, tetapi ia merupakan tindakan yang berulang-ulang dilihat dari satu segi, dan bertumpuk-tumpuk dilihat dari segi mengalami penambahan yang berlipat ganda, tanpa dapat dibantah lagi.

Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan kegiatan usaha pada pendanaan dan pembiayaan kepada sektor-sektor riil untuk mengangkat perekonomian masyarakat. Di Nusa Tenggara Barat ada beberapa Bank Pembiayaan rakyat syariah, salah satunya adalah PT. BPRS Dinar Ashri. PT. BPRS Dinar Ashri Mataram didirikan dengan akta notaris Fikry Said, SH No. 26 tanggal 15 April 2006. Kemudian mulai beroperasi tanggal 27 Juli 2006. PT. BPRS Dinar Ashri merupakan bank syariah yang dari awal berdirinya sudah menjadi bank syariah. PT. BPRS Dinar Ashri Memiliki 5 kantor cabang di pulau

Lombok dan Sumbawa, yaitu Kantor cabang Aikmel, cabang Keruak, cabang Terara, cabang Sumbawa, dan kantor cabang Bima. Dan memiliki layanan kantor kas yaitu, kantor kas Kebon Roek, Labuhan Lombok, Gunung Sari dan Kotaraja.

Di Lombok Timur, PT.BPRS Dinar Ashri berkantor di Jl. Terara – Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat dan memiliki lokasi yang strategis dengan jalan negara yang dekat dengan pusat perbelanjaan. Dimana, di depan bank tersebut banyak terdapat pertokoan sehingga mempermudah dalam melakukan kegiatan transaksi baik itu menabung maupun melakukan pembiayaan.

Dalam menjaga eksistensinya maka perbankan harus memberikan pelayanan yang baik pada nasabahnya. Kepuasan pelanggan merupakan suatu langkah evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat diketahui berdasarkan pengalaman konsumen yang pernah diberikan pelayanan. Menurut Kotler (2003) kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan konsumen akan merasakan ketidapuasan bahkan kekecewaan. Apabila kinerja sama dengan harapan konsumen akan merasa senang dan puas.

Menurut Suliyanto (2001) dengan pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan nasabah, maka nasabah akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan nasabahnya untuk tidak meninggalkan bank (beralih kepada bank lainnya) serta dengan pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan nasabah, maka nasabah akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif tanpa mengeluarkan biaya. Perbankan harus berfikir cerdas, tidak hanya berfikir apa yang dijual tetapi yang akan dibeli nasabahnya. Dengan demikian pihak penyedia jasa harus mampu memberikan perhatian penuh pada *service quality* (SERVQUAL) sehingga tujuan pembelian dari nasabah dapat terpenuhi. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) mengidentifikasi lima dimensi ukuran kualitas layanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), dan *empathy* (empati). Pengukuran semacam ini dikenal sebagai model *service quality* (SERVQUAL). Dabhokar, et al. (1996) mengajukan dimensi ukuran kualitas jasa pada bisnis ritel yang meliputi *physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving dan policy* yang merupakan kombinasi dari literatur ritel dan SERVQUAL. Sehubungan dengan hal tersebut dan dari beberapa pemaparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Perbankan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. BPRS Dinar Ashri KC Terara)”**

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan

kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) (Sugiyono 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BPRS Dinar Ashri KC Terara. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 nasabah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket, yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengajukan pertanyaan/pernyataan tertulis kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan sebagai pengukur sikap, pendapat dan persepsi kelompok orang mengenai fenomena yang ada. Analisis data dilakukan dengan tahapan uji statistic deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (Uji F dan Uji T) dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS Versi24.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Data karekteristik responden digunakan untuk melihat gambaran nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang kemudian akan diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan Pendidikan.

1. Karekteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	49	49.0	49.0	49.0
	PEREMPUAN	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Primer diolah

Klarifikasi responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh data yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 49 orang responden atau 49% dari total responden sebanyak 100 orang responden, sedangkan untuk yang berjenis kelamin perempuan 51 orang responden atau 51% dari 100 orang responden.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan table dari 100 responden yang digolongkan berdasarkan frekuensi usia nasabah PT. BPRS Dinar Ashri KC Terara.

Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	27	27.0	27.0	27.0
	30-45	29	29.0	29.0	56.0
	>45	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Primer diolah

Dari hasil penyebaran koesioner berdasarkan tingkat umur diperoleh data sebagai berikut, umur 21-30 tahun diperoleh 27 orang atau 27% orang responden, umur 30-45 tahun diperoleh 29 orang atau 29% responden, dan yang terakhir umur >45 diperoleh 44 responden atau 44% orang responden dari total responden sebanyak 100 orang responden.

3. Pendidikan Responden

Berikut ini merupakan table dari data 100 responden yang digolongkan berdasarkan pendidikan responden.

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan

PENDIDIKAN TERAKHIR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	2.0	2.0	2.0
	SMP	9	9.0	9.0	11.0
	SMA	39	39.0	39.0	50.0
	S1	44	44.0	44.0	94.0
	LAINNYA	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Primer diolah

Berdasarkan klarifikasi pendidikan diatas dapat disimpulkan data yang diperoleh sebagai berikut, SD diperoleh 2 orang atau 2% responden, kemudian SMP diperoleh 9 orang atau 9% responden, SMA/Sederajat diperoleh 39 orang atau 39% responden, S1 yaitu 44 orang responden atau 44% responden dan lainnya 6 orang atau 6% responden dari 100 responden.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0.265	0.195	Valid
	2	0.760	0.195	Valid
	3	0.518	0.195	Valid
	4	0.441	0.195	Valid
	5	0.692	0.195	Valid
	6	0.749	0.195	Valid
Produk Perbankan Syariah	1	0.420	0.195	Valid
	2	0.604	0.195	Valid
	3	0.520	0.195	Valid
	4	0.431	0.195	Valid
Kepercayaan	1	0.596	0.195	Valid
	2	0.632	0.195	Valid
	3	0.494	0.195	Valid
	4	0.395	0.195	Valid
Kepuasan Nasabah	1	0.420	0.195	Valid
	2	0.723	0.195	Valid
	3	0.508	0.195	Valid
	4	0.421	0.195	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada table 4.4 dapat disimpulkan bahwa semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisoner yang merupakan indicator dari satu variabel. Suatu kuisoner dikatakan reliabel jika jawaban konsisten dari waktu ke waktu. Suatu kuisoner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.542	18

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan, produk perbankan syariah, keprcayaan dan kepuasan nasabah diatas, memiliki nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,542 yang dimana lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0.60$). Berdasarkan ketentuan di atas maka dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

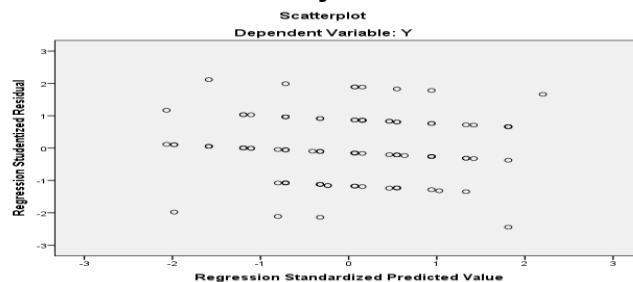
1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan lain.

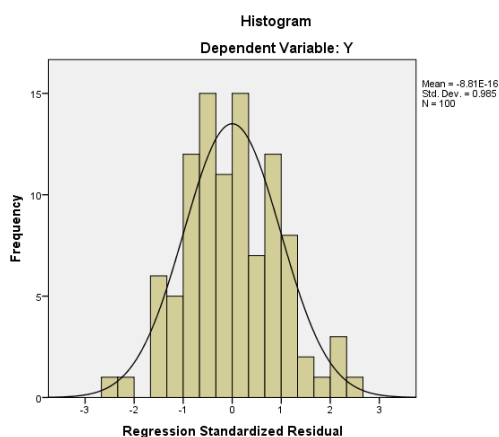
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Scatterplot tersebut menunjukkan titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik tidak hanya menggumpal pada bawah dan atas saja, penyebarantitik-titik tidak membentuk pola yang jelas, berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas.

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan grafik histogram diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal karena memiliki karakteristik berbentuk seperti lonceng dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri sehingga model penelitian ini dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Signifikan

1. Uji T

Uji T (Parsial) merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara. Berdasarkan hasil uji t variabel X1 menunjukkan nilai $t_{hitung} = 4.494$. sedangkan $t_{tabel} = 1,988$ Sehingga hasil yang didapat yaitu : $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $4.494 > 1.988$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara secara parsial.

b. Produk Perbankan Syariah (X2)

Produk perbankan syariah berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. Dinar Ashri KC Terara. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel X2 menunjukkan bahwa nilai t-hitung 3.967 dengan t-tabel 1.988. jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $3.967 > 1.988$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, kesimpulannya bahwa produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara. Secara parsial.

c. Kepercayaan (X3)

Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel X3 menunjukkan bahwa nilai t-hitung 3.967 dengan t-tabel 1.988. jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $3.967 > 1.988$ dengan tingkat signifikansi $0.012 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, kesimpulannya bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara. Secara parsial.

2. Uji F

Uji F (Simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent dalam penelitian ini secara Bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.6 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.434	3	14.478	22.462	.000 ^b
	Residual	61.876	96	.645		
	Total	105.310	99			

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa F_{hitung} (22.462) sedangkan F_{tabel} (3,09), nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $22.462 > 3.09$ dan signifikan sebesar $0,000 < 0,10$. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1), produk perbankan syariah (X2) dan kepercayaan (X3), secara Bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel bebas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.642 ^a	.412	.394	.803	1.622

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien didapat nilai Adjusted R Square sebesar 0.412 (41,2%), hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, produk perbankan syariah dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 41,2%. Sedangkan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut disajikan table analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.175	.576		7.246	.000
	X1	.261	.058	.453	4.494	.000
	X2	.347	.087	.320	3.967	.000
	X3	.223	.088	.255	2.548	.012

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan sebagai berikut : $Y = 4.175 + 0.261X_1 + 0.347X_2 + 0.223X_3$ Interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (a), artinya ketika variabel X1 (kualitas pelayanan), X2 (produk perbankan syariah) dan X3 (kepercayaan) konstan atau tidak ada atau sebesar 0, maka Y (kepuasan nasabah) akan mengalami peningkatan sebesar 4.175.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel X1 (kualitas pelayanan) = 0.261, artinya jika variabel X1 (kualitas pelayanan) mengalami peningkatan 1 satuan, maka Y (kepuasan nasabah) akan mengalami peningkatan sebesar 0.261.
 - 3) Nilai koefisien regresi variabel X2 (produk perbankan syariah) = 0.347, artinya jika variabel X2 (produk perbankan syariah) mengalami peningkatan 1 satuan, maka Y (kepuasan nasabah) akan mengalami peningkatan sebesar 0.347.
- Nilai koefisien X3 (kepercayaan) = 0.223, artinya jika variabel X3 (kepercayaan) mengalami peningkatan 1 satuan, maka Y (kepuasan nasabah) akan mengalami peningkatan sebesar 0.223.

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian membuktikan hipotesis (H1) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Dinar Ashri KC Terara. Hal ini dapat dilihat berdasarkan table 4.11 menyatakan bahwa nilai signifikansi 0,000 yang dimana artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, apabila nilai signifikansi <0,05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapat 4.494 > T table yaitu 1.988. hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H1) dalam penelitian ini diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara secara parsial. Penelitian ini sejalan dengan riset Mulyaningsih dan Suasana (2016) yang mengemukakan bahwa kualitas layanan dikendalikan oleh kewajaran asumsi dengan perfoma yang didapat. Nasabah akan mengevaluasi pelayanan yang didapat. Ini sejalan dengan adanya teori diskonfirmasi yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah di pertimbangkan oleh hasil kinerja yang representative (Do et al. 2019).

2. Pengaruh produk perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis (H2) yaitu produk perbankan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Dinar Ashri KC Terara. Hal ini dapat dilihat berdasarkan table 4.11 menyatakan bahwa variabel produk perbankan syariah (X2) menunjukkan nilai signifikan 0.000 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, apabila nilai signifikan < 0.05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapatkan 3.967 > T table yaitu 1.988. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H2) dalam penelitian ini diterima., sehingga dapat disimpulkan bahwa produk perbankan syariah (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Dinar Ashri KC Terara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erinda Resti, Haris Aravik dan Choirunnisak berdasarkan hasil secara simultan mengenai produk perbankan syariah menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari produk perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah Indonesia (Ex Bank Syariah Mandiri KCP Palembang KM 6). Diperoleh Hasil Thitung > Ttabel dengan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah 0,000 lebih kecil 0,05.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis (H3) yaitu kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan table 4.11 menyatakan bahwa variabel kepercayaan (X3) menunjukkan nilai signifikan 0.012 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, apabila nilai signifikan < 0.05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapatkan $2.458 > T$ table yaitu 1.988. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H3) dalam penelitian ini diterima., sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Dinar Ashri KC Terara. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita Sari dan Rohmawati Kusumaningtias (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Bagi Hasil, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19”. Dari hasil penelitian yang di dapat bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan uji T dengan nilai $0.001 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak H_3 diterima.

Kesimpulan

Dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui bahwa jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Dan dilakukan pengujian validitas untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa suatu pernyataan dalam setiap variabel valid dan reliable.

Dalam uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi heteroskedastisitas serta memiliki distribusi normal. Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan, kemudian variabel produk perbankan syariah (X2) terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan, dan variabel kepercayaan (X3) mengasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Dinar Ashri KC Terara.

Saran

Adapun rekomendasi saran bagi Lembaga keuangan khususnya PT. Dinar Ashri KC Terara agar kedepannya lebih meningkatkan kualitas pelayanan, produk perbankan syariah dan kepercayaan agar nasabah mengenal lebih dalam tentang produk yang ada di PT. Dinar Ashri untuk meningkatkan jumlah nasabah dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas populasi dan sampel, dan penelitian selanjutnya di harapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan

cara melibatkan variabel lain yang kemungkinan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Dinar ashri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Bastiar. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Unit Pangandaran Banjar). *Jurnal EKOBIS*.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga press.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Social lainnya*. Edisi pertama. Cetakan kedua. Jakarta : Kencana.
- Fitri, Nuri Annisa, Hasibullah Basri dan Memen Lewispri, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Syariah Indonesia (Persero)Tbk. Cabang Palembang)" *jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 13. No. 1.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Mundir, Abdillah, Muhammad Nizar dan Dewi Rosyiqoh Athiroh. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Mahasiswa Sebagai Nasabah Bank Syariah Di Universitas Yudharta Pasuruan" *jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, Vol. 2. No. 1: 1-17.
- Muslehuddin, Muhammad. 2004. *Sistem Perbankan Dalam Islam*. Cet . 3. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1988, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Vol;. 64 (Spring), pp. 12-40.
- Perwaatmadja dkk, Karnaen, 2005, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Sari, Novita dan Rohmawati Kusumaningtias. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan, Bagi Hasil, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19", *jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 6. No. 2.
- Supranto, J. dan N. Limakrisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk memenangkan Pesaingan Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sayyid Quthb, Sayyid Quthb. 2003. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an(di bawah naungan al-Qur'an)*. Jilid 2. Gema Insani Pres. Jakarta.

- Suliyanto. 2001. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan di Purwokerto*. (Tesis Program Pascasarjana Universitas Brawijaya, Malang).
- Sugiyono. 2011. *Statiska untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutiyem dan Tika Arinda Fitri. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang" *jurnal Pundi*, Vol. 05. No. 03.
- Suparno Saputra, R. Y. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment*. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(2), 21–31.
- Wibowo, Edy., dan Untung Hendi Widodo. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Cet. 1, (Jakarta: Alvabet, 2002), hlm. 3-4.s