

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Minat Transaksi di Bank Islam (Studi Kasus di Bandar Park Land, Slangor, Malaysia)

Furqan Uki¹, Riyan Pradesyah²

^{1,2}Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia
E-mail: furqanukiii@gmail.com¹, riyanpradesyah@umsu.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan berlokasi di cabang bank Islam yang terletak di Bandar ParkLand ,Slagor ,Malaysia. Yang menjadi Obyek dalam penelitian ini adalah Customer Bank/ Nasabah Bank Islam di Malaysia. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau costumer yang pernah melakukan transaksi perbankan Bank Islam di Bandarlampung land ,Slagor Malaysia. Ukuran sampel yang digunakan menggunakan rumus Hair. Alasan memakai rumus ini karena jumlah populasi belum diketahui dengan pasti maka ditentukan sampel dalam penelitian ini. Ukuran sampel minimum yaitu 5 sampai 10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Dalam penelitian ini total sampel sebesar 143 orang yang berasal dari konsumen yang kebetulan sedang melakukan transaksi di bank tersebut. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. nilai tstatistic 3,408 dengan nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel lainnya berpengaruh signifikan terhadap minat Transaksi Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat Transaksi Hasil pengujian hipotesis dengan SPSS memiliki hasil nilai Unstandardized Coefficient Beta pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat Transaksi sebesar 0,215, serta hasil uji t statistik 2,517 dengan nilai signifikansinya $0,014 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi bank Islam. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hipotesis 1, yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi. Hasil dari pengujian hipotesis dengan SPSS menghasilkan nilai Unstandardized Coefficient Beta pengaruh GCG terhadap minat Transaksi sebesar 0,367, dan hasil uji tstatistic 3,408 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa GCG mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hipotesis 2, yaitu variabel-berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat teasaksi

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, GCG dan Minat Transaksi*

Abstract

This research was conducted at a branch of an Islamic bank located in Bandar ParkLand, Slagor, Malaysia. The object of this research is the customer of a bank/customer of an Islamic bank in Malaysia. The population in this study is the public or customers who have conducted banking transactions with Islamic banks in Bandarlampung land, Slagor Malaysia. The sample size used uses the Hair formula. The reason for using this formula is because the population size is not known with certainty, so the

sample is determined in this study. The minimum sample size is 5 to 10 observations for each parameter estimated. In this study, a total sample of 143 people came from consumers who happened to be making transactions at the bank. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The research method used is quantitative. the statistical value is 3.408 with a significance value of $0.001 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that other variables have a significant effect on transaction interest. The effect of service quality on transaction interest, and the results of the statistical t test were 2.517 with a significance value of $0.014 < 0.05$. Based on these values it can be concluded that service quality has a positive and significant influence on interest in Islamic bank transactions. The results of this study are in accordance with hypothesis 1, namely service quality has a positive and significant influence on transaction interest. The results of testing the hypothesis with SPSS produce an Unstandardized Coefficient Beta value of the effect of GCG on transaction interest of 0.367, and the results of the statistical test are 3.408 with a significance value of $0.001 < 0.05$. Based on these values, it can be concluded that GCG has a positive and significant effect on transaction interest.

Keywords: *Quality of Service, GCG and Interest in Transactions*

PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin dinamis saat ini. Persaingan yang ketat ini mengakibatkan perusahaan terus berinovasi dan mengembangkan hal baru untuk menarik perhatian konsumen. Hal juga ini mengakibatkan banyaknya perusahaan yang bermunculan baik barang ataupun jasa. Untuk sektor jasa keuangan di Malaysia bahkan memiliki bank resmi yang berjumlah 46 bank. Menurut Solomon (2003:7) Jasa adalah produk yang tidak dapat dilihat yang kita beli dan gunakan tetapi tidak pernah memiliki.

Jasa perbankan adalah jasa yang bergerak di bidang keuangan seperti tabungan, giro, deposit, kredit dan online banking. Secara umum pelayanan jasa perbankan adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Jasa perbankan saat ini sudah berkembang sangat cepat. Persaingan di bidang perbankan juga sangat ketat. Pemberian pelayanan antara satu Bank dengan Bank yang lainnya memiliki keunggulan tersendiri baik pelayanan secara langsung maupun online banking sesuai dengan kebutuhan konsumen. Industri jasa perbankan sebagai salah satu jasa dalam dunia pemasaran dituntut memberikan kualitas optimal atas kinerja yang diberikan kepada konsumen karena akan memberikan penilaian subjektif atau membentuk persepsi langsung terhadap brand image perusahaan atau penyedia perbankan jasa yang bersangkutan.

Pada jasa keuangan yaitu perbankan, pelanggan adalah hal yang sensitif demi meningkatkan nasabah perbankan terus memperbaiki kualitas pelayanan seperti kemudahan membuka tabungan, memberikan keramahan kepada nasabah, meningkatkan kecepatan kinerja dan kemudahan online ataupun *mobile banking*. Adanya kualitas pelayanan yang baik didalam perbankan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar benar puas maka mereka akan menyambangi ulang serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menjadi nasabah di bank yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Menurut Thio (2001), dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus di prioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar

dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka kepuasan pelanggan yang ada. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut (Gross 2000).

Tidak hanya memperbaiki kualitas pelayanan untuk menambah jumlah nasabah, perbankan juga harus memperhatikan *Good Corporate Governance* yang dapat mengakibatkan perbankan tutup karena kurang dalam penerapannya. Menurut Efendi (2018), GCG merupakan suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*). Perbankan yang menerapkan *Good Corporate Governance* agar lebih unggul dan menarik nasabah tidak bisa hanya memanfaatkan aset berwujud namun harus memiliki *Intellectual Capital* (modal intelektual).

Menurut Kartikasari (2016), implementasi modal intelektual masih menjadi sesuatu yang baru bagi negara berkembang, hanya beberapa negara maju yang telah menerapkan konsep ini, contohnya Australia dan negara-negara Skandinavia. Ritonga dan Andriyane (2011) melakukan penelitian tentang pengaruh modal intelektual terhadap kinerja keuangan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2009. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai tambah dari modal yang digunakan (*capital employed*) dan nilai tambah modal berasal dari sumber daya manusia (*human capital*) terhadap kinerja perusahaan yang diukur melalui *earning per share*. *Good corporate governance* merupakan seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (Sunardi, 2019).

Pertama, (Rahmayati Nasution, 2018) membuat penelitian dengan tema “Sinergi dan Optimalisasi Green Banking Perbankan Syariah Dalam Mewujudkan *Sustainable Finance*”. Peneliti melakukan hal ini pada tahun 2018. Peneliti menganalisis hasil dari penelitian dengan cara pendekatan berfikir sistem (*System Thinking Approach*) yaitu cara organistoris dengan ciri sistem berfungsi menjadi titik tolak analisis. Penelitian ini menghasilkan hal baru mengenai *Green Banking* merupakan cara mengubah paradigma saat mengembangkan bank syariah harus bertanggungjawab dengan pembiayaannya dalam langkah mencegah kerusakan lingkungan.

Kedua, (Sri Fitri Wahyuni dan teman-teman, 2022) membuat penelitian dengan tema “Pengaruh Penilaian Kredit dan Sumber Daya Manusia Terhadap Keputusan Penyediaan Modal Pengembangan Usaha”. Peneliti dan teman-teman melakukan hal ini pada tahun 2022. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengolahan data penelitian menggunakan SPSS. Penelitian ini menghasilkan sebuah kesimpulan yaitu adanya pengaruh parsial nilai kredit dengan keputusan persetujuan memberi modal untuk menumbuhkan sebuah bisnis. Kemudian dengan simultan nilai kredit dan sumber daya manusia yang memadai memiliki pengaruh juga terhadap keputusan pemberian modal untuk menumbuhkan sebuah bisnis, bernilai R^2 53,2%.

Ketiga, (Radiman dan kawan-kawan, 2019) mengangkat penelitian dengan tema “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas (*Return on Equity*) Pada Perusahaan Asuransi yang Tendaftar di Bursa Efek Indonesia”. *Author* dan teman-teman melakukan penelitian pada tahun 2019. *Author* memilih metode pendekatan asosiatif yang memiliki

arti sebuah cara untuk menentukan hubungan dua variable atau lebih. Peneliti berhasil menemukan beberapa *Good Corporate Governance* bersifat negative dan tidak cocok terhadap *Return on Equity*. Dalam parsial, *Corporate Social Responsibility* bersifat negatif dan tidak cocok dengan Profitabilitas dan bersmaan GCG dan CSR memiliki pengaruh namun tidak banyak dengan Profitabilitas (*Return on Equity*) pada Perusahaan Asuransi yang terdata di Bursa Efek Indonesia.

Keempat, (Yulia Setyarini dan Melvie Paramitha, 2011) memilih tema penelitian “ Pengaruh mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Peneliti melakukan penelitian ini pada tahun 2011. Peneliti memakai perangkat lunak SPSS for windows release 17.0. dan mengamati pengaruh antar variabel dengan memilih analisis regresi berganda. Penggunaan variable bebas adalah determinan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kepemilikan manajerial, kelembagaan kepemilikan, dan ukuran dewan komisaris independen, sedangkan variabel dependen dari tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, kelembagaan kepemilikan dan jumlah dewan independen secara parsial berperan dalam pengungkapan perusahaan tanggung jawab.

Kelima, (Dian Agustia, 2013) mengangkat penelitian dengan tema “Pengaruh Faktor *Good Corporate Governance*, *Free Cash Flow*, dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba. *Author* melakukan penelitian pada tahun 2012. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif yang menggunakan pengujian kausal (*causal hypothesis*) atau hubungan satu variabel yang menyebabkan perubahan variabel lain. Penelitian ini menghasilkan sebuah kesimpulan komponen yang terdapat pada *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba sebuah perusahaan, sedangkan manajemen keuangan pada perusahaan seperti *free cash flow* (arus kas bebas) dan *leverage* (sumber dana operasional) berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan tekstil.

Keenam, (Fioren Asitalia dan Ita Trisnawati, 2017) dengan tema penelitian “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba”. Peneliti melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan menggunakan Metode Kuantitatif. Peneliti memilih sampel sebanyak 93 perusahaan manufaktur yang terdata pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013 sampai tahun 2015 dan memilih metode purposive sampling. Peneli juga memilih regresi berganda untuk menguji hipotesis. Dari penelitian ini dapat dilihat hasilnya yaitu keseluruhan komponen tata kelola perusahaan (kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *board size*, ukuran komite audit dan proporsi dewan komisaris independen) tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan leverage berpengaruh negative terhadap manajemen laba.

Ketujuh, (Resty Avita Haryanto, 2013). Mengangkat tema penelitian “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald’s Manado”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013. Peneli memilih penggunaan metode penelitian asosiatif. Tehnik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Dari penelitian ini menunjukkan dengan simultan strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan memiliki pengaruh dengan kepuasan pelanggan. Secara parsial strategi beriklan tidak memiliki pengaruh dengan kepuasan pelanggan. Manajemen McDonald’s harus lebih gencar melakukan promosi dan menjaga kualitas produk di ikuti dengan layanan yang terbaik agar pelanggan mendapatkan puas.

Kedelapan, (Maya Sari dan teman teman, 2022). Memilih tema penelitian yaitu “Analisis Manajemen Resiko Dalam Penerapan Good Corporate Governance : Studi pada Perusahaan Perbankan di Indonesia”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022. Peneliti memilih metode pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Pada penelitian kali ini, peneliti menghimpun data dan informasi penelitian dengan cara dokumentasi dengan menghimpun instrumen-instrumen yang bersinggungan

mengenai manajemen risiko dan tata kelola yang benar. Untuk penelitian ini peneliti memilih teknik analisis data deskriptif yaitu sebuah cara analisis data kemudian mendeskripsikannya, menggambarkan, dan mendeskripsikan subjek atau objek yang sedang diteliti merujuk pada fakta-fakta yang tergambarkan atau apa adanya. Penelitian kali ini mengahasil penerapan konsep dan prinsip Good Corporate Governance pada manajemen risiko menggunakan organ internal perbankan. Keseluruh unsur internal perbankan seperti pemegang saham, forum RUPS, komisaris, direksi, pengurus komite audit, auditor internal dan eksternal serta pegawai Harus bersatu padu dan budaya kerja yang saling mensupport dan memiliki peran aktif saat menjalankan prinsip-prinsip Good Corporate Governance pada saat menghadapi dan mengelola bermacam-macam risiko yang seharusnya memiliki nilai jual tersendiri yang hanya dimiliki oleh perbankan.

Kesembilan, (Novien Realdy, 2017). Penulis memilih tema penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Harga Dalam Kepuasan Penumpang Jasa Angkutan Umum Trayek 120 Pada PT. Rahayu Medan Ceria Medan”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017. Penulis memilih metode penelitian yaitu dengan penelitian asosiatif. Penulis memilih metode penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil dari penelitian kali ini adalah memberikan kualitas pelayanan terbaik dan memiliki strategi harga memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan angkutan kota. Rute perjalanan 120 di PT. Rahayu Medan Ceria Medan. Yang memiliki arti variabilitas kepuasan pelanggan dapat dijabarkan dengan cara penggunaan variabel kualitas pelayanan dan strategi harga. Dari hal tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga yang ditetapkan di pelayanan angkutan kota rute perjalanan trayek 120 di PT. Rahayu Medan Ceria Medan dalam penerapannya sudah cukup baik dan teratur serta dapat memberikan pengaruh untuk kepuasan penumpang. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dengan kepuasan pelanggan karyawan jasa angkutan umum trayek 120 di PT. Rahayu Medan Ceria Medan.

Kesepuluh, (Made Virma Permana, 2013). *Author* memilih judul penelitian “Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan”. *Autho* melakukan penelitian ini pada tahun 2013. Pada penelitian kali ini *author* memilih metode penelitian kuantitatif. Dari hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan yaitu model tersebut diterima sangat baik dan kemudian hasil penelitian kali ini mengimplikasi teoritis bahwa variabel berpengaruh pada kualitas desain, variabel inovasi produk, variabel kompetensi sosial, variabel kompetensi teknis, variabel kualitas produk, variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan. Variabel terbanyak memiliki pengaruh pada kualitas produk adalah kualitas desain, dan pada kualitas layanan adalah kompetensi sosial, sedangkan pada kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan.

METODE

Penelitian ini dilakukan berlokasi di cabang bank Islam yang terletak di Bandar ParkLand ,Slagor ,Malaysia. Yang menjadi Obyek dalam penelitian ini adalah Customer Bank/ Nasabah Bank Islam di Malaysia. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau customer yang pernah melakukan transaksi perbankan Bank Islam di Bandarlampung land ,Slagor Malaysia. Ukuran sampel yang digunakan menggunakan rumus Hair. Alasan memakai rumus ini karena jumlah populasi belum diketahui dengan pasti maka ditentukan sampel dalam penelitian ini.

Ukuran sampel minimum yaitu 5 sampai 10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Dalam penelitian ini total sampel sebesar 143 orang yang berasal dari konsumen yang kebetulan sedang melakukan transaksi di bank tersebut.

Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian Dapat dilihat pada tabel dibawah ini bahwa semua angka menunjukkan hasil > 0,3 yang dapat dikatakan data tersebut valid.

Tabel 1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X1)	X1.1	0,868	Valid
	X1.2	0,833	Valid
	X1.3	0,811	Valid
GCG (X2)	X2.1	0,899	Valid
	X2.2	0,678	Valid
	X2.3	0,877	Valid
Minat Transaksi (Y)	Y1.1	0,903	Valid
	Y1.2	0,890	Valid
	Y1.3	0,933	Valid
	Y1.4	0,945	Valid
	Y1.5	0,932	Valid

Sumber: Data primer SPSS diolah, 2022

Hasil uji validitas instrumen penelitian, disajikan pada Tabel 5.3 yang menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan, GCG dan minat mempunyai pearson correlation yang lebih besar dari angka 0,30 sehingga seluruh indikator tersebut sudah memenuhi syarat validitas data.

Tabel 2. Hasil uji validitas instrumen penelitian

Variabel	Nilai Alpha cronchbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,811	Reliable
GCG(X2)	0,899	Reliable
Minat Transaksi (Y)	0,834	Reliable

Sumber: Data primer diolah, 2022 (Lampiran 3)

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat menunjukkan masing-masing nilai Cronbach alpha pada setiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga seluruh variabel dapat digunakan guna menjadi alat ukur pada instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Beranda

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized standar	standardized Coefficients beta	t	Sig
(Constant)	1,876	0,334		5,623	0,000
Kualitas pelayanan	0,215	0.085	0,292	2,517	0,0014

Sumber: Data primer diolah, 2022 (Lampiran 6)

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda pada Tabel dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots (1)$$

$$Y = 1,876 + 0,215 X_1 + 0,367 X_2 + e \dots (2)$$

Keterangan:

Y = minat Transaksi

α = Konstanta

X1 = kualitas pelayanan

β_1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

X2 = GCG

β_2 = Koefisien regresi GCG

e = Error

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $\alpha = 1,876$ berarti jika kualitas pelayanan dan GCG bernilai 0 (konstan), maka loyalitas pelanggan sebesar 1,876
2. $\beta_1 = 0,215$ artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat transaksi. hal ini artinya semakin baik Customer Bonding maka juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. $\beta_2 = 0,367$ artinya variabel GCG positif terhadap minat transaksi pelanggan. hal ini berarti semakin baik GCG maka akan meningkatkan minat transaksi

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pada uji normalitas data dapat dilihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) 0,065 > 0,05. Hal ini artinya residual data model regresi berdistribusi normal

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas data dapat dilihat pada semua variabel bebas mempunyai koefisien tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan semua variabel bebas di dalam penelitian ini adalah bebas dari gejala multikolinearitas

Uji F

	Anova			
Model	Sum of Square s	Df	Mean Square	Sig
Regression	5,302	2	2,651	0,000b
Residual	8,600	72	0,119	
Total	13,902	74		

Berdasarkan Tabel 4 menyajikan nilai $F_{\text{statistic}} = 22,197$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat transaksi. Artinya model seperti ini layak digunakan.

Uji Determinasi

Tabel 5 Hasil Uji Determinasi Berdasarkan Tabel 6 nilai adjusted R

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,618a	0,381	0,364	0,34560	2,019

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6 nilai adjusted R Square sebesar 0,364. nilai 0,364 memiliki arti 36,4% varian loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh Kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 63,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Uji t

Uji t merupakan analisis untuk mengetahui signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat dimana angka harus berada dibawah $< 0,05$ yang berarti bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau Y. hasil Pengujian pengaruh Customer Bonding terhadap kesediaan pelanggan terdapat pada table berikut dibawah ini :

Model	B	Std. Error of the Estimate	t	Sig
1. Constant	1,87	0,33	5,62	0,000
Kualitas pelayanan	0,215	0,21	0,85	2,517
Dependent Variable: minat Transaksi				

Rumusan Hipotesis

H0: $\beta_1 = 0$: kualitas **pelayanan** tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Transaksi

H1: $\beta_1 \neq 0$: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Transaksi

1. Menentukan Taraf Nyata (α) = 5%
2. Kreteria pengujian daerah kritis
Ho ditolak jika $\text{Sig} < 0,05$.
Ho diterima jika $\text{Sig} > 0,05$.
3. Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS, dapat diketahui

nilai tstatistic = 2,517 dengan nilai signifikansi 0,014.

4. Simpulan

Karena nilai tstatisticnya 2,517 nilai signifikansi 0,014 < 0,05, maka Ho ditolak dan H1 diterima, artinya kualitas **pelayanan** berpengaruh signifikan terhadap Minat Transaksi

1. Rumusan Hipotesis

H0: $\beta_2 = 0$: variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi

H1: $\beta_2 \neq 0$; variabel lainnya berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi

2. Menentukan Taraf Nyata (α) = 5%

3. Kreteria pengujian daerah kritis

Ho ditolak jika Sig < 0,05.

Ho diterima jika Sig > 0,05.

4. Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS, dapat diketahui nilai tstatistic = 3,408 dengan nilai signifikansi 0,024.

5. Simpulan

Oleh karena nilai tstatistic 3,408 dengan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05, maka Ho ditolak dan H1diterima, artinya variabel lainnya berpengaruh signifikan terhadap minat Transaksi

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat Transaksi

Hasil pengujian hipotesis dengan SPSS memiliki hasil nilai Unstandardized Coefficient Beta pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat Transaksi sebesar 0,215, serta hasil uji t statistik 2,517 dengan nilai signifikansinya 0,014 < 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi bank Islam. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hipotesis 1, yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi.

Hasil dari pengujian hipotesis dengan SPSS menghasilkan nilai Unstandardized Coefficient Beta pengaruh GCG terhadap minat Transaksi sebesar 0,367, dan hasil uji tstatistik 3,408 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Berdasarkan nilai tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa GCG mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hipotesis 2, yaitu variabel-berpengaruh positif dan signifikan terhadap .minat teasaksi

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi dan GCG. Keramahan dan cara membangun pelayanan oleh customer service dan para terapis terhadap para pelanggan sangat mempengaruhi kesetiaan.
2. Variabel lainnya GCG jg mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Transaksi

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka terdapat beberapa saran sebagai Berikut:

1. Berdasarkan kualitas pelayanan terhadap minat Transaksi diketahui indikator yang mempunyai nilai "Komunikasi personal yang dilakukan oleh sales marketing di bank islam akanbangunkan hubungan yang baik dengan pelanggan". Dari penilaian responden tersebut saran yang diberikan adalah

- kepada bank Islam agar sales marketing, costumer service dan kualitas pelayanan di bank Islam memperbaiki hubungan komunikasi dengan pelanggan dan meningkatkan keramahan.
2. Berdasarkan persepsi pelanggan terhadap GCG diketahui indikator yang memiliki nilai terendah yaitu: "Bank islamr mampu mengatur dananya dengan baik sehingga produk selalu tersedia dan pelanggan tidak pernah mengantri lama. Dari penilaian responden tersebut saran yang diberikan adalah kepada bank Islam tentang GCG mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Khurshid, M., Al-Aali, A., Ali Soliman, A., & Mohamad Amin, S. (2014). Developing an islamic corporate social responsibility model (icsr). *Competitiveness Review (Vol. 24)*. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2013-0004>
- Agung Hendratmoko& Abdul Muid.Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan ICSR Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia. *Diponegoro Journal Of Accounting Volume 6, Nomor 4, halaman 1-10 (2017)*
- Agus Sartono. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*.Edisi 4. Yogyakarta: BPFE. 2010
- Alfianika, Ninit. *Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish. 2018
- Ali, M. D., & Ali, H. D. (1995). *Lembaga-Lembaga Islam Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Almar, M., Rachmawati, R., & Murni, A. (2012). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/2309?show=full>
- Al-Qur'an
- Alydrus, S. R. (2016). Akuntabilitas dan Responsibilitas. <https://id.scribd.com/doc/293397662/Akuntabilitas-Dan-Responsibilitas>
- Ambarwati, Rika. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Siklus Operasi Perusahaan,Likuiditas, Leverage, dan Klasifikasi Industri Terhadap Manajemen Laba. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2016
- Amirah, & Raharjo, T. B. Pengaruh Alokasi Dana Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah. *Jurnal Universitas Pancasakti Tegal, 5 (2), 73–81.(2014)*
- Amri, N. F. (2015). Teori Legitimasi., dari <http://www.e-akuntansi.com/2015/09/teori-legitimasi.html>
- Amrin, Abdullah. *Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo. 2009
- Andriyanto, R. W., & Metalia, M. (2011). Perbandingan tingkat kelengkapan mandatory disclosure dan voluntary disclosure informasi akuntansi antara industri high-profile dan low-profile. *Jurnal Akuntansi dan Investasi, 12(1), 15–35*. Diambil dari <http://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/661>
- Anshori, M., & Iswati, S. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Edisi 1*. Surabaya.Airlangga University Press.2019
- Arifin& Wardani, E. A. (2016). Islamic corporate social responsibility disclosure , kinerja , dan kinerja keuangan : studi pada bank syariah di indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia, 20 (1), 37–46*. Diambil dari <http://journal.uin.ac.id/index.php/JAAI/article/view/7007>
- Arikunto, S. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006
- Ascarya.Akad & Produk Bank Syariah. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.2011
- Arsad, S., Said, R., Yusoff, H., Haji-Othman, Y., & Ahmad, R. (2014). The relationship between islamic corporate social responsibility and firm`s performance : empirical evidence from shari`ah compliant companies. *European Journal of Business and Management, 6 (36), 161–174*. Diambil dari <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/17362>
- Arshad, R., Othman, S., & Othman, R. (2012). Islamic corporate social responsibility, corporate reputation and performance. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic,*

Business and Industrial Engineering, 6 (4), 643–647. Diambil dari <https://waset.org/publications/10239/islamic-corporate-social-responsibility-corporate-reputation-and-performance>

Arsy, A. R. (2015). Pengaruh pengungkapan islamic social reporting terhadap return on assets (studi kasus bank umum syariah di indonesia). Universitas Islam Bandung.

Ayuningtias, A. V. (2016). Pengaruh islamic social responsibility (ISR) terhadap return on assets (ROA) bank umum syariah di indonesia periode 2011-2015. UIN Walisongo.

Azheri, Busyra. Corporate Social Responsibility. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2012

Bank Indonesia. (2018). Bank Umum Syariah. Diambil 9 Januari 2018, dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-keuangan/bank/umum->

Bank Syariah Indonesia. Annual Report 2020. Jakarta. Bank Syariah Indonesia. 2021

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

Basah, M., & Yusuf, M. (2013). Islamic bank and corporate social responsibility (CSR). *Islamic Management and Business*, 5(11), 194–209. <https://doi.org/10.1108/08288660910986900>

Bayinah Zanariyatim & Sahroni. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR). Vol. 4, No. 1. (2016)

Bi Rahmani, N. A. Metodologi Penelitian Ekonomi. Medan: FEBI UIN. 2016

Darmawan, Deni. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosda karya. 2013

Darmawati. Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam. *Mazhab* Vol. XIII No. 2, 137. (2014).

Darmawi, Herman. Manajemen Perbankan. Jakarta. PT. Bumi Aksara. 2011 Fahmi, Irham. Analisis kinerja keuangan. Bandung. Alfabeta. 2014

Daud, A. (2016). Pengaruh inovasi layanan dan keunggulan posisional pada kinerja pemasaran. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 66–78.

Dowling. (1994). *Corporate Reputations: Strategic for Developing the Corporate Brand*. London: Kogan Page.

Ehsan, S., & Kaleem, A. (2012). An empirical investigation of the relationship between corporate social responsibility and financial performance (evidence from manufacturing sector of Pakistan). *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(3), 2909–2922.

Fauzi, A. (2014). Pengaruh zakat perbankan dan corporate social responsibility terhadap kinerja bank umum syariah di indonesia periode 2009-2013. UIN Sunan Kalijaga.

Fauziah, K., & Yudho, P. (2013). Analisis pengungkapan tanggung jawab sosial perbankan syariah di indonesia berdasarkan islamic social reporting indeks. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 5(1), 12–20.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.