

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BAGI HASIL, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI MASA PANDEMI COVID-19

Novita Sari¹

Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
novita.17080694048@mhs.unesa.ac.id

Rohmawati Kusumaningtias²

Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
rohmawatikusumaningtias@unesa.ac.id

Abstract

Informasi Artikel
Tanggal Masuk:
18 Mei 2021
Tanggal Revisi:
22 Mei 2021
Tanggal Diterima:
11 Juni 2021

The purpose of this research is to determine the effect of service quality, profit sharing, and customer trust in Islamic Bank customer during the Covid-19 pandemic. This research uses a population of Islamic Bank customers in the Surabaya City and the number of samples of the research is 100 respondents with the Non Probability Sampling method and the technique used is Accidental Sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires online. The data analysis technique used is multiple regression analysis and based on the result of the analysis it was found that service quality, profit sharing, and trust is a positive and significant impact on customer satisfaction in Islamic Banks customer during the Covid-19 pandemic

Key Words: Service Quality, Profit Sharing, Trust, Customer Satisfaction

Publikasi On line:
3 Juli 2021

Abstrak

Tujuan dilakukannya riset ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas layanan, bagi hasil, dan kepercayaan terhadap nasabah Bank Syariah di masa pandemi Covid-19. Populasi dalam riset ini adalah nasabah Bank Syariah di Kota Surabaya dan jumlah sampel adalah 100 responden dengan metode *Non Probability Sampling* dan teknik yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Penghimpunan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa kualitas layanan, bagi hasil, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Bagi Hasil, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Coronavirus Disease 2019 adalah infeksi menular yang disebabkan oleh *Corona*, yang menyebabkan penyakit paru-paru. Diketahui bahwa *Coronavirus Disease 2019* pertama kali ditemukan di China pada November 2019, memiliki penyebaran dan tingkat penularan yang cepat (Ningsih & Mahfudz, 2020). Indonesia adalah negara dengan 563.680 kasus virus *Corona* dengan 466.178 dinyatakan pulih dan 17.479 pasien yang meninggal (Kementerian Kesehatan, 04 Desember 2020).

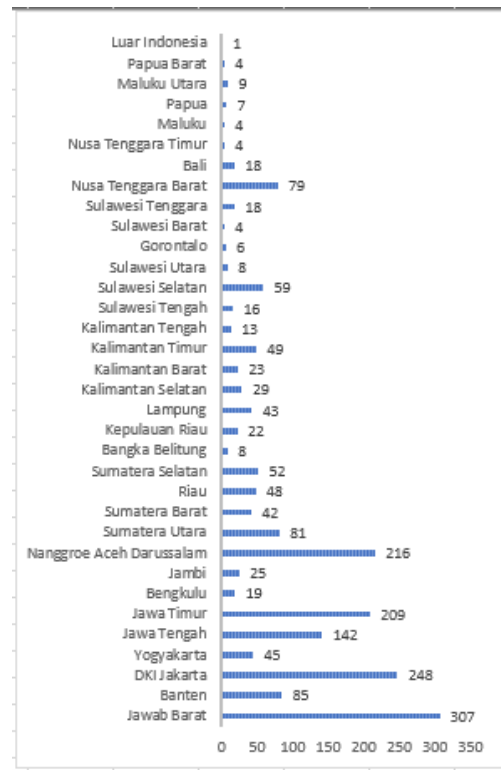
Coronavirus secara fundamental mempengaruhi perekonomian di dunia, termasuk administrasi perbankan. Berdasarkan informasi dari Statistik Perbankan Syariah pada bulan September 2020, 1943 kantor cabang yang terpencah di seluruh Indonesia, dimana sebanyak 53,3% berada di Pulau Jawa (Statistik Perbankan Syariah, September 2020). Berdasarkan pada Gambar 1, jumlah kasus Covid-19 sebanyak 60,5% berada pada Pulau Jawa, ini mengindikasikan bahwa kantor cabang Bank Umum Syariah sebagian besar berada pada zona merah.

Gambar 1
Kasus Covid-19 di Indonesia

Provinsi	Kasus	Sembuh	Meninggal dunia
DKI Jakarta	141,270	128,051	2,757
Jawa Timur	63,901	55,942	4,526
Jawa Tengah	59,228	41,310	2,414
Jawa Barat	56,799	46,781	951
Sulawesi Selatan	21,237	18,796	502
Riau	20,799	18,384	470
Lainnya	200,446	156,914	5,859
TOTAL	563,680	466,178	17,479

Sumber: <https://covid19.go.id/peta-sebaran>, 04 Desember 2020

Gambar 2
Persebaran Kantor Bank Umum Syariah di Wilayah Indonesia



Sumber: Statistik Perbankan Indonesia, September 2020

Terlihat dari Gambar 2 bahwa persebaran lokasi kantor Bank Umum Syariah sebanyak 53,3% berada pada *red zone*. Wilayah Jawa Barat terbanyak berjumlah 307 (15,8%) kantor cabang, selanjutnya Jakarta dengan jumlah 248 (12,7%) kantor cabang. Kemudian Jawa Timur dengan jumlah 209 (10,7%) kantor cabang. Di tengah pandemi virus *Corona* saat ini, masyarakat Indonesia mengalami kemerosotan moneter karena pemutusan hubungan kerja. Hal ini tentu menambah tingkat pengangguran sehingga daya beli individu berkurang (Amindoni, 2020). Tidak banyak orang yang mengambil aset dari bank untuk mengatasi masalah mereka. Meski demikian, masih banyak orang yang benar-benar menempatkan asetnya di bank untuk mendapatkan *return* (Alfi, 2020). Perbankan syariah harus melakukan penyesuaian dengan membuat teknik, perkembangan dan moderasi risiko yang benar untuk menghadapi pandemi virus *Corona*. Bank syariah bekerja dan beroperasi dengan mengarah pada bagi hasil sesuai standar Syariah Islam agar terhindar dari haram, riba, dan gharar (Wahab, 2016). Aturan bagi hasil merupakan ciri dari perbankan syariah dan dasar kegiatan bank syariah (Timami & Soejoto, 2013). Bagi hasil adalah karakteristik yang diberikan kepada nasabah, dan dalam prinsip syariah yang berhubungan dengan bagi hasil harus disepakati sebelumnya menjelang dimulainya perjanjian (Wahab, 2016). Pelayanan dan administrasi yang diberikan bank syariah merupakan wujud pemenuhan agar nasabah tetap setia kepada bank dalam memanfaatkan barang dan jasa yang diberikan berupa produk pengumpulan dan penyaluran dana, sehingga loyalitas dan kepuasan nasabah sangat bergantung pada pelayanan kinerja bank (Hamzah & Purwati, 2019). Banyak kritik terkait dengan kualitas layanan bank syariah, terutama mengenai kerangka bagi hasil. Terlebih lagi, ada yang mengeluhkan tentang pelayanan *front office* yang kurang profesional. Masalah ini harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas dan kepuasan nasabah dalam memanfaatkan dan menggunakan bank syariah (Hidayat, 2015).

Kepercayaan dan kepuasan nasabah merupakan proporsi antara apa yang diasumsikan nasabah dengan apa yang telah didapat. Dengan apa yang didapat nasabah melampaui asumsinya, maka nasabah mendapatkan kepuasan dan akan memberikan kepercayaan, dan sebaliknya jika asumsi nasabah lebih tinggi dari yang

didapat, maka kepuasan nasabah tidak terpenuhi sehingga nasabah tidak percaya (Guspul, 2014). Kepuasan nasabah memberikan dampak dan keuntungan yang diperoleh bank dengan mencapai tingkat kepuasan nasabah yang signifikan, dapat mencegah perputaran nasabah,, mengurangi biaya karena marketing yang gagal, menurunkan biaya kerja karena peningkatan kuantitas nasabah, dan meningkatkan efektifitas publikasi, serta meningkatkan reputasi bisnis organisasi (Aryani & Rosinta, 2010). Fenomena yang terjadi sekarang adalah adanya persaingan antar bank yang mengharuskan bank memiliki opsi untuk bertahan, oleh karena itu setiap bank harus mengetahui pentingnya membangun kepuasan agar tetap terpenuhi dan tetap menyelesaikan transaksi di bank syariah (Almadea, 2017).

Penelitian yang dilakukan Mawey et al. (2018) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak dipengaruhi kepercayaan nasabah. Hal tersebut diakibatkan oleh nasabah yang memiliki kepercayaan dengan produk bank belum berarti mereka merasa puas dengan produk tersebut, sehingga kepercayaan bukan menjadi alasan nasabah merasa puas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Guspul (2014) yang mengemukakan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang telah merasakan pelayanan yang baik tentu akan memberikan kepercayaan pada jasa yang telah diberikannya. dengan adanya perbedaan penelitian terdahulu, penulis ingin menguji Kembali variabel tersebut dengan objek penelitian yang berbeda dari sebelumnya. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Coronavirus* terhadap bisnis moneter telah dilakukan oleh Kashif Malik (2020) dengan objek *Islamic Bank* yang berpusat pada kapasitas intervensi Bank. Penelitian ini diharapkan dapat menentukan dampak kualitas layanan, bagi hasil, serta kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah di Bank Syariah selama pandemi *Coronavirus*.

TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN TEORITIS

Teori Diskonfirmasi

Teori diskonfirmasi berpendapat bahwa penilaian pemenuhan kepuasan tidak hanya dikendalikan oleh performa produk atau jasa, tetapi interaksi dimana nasabah membandingkan performa dengan asumsi sebelumnya. Perbedaan antara pelaksanaan dan asumsi, ketimpangan antara kualitas atau manfaat yang diharapkan dengan kualitas yang benar-benar didapat atau dialami disebut diskonfirmasi (Ratnasari, 2015). Teori Diskonfirmasi menunjukkan bahwa diskonfirmasi berdampak lebih besar terhadap kepuasan nasabah daripada sebuah produk. Mekanisme diskonfirmasi didasarkan pada pengalaman pelanggan sebelumnya, manfaat yang diharapkan, dari mulut ke mulut atau dari iklan suatu perusahaan. Proses penilaian dikonfirmasi adalah dipertimbangkan dengan hasil yang biasanya terkait dengan kinerja karyawan (Do et al., 2019).

Teori Negativitas

Teori yang dikemukakan oleh Carlsmith dan Aronson (1963) ini menjelaskan bahwa setiap disparitas kinerja dari ekspektasi pelanggan akan mengganggu individu tersebut dan menimbulkan energi negatif. Ketidakpuasan dan kekecewaan ini akan muncul ketika performa yang tampak tidak sesuai dengan asumsi nasabah (Perera & Sachitra, 2019). Teori negativitas juga menegaskan bahwa harapan pelanggan adalah strategi yang dipegang, konsumen akan menanggapi secara negatif setiap diskonfirmasi dan ketidakpuasan mungkin terjadi jika kinerja kurang dari harapan tetapi jika kinerja lebih dari harapan, kepuasan akan terjadi. Oleh karena itu jika pelanggan puas mereka akan mengulangi pembelian (Nwokah & Ngirika, 2018).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai pembeda antara harapan dan kenyataan nasabah atas layanan dan bantuan yang didapat. Kualitas layanan dapat diketahui dengan melihat kesan nasabah terhadap bantuan yang didapat. Seperti yang disebutkan oleh Lewis dan Blasts pada penelitian Tjiptono & Gregorius Chandra (2005), menyebutkan kualitas layanan merupakan korelasi dari bagaimana tingkat layanan sinkron dengan asumsi nasabah (Guspul, 2014). Kualitas layanan adalah tingkat pemenuhan yang dilakukan oleh adanya aktivitas transaksi tertentu antara nasabah dengan pihak bank, yang merupakan kondisi mental yang dihasilkan ketika elemen emosional mendorong asumsi dan perubahan sesuai dengan pengalaman pemanfaatan masa lalu (Oliver, 1981).

Bagi Hasil

Bagi hasil adalah jenis keuntungan dari kontrak usaha, kadang-kadang tidak tetap dan jumlahnya tidak pasti. Ukuran perolehan keuntungan bergantung pada hasil usaha asli dari bisnis yang dijalankan (Timami dan Soejoto, 2013). Pedoman bagi hasil dalam Bank syariah akan menarik investor untuk memasukkan modalnya di bank. Pembagian pada bank ini akan memberikan keuntungan dan menanggung kerugian bersama, tidak sama dengan bank pada umumnya dimana kerugian hanya ditanggung oleh peminjam, sedangkan pihak yang memberi pinjaman akan selalu untung (Hastuti, 2014). Perhitungan bagi hasil yang ditentukan dalam sistem keuangan Islam terdiri dari 2 kerangka, ialah *profit sharing* & *revenue sharing* (Wahab, 2016).

a. Profit Sharing

Profit Sharing merupakan penghitungan bagi hasil yang bergantung dari hasil bersih pendapatan yang kemudian dipotong dengan beban yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Dalam hal ini terdapat istilah *profit and loss sharing*, yang dicirikan sebagai pendistribusian antara keuntungan dan kerugian dari gaji yang didapat. *Profit and loss sharing* adalah jenis kesepakatan antara penanam modal dengan pengelola modal dalam mengelola usaha, di mana keduanya dibatasi oleh kesepakatan, jika untung akan dibagi oleh dua pihak yang ditunjukkan oleh proporsi kesepakatan yang mendasarinya, dan sebaliknya jika mengalami kerugian akan dibagi oleh masing-masing bagian (Wahab, 2016).

b. Revenue Sharing

Revenue Sharing ialah taksiran bagi hasil yang bergantung pada total gaji sebagaimana didapat sebelum dipotong beban yang dikeluarkan untuk mendapatkan gaji itu. *Revenue Sharing* berlangsung untuk pembayaran yang akan dialokasikan yang ditentukan tergantung pada *gross income* yang digunakan dalam menaksir bagi hasil untuk item subsidi bank (Wahab, 2016). Gaji yang akan dibagikan adalah gaji kotor, tanpa dikurangi biaya yang ditimbulkan dalam kegiatan bisnis. Biaya tersebut akan ditanggung oleh pengelola bisnis (Suretno, 2019).

Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa tindakan individu atau kelompok lain sesuai dengan keyakinannya. Kepercayaan nasabah bergantung pada pengalaman nasabah dalam penggunaan jasa atau produk dan menerima laporan yang positif dari perusahaan penyedia jasa. Dengan demikian, informasi dan laporan yang berguna akan memunculkan rasa kepercayaan nasabah. Ini dikarenakan pengalaman yang disimpan dalam memori nasabah dapat membangun kepercayaan individu apabila pengalaman itu memuaskan mereka (Hidayat, 2015). Kepercayaan dari pihak satu ke pihak lain untuk melaksanakan kegiatan transaksi tergantung pada kepastian bahwa pihak yang dipercaya akan mampu mewujudkan komitmennya sesuai yang diasumsikan sebelumnya (Mawey et al., 2018).

Kepuasan Nasabah

Faktor penting dalam kegiatan bisnis perbankan salah satunya adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah reaksi nasabah untuk menilai ketidaksesuaian antara asumsi sebelumnya dan performa yang dilihat. Dengan terpenuhinya kepuasan nasabah, maka hal ini dapat memberi dampak yang positif untuk perusahaan (Mawey et al., 2018). Kepuasan muncul ketika nasabah melihat dan membandingkan kinerja yang dirasakan dari layanan atau suatu produk dengan asumsi mereka. Kepuasan nasabah dapat terjadi ketika hasil penilaian produk perbankan yang digunakan adalah sesuatu yang serupa atau melampaui asumsi nasabah, sedangkan jika terjadi sebaliknya, maka akan terjadi ketidakpuasan (Hidayat, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bermaksud melihat pengaruh kualitas layanan, bagi hasil dan kepercayaan pada nasabah bank syariah selama pandemi Coronavirus menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada riset ini ialah nasabah Bank Syariah Surabaya. Sedangkan sampelnya adalah 100 responden dengan kualifikasi nasabah tersebut berdomisili di Surabaya dan berusia di atas 18 tahun. Pengumpulan *sample* menggunakan prosedur *Accidental Sampling*. Adapun data yang didapatkan ada dua jenis data, pertama data primer dan yang kedua data sekunder. Informasi utama berasal dari kuisisioner yang didapatkan dari kuisisioner responden. Sedangkan data

sekunder untuk riset ini adalah informasi yang berasal dari web, jurnal dan buku. Pengujian uji asumsi klasik dan pengujian regresi linier adalah teknik yang digunakan untuk pemeriksaan data.

HASIL PENELITIAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
kualitas_layanan	100	28	40	35.80	3.693
bagi_hasil	100	17	30	24.73	3.679
kepercayaan	100	12	20	17.85	2.096
kepuasan_nsbh	100	12	20	17.32	2.220
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Diolah, 2021

Seperti halnya terlihat dari tabel 1 nilai standar deviasi, mean, maksimum, dan minimum dari variabel penelitian, nilai minimum variabel kualitas layanan adalah 28, nilai maksimum 40, nilai rata-rata 35,80, dan standar deviasi 3,693. Pilihan minimum untuk variabel bagi hasil adalah jawaban 17, dan maksimal 30. Rata-rata jawaban 24,73 dan standar deviasi 3,679. Pilihan minimal variabel kepercayaan adalah jawaban 12, dan maksimal 20. Rata-rata jawaban 17,85 dan standar deviasi 2,096. Pilihan jawaban terkecil untuk variabel kepuasan nasabah sebanyak 12, pilihan jawaban terbesar 20, jawaban dengan rerata 17,32, dan standar deviasi 2,220.

Uji Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	.123 ^c

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari tabel 2, sangat mungkin terlihat bahwa Asymp. Sig > 0,05, yaitu 0,123. Artinya, data dalam riset ini telah memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	kualitas_layanan	.604	1.655
	bagi_hasil	.583	1.716
	kepercayaan	.548	1.824

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 3 memperlihatkan nilai toleransi variabel independent > 0,10, dan nilai VIF kurang dari 10, 00. Hal ini mengartikan bahwa, tidak ada masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.384	1.038		.370	.712
kualitas_layanan	.049	.037	.173	1.333	.186
bagi_hasil	-.030	.032	-.126	-.949	.345
kepercayaan	-.019	.060	-.043	-.313	.755

Sumber: Data Diolah, 2021

Terlihat dalam tabel 4, diketahui nilai semua variabel Asymp. Sig > 0,05. Artinya, tidak ada masalah heteroskedastisitas pada riset ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.969	1.667		.581	.562
kualitas_layanan	.219	.059	.333	3.710	.000
bagi_hasil	.106	.051	.188	2.064	.042
kepercayaan	.345	.097	.337	3.575	.001

Sumber: Data Diolah, 2021

Terlihat dalam tabel 5 menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda dapat diperoleh sebagai $Y = 0,969 + 0,219 X_1 + 0,106 X_2 + 0,345 X_3 + error$

Uji Statistik T

Tabel 6
Hasil Uji Statistik T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.969	1.667		.581	.562
kualitas_layanan	.219	.059	.333	3.710	.000
bagi_hasil	.106	.051	.188	2.064	.042
kepercayaan	.345	.097	.337	3.575	.001

Sumber: Data Diolah, 2021

Terlihat dalam tabel 6, menunjukkan bahwa kualitas layanan, bagi hasil, dan kepercayaan bernilai Sig. > 0,05. Hal ini mengindikasikan kepuasan nasabah bank Syariah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh semua variabel bebas.

Uji Statistik F

Tabel 7
Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	196.259	3	65.420	36.613	.000 ^b
Residual	171.531	96	1.787		
Total	367.790	99			

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 7 menunjukkan jika harga F hitung sebesar 36.613 dengan nilai signifikansi (P value) sebesar 0.000. Tingkatan signifikansi adalah 95% ($\alpha = 0,05$). Sig. (P value) sebesar 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, H0 ditolak. Artinya, variabel kualitas layanan (X1), bagi hasil (X2), kepercayaan (X3) secara signifikan mempengaruhi terhadap variabel dependen kepuasan nasabah bank syariah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.534	.519	1.337

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 8, terlihat nilai Adjusted R2 adalah 0,519. Artinya sebesar 51,9% kepuasan nasabah dipengaruhi kualitas layanan (X1), bagi hasil (X2), dan kepercayaan (X3), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

Dilihat dari hasil pengujian, kualitas layanan memiliki signifikansi terhadap kepuasan nasabah seperti yang dijelaskan dalam hasil uji t, tingkat Sig. 0,000 < 0,05. Hal ini mengimplikasikan jika nilai signifikansinya lebih kecil daripada harga batas, maka H1 diterima sedangkan H0 ditolak. Hal ini sejalan dengan riset Mulyaningsih & Suasana (2016) yang mengemukakan bahwa kualitas layanan dikendalikan oleh kewajaran asumsi dengan performa yang didapat. Nasabah akan mengevaluasi pelayanan yang didapat. Ini sejalan dengan adanya teori diskonfirmasi yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah dipertimbangkan oleh hasil kinerja yang representatif (Do et al., 2019). Dikutip dari penelitian Setiarini dan Nurseto (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan secara positif mempengaruhi kepuasan nasabah bank. Indikator yang jelaskan dalam kualitas layanan adalah dimensi kehandalan, ketanggapan, empati, jaminan, dan *tangible*.

Pengaruh Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

Pengujian hipotesis dalam riset ini membuktikan bagi hasil berdampak positif terhadap kepuasan nasabah bank syariah yang dibuktikan dengan uji t yang memiliki nilai Sig. 0,042 < 0,05, yang mengimplikasikan bahwa Sig. lebih kecil dari nilai batas dan kesimpulannya H0 ditolak dan H2 diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Daulay (2014) yang mengemukakan bahwa nasabah bank diuntungkan dengan kemampuan bank dalam mengelola dana, sehingga semua pihak seperti nasabah dan investor menerima manfaat yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Variabel bagi hasil merupakan variabel bebas yang cukup dominan, ini menunjukkan sebagian besar nasabah menyetorkan uang di bank syariah adalah individu yang memahami bahwa bagi hasil tidak haram seperti pada bunga bank konvensional.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah

Dilihat dari hasil pengujian, kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan uji t dengan nilai 0,001 < 0,05 yang berarti H0 ditolak/tidak diterima, H3 diterima. Sejalan dengan penelitian Mawey et al. (2018) mengungkapkan bahwa kepercayaan adalah pondasi suatu hubungan. Suatu

hubungan akan terjadi apabila masing-masing pihak saling percaya. Hal ini sesuai dengan penelitian Guspul (2014) yang mengemukakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Syariah. Nasabah yang mendapatkan layanan yang baik pasti akan memberikan kepercayaan pada jasa yang telah mereka berikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hidayat, 2015) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah karena kepercayaan dapat mempengaruhi kualitas suatu hubungan.

Pengaruh Kualitas Layanan, Bagi Hasil, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan, bagi hasil, dan kepercayaan yang dibuktikan pada uji F dengan nilai F sebesar 36,613 dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang mengimplikasikan kualitas layanan, bagi hasil, dan kepercayaan. berdampak secara keseluruhan pada variabel kepuasan nasabah. Sama halnya dengan nilai R Square diperoleh hasil sebesar 0,519, ini mengindikasikan bahwa 51,9% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan, bagi hasil, dan kepercayaan. Dengan demikian kualitas layanan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan nasabah dengan baik, bagi hasil yang dirasakan sesuai dengan asumsi nasabah, dan pihak bank dapat menanamkan kepercayaan kepada nasabah sehingga kepuasan nasabah dapat dirasakan. Sejalan dengan penelitian Hasil penelitian Setiari & Nurseto (2017) menyebutkan kualitas layanan berdampak positif terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Penelitian Hastuti (2014) menunjukkan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Syariah. Penelitian Hidayat (2015) mengungkapkan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah karena kepercayaan dapat mempengaruhi kualitas suatu hubungan. Kepercayaan nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah pada bank syariah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dilihat dari semua hasil pengujian yang diperoleh, variabel kualitas layanan, bagi hasil dan kepercayaan akan berdampak positif serta mempunyai signifikansi terhadap kepuasan nasabah di masa *Covid-19* pada bank syariah. Bagi hasil berdampak positif terhadap kepuasan nasabah, membuktikan nasabah dapat memanfaatkan kapabilitas pengelolaan permodalan bank, sehingga semua pihak termasuk nasabah dan investor dapat memanfaatkannya sehingga meningkatkan kepuasan nasabah. Variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang menerima layanan pasti akan memiliki kepercayaan terhadap layanan yang mereka berikan. Jika ada kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah juga bisa dirasakan.

Saran

Penelitian berikutnya diharapkan agar penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan komponen lain yang mampu memberikan pengaruh kepuasan nasabah bank syariah, contohnya faktor produk atau digital banking. Penelitian lebih lanjut juga dapat menggunakan metode atau teknik lainnya seperti *interview* langsung atau mengambil sampel pada produk deposito, jadi tidak hanya pada produk tabungan sehingga peneliti mendapatkan data dan informasi yang lebih bervariasi daripada jawaban kuesioner responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfi, A. N. (2020). *Nasabah Banyak Simpan Dana di Bank, Bisa Memperparah Resesi?* Finansial.Bisnis.Com.
- Almadea, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Produk Penghimpun Dana Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)*. 4(2), 1–10. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Amindoni, A. (2020). *Virus corona: Gelombang PHK di tengah pandemi Covid-19 diperkirakan mencapai puncak bulan Juni, Kartu Prakerja dianggap tak efektif*. Bbc.Com.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Daulay, R. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 1–15. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Do, D. K. X., Rahman, K., & Robinson, L. J. (2019). Determinants of negative customer engagement behaviours. *Journal of Services Marketing*, 34(2), 117–135. <https://doi.org/10.1108/JSM-02-2019-0050>
- Guspul, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada*

- Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I*, Vol.1(No.1), PP.40-54.
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 98–105. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846>
- Hastuti, T. (2014). Kualitas Pelayanan dan Pola bagi hasil terhadap kepuasan nasabah penyimpan pada bank syariah. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(April), 1–16.
- Hidayat, R. (2015). *Effects of Service Quality , Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java* *Effects Of Service Quality , Customer Trust And Customer Religious Commitment On Customer Satisfaction And Lo. July*. <https://doi.org/10.15408/ijies.v7i2.1681>
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & 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). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20106>
- Mulyaningsih, L., & Suasana, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Ocbc Nisp Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(1), 252130.
- Ningsih, M. R., & Mahfudz, M. S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif. *Point*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.576>
- Nwokah, N. G., & Ngirika, D. (2018). Online Advertising and Customer Satisfaction of E-Tailing Firms in Nigeria. *Intelligent Information Management*, 10(01), 16–41. <https://doi.org/10.4236/iim.2018.101002>
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing*, 57. pp. 25.
- Perera, G. A. B. S., & Sachitra, K. M. V. (2019). Customer Satisfaction towards Online Shopping in Sri Lanka: Moderating Effect of Income Level. *Asian Journal of Advanced Research and Reports*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.9734/ajarr/2019/v6i230149>
- Ratnasari, D. (2015). Pengaruh Tingkat Ekspektasi dan Kinerja Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Diskonfirmasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya). *Kebijakan Dan Manajemen Publik Volume*, 3(April), 1–12. <http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmp092f91905efull.pdf>
- Setiarini, D. S., & Nurseto, S. (2017). The Effect Of Service Quality And Customer Value To Customer Satisfaction. *Journal of Social and Politic*, 1–10.
- Suretno, S. (2019). Instrumen Bunga Dan Bagi Hasil Dalam Dunia Perbankan. *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 161–176. <https://doi.org/10.30868/ad.v3i2.555>
- Timami, M. F., & Soejoto, A. (2013). Pengaruh Dan Manfaat Bagi Hasil Terhadap Jumlah Simpanan Deposito Mudharabah Bank Syariah Mandiri Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1–15.
- Tjiptono, F., & Gregorius Chandra. (2005). *Service Quality dan Satisfaction*. Andi.
- Wahab, W. (2016). Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1(2), 167–184. <http://journal.febi.iainimambonjol.ac.id/index.php/JEBI/article/view/41/pdf>