

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH LEMBAGA
FINANCIAL TECHNOLOGY**

(STUDI KASUS PADA LEMBAGA SYARQ)

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION OF FINANCIAL TECHNOLOGY INSTITUTION
(CASE STUDY OF SYARQ INSTITUTION)**

Isyatir Raziah

Dosen Pembimbing

Homaidi Hamid, S.Ag.,M.Ag

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Tamantirto,
Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184

Email : isyatirraziah@gmail.com

maidihamid@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan lembaga SyarQ terhadap kepuasan nasabah dan menganalisis seberapa besar pengaruhnya dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat kepuasan nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada nasabah di Lembaga SyarQ. Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, indikator pengukuran kualitas layanan yang berpengaruh positif signifikan hanyalah indikator daya tanggap, sedangkan ketiga indikator pengukur kualitas layanan lainnya berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di lembaga SyarQ. Hal ini disebabkan karena terdapat beberapa kendala saat mengakses website dan ketentuan SOP lembaga yang masih berubah-ubah.

Kata kunci : *kualitas layanan, financial technology, kepuasan nasabah, inovasi keuangan digital.*

ABSTRACT

This research aims at explaining the influence of service quality of SyarQ institution towards customer satisfaction and at analyzing how much the influence of every independent variable towards dependent variable of customer satisfaction is.

This research used quantitative method and the technique of collecting data is by distributing questionnaire to the customers in SyarQ Institution. The data analysis technique used in this research was with outer model and inner model using SmartPLS 3.0.

The research result shows that, indicators of service quality measurement that have a significant positive effect is only the indicator of responsiveness, while the other three service quality measurement indicators have a positive influence but not significant effect on the customer satisfaction in SyarQ institution. It is caused by there are some constraints when accessing the website and SOP requirement that is changing.

Keywords: service quality, financial technology, customer satisfaction, digital financial innovation.

PENDAHULUAN

Sistem keuangan di Indonesia mengalami perubahan dari tahun ke tahun, mulai dari tahun 1950 Indonesia sudah menggunakan kartu kredit. Pada dekade selanjutnya tahun 1960 Indonesia menggunakan Kartu ATM untuk mempermudah kinerja operasional teller, tahun 1970 mulai muncul perdagangan saham elektronik. Pada tahun 1980 perbankan mulai menggunakan komputer *mainframe* bank, di mana digunakan untuk penyimpanan data yang canggih serta untuk menyimpan catatan pembukuan. Pada tahun 1990 perbankan mulai berselancar di dunia online yang berbasis internet, dengan munculnya internet banking dan perusahaan *E-commerce*, selanjutnya terus mengalami perkembangan hingga saat ini kita dapat melihat bahwa banyaknya muncul *start-up* bisnis baru yang menyediakan jasa pembiayaan melalui ponsel, aplikasi dan lain sebagainya (Wulan, 2017 : 177). Saat ini, masyarakat dapat mengakses layanan keuangan melalui internet, seperti layanan peminjaman dana, pembayaran serta transaksi-transaksi keuangan lainnya. Inovasi ini dikenal dengan sebutan *financial technology*.

Financial technology atau dikenal sebagai *fintech*, menurut *The National Digital Research Centre (NDRC)* merupakan sebuah inovasi yang bergerak pada bagian keuangan atau finansial dengan menggunakan teknologi dan informasi. Melalui *fintech* masyarakat dapat melakukan semua kegiatan transaksi keuangan dengan mudah (Wulan, 2017:177). Kemunculan *fintech* ini merupakan sebuah ide yang lahir karena banyaknya pengguna internet di Indonesia. Menurut data yang berhasil didapatkan dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa dari total populasi masyarakat Indonesia yang terdiri dari 262 juta jiwa. Hal ini sangat menarik bagi perkembangan bisnis *start-up* berbasis *online*, tidak heran perkembangan lembaga *fintech* dan *start-up* layanan berbasis internet lainnya di Indonesia semakin tumbuh.

Salah satu *platform fintech* syariah di Indonesia yaitu, SyarQ. SyarQ adalah sebuah perusahaan *start up* di bidang jasa yang berdiri tahun 2017 dan telah bergabung dengan Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI). SyarQ merupakan *startup fintech* yang menyediakan layanan cicilan produk tanpa menggunakan kartu kredit sebagai alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan membeli barang secara online dengan menerapkan akad *murabahah* yang sesuai dengan aturan Islam dan menjalankan operasionalnya secara *online*. Pelayanan cicilan *online* terhadap nasabah dilakukan dengan cara, di mana para calon nasabah mendaftar dan memasukkan data-data yang diminta pada web SyarQ, kemudian pengajuan cicilannya dilakukan dengan cara menyalin *link* barang yang diinginkan pada toko online yang telah menjadi mitra SyarQ. Setelah itu nasabah melampirkan berkas-berkas persyaratan yang telah ditentukan, kemudian transaksi diproses.

Namun sayangnya, dari segi pelayanan SyarQ masih banyak menuai tanggapan negatif terhadap sistem operasional dan juga masih terbatas dalam melayani calon nasabah luar kota. Hal ini bisa di lihat di kolom komentar akun sosial media milik SyarQ seperti di *Instagram* menuai

banyak komentar tentang keluhan dibandingkan dengan komentar positif lainnya. Padahal, suatu perusahaan dapat eksis dan bertahan di keramaian perusahaan pesaing, salah satunya dengan cara memperhatikan kepuasan nasabah. Argumen tersebut diperkuat oleh Supranto (1997 : 1) yang mengatakan bahwa persaingan bisnis di era globalisasi sangat ketat, baik di pasar dalam negeri maupun pasar internasional, untuk mencapai persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, misalnya perusahaan mampu memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada perusahaan pesaing.

Banyaknya muncul perusahaan – perusahaan jasa membuat perusahaan harus memberikan layanan yang mampu memenuhi harapan nasabah. Untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah berdasarkan kualitas pelayanan metode yang sangat populer digunakan yaitu metode pengukuran *servqual* (*service quality*) oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988). Metode *Servqual* ini memiliki lima dimensi pengukuran yaitu : kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangibles*).

Dengan mengukur sistem pelayanan, perusahaan dapat mengevaluasi bahwa indikator apa saja yang harus ditingkatkan dan yang harus dikurangkan atau bahkan dihilangkan untuk meraih kepuasan nasabah. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan eksistensi perusahaan dalam bersaing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang menggunakan data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif juga diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian

sebagai data, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono,2015 : 7-8).

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, dengan menggunakan skala likert (sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi (Sugiyono, 2009 : 135). Variabel pada penelitian ini yaitu Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Metode Sampling pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik *sampling insidental* (pengambilan sampel secara kebetulan), maksudnya adalah responden boleh siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti, dapat dijadikan sampel. Karena penyebaran kuesioner *online* tidak seefisien penyebaran kuesioner manual, maka seluruh data pada penelitian ini dijadikan sampel. Hasil penyebaran kuesioner pada penelitian ini data yang diperoleh sebanyak 83 data.

HIPOTESIS

H1 : variabel Bukti Fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Lembaga SyarQ

H2 : variabel Keandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Lembaga SyarQ

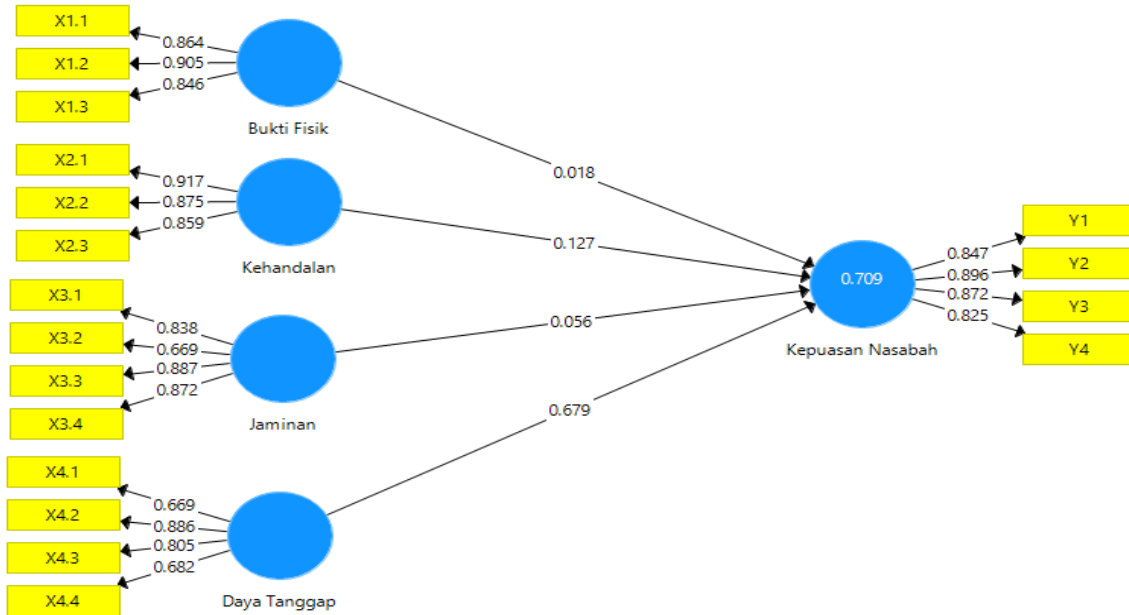
H3 : variabel Jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Lembaga SyarQ

H4 : variabel Daya Tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga SyarQ

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis yang dihasilkan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 sebagai berikut :



Gambar 1 : Diagram Outer Model Hubungan antar variabel laten dalam SEM PLS

Hasil pengolahan data *convergent validity* menunjukkan bahwa, semua nilai korelasi antara konstruk/indikator dengan variabel latennya memiliki nilai lebih dari 0,50. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi kualifikasi pengukuran validitas konvergen (*convergent validity*).

	<i>Composite Reability</i>
Bukti Fisik (X1)	0,905
Kehandalan (X2)	0,915

Jaminan (X3)	0,891
Daya Tanggap (X4)	0,848
Kepuasan Nasabah (Y)	0,919

Tabel 1 : data *Composite Reability* pada SmartPLS 3.0

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *composite reability* untuk seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,70. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa semua indikator pada penelitian ini reliabel serta memenuhi kriteria *Composite Reability*.

R-Square	
Kepuasan Nasabah	0,709

Tabel 2 : R-Square(²) pada SmartPLS 3.0

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai R-Square sebesar 0,709. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan sebagai variabel pengukur kepuasan nasabah pada lembaga SyarQ memiliki pengaruh sebesar 70%. Sedangkan 30% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa, masih terdapat faktor pengukuran lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada lembaga SyarQ yang tidak diteliti pada penelitian ini.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Bukti Fisik (X1) → kepuasan Nasabah	0,018	0,017	0,106	0,171	0,864

Kehandalan (X2) → kepuasan Nasabah	0,127	0,121	0,128	0,992	0,332
Jaminan (X3) → kepuasan Nasabah	0,056	0,061	0,110	0,508	0,612
Daya tangga (X4) → kepuasan Nasabah	0,679	0,685	0,141	4,802	0,000

Tabel 3 : data pengolahan *bootstrapping* pada SmartPLS 3.0

Berikut ini merupakan pembahasan setiap indikator pengukuran kualitas layanan :

- a. Hasil hipotesis pertama, variabel pengukuran Bukti Fisik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada lembaga *financial technology*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji analisis data pada variabel bukti fisik terhadap kepuasan nasabah yang memiliki nilai t-statistik dari variabel bukti fisik sebesar 0,171 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,864. Hal ini membuktikan bahwa bukti fisik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nilai t-statistik < t-tabel yaitu $0,171 < 1,96$ dan nilai signifikansi *p-value* > 0,05 yaitu $0,864 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama tidak diterima/ditolak.

Hal ini diperkuat oleh laman web SyarQ yang kurang memuatkan informasi penting pada webnya, seperti visi dan misi, profil perusahaan, struktur organisasi. Kemudian diperkuat oleh konfirmasi nasabah SyarQ yang menyatakan bahwa meskipun SyarQ beroperasi secara online akan tetapi mereka juga membutuhkan kantor *official* yang dapat melayani nasabah sehingga nasabah lebih mudah dan saling percaya, berikut pernyataan Bapak Martin tentang SyarQ “*kalau bisa melakukan daftar secara langsung boleh juga, tempat kerja dan tinggal di bandungnya sudah pasti dan jelas. Semoga ada daftar langsung dan mudah*”.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan beberapa teori dari Parasuman, Zeithaml dan Berry dalam buku Tjiptono dan Chandra (2016 : 177-178) yang mengatakan bahwa bukti fisik merupakan daya Tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan. Menurut Zeithaml, dalam pengembangan metode *service quality* menjadi internet *service quality*, maka kualitas layanan dibagi ke dalam beberapa kelompok atau *gap*. Di mana bukti fisik, masuk ke dalam kelompok *design gap*, yaitu karyawan harus mampu menguasai dan memanfaatkan secara maksimal mengenai fitur-fitur yang diharapkan oleh nasabah pada struktur dan fungsi web perusahaan tersebut. Akan tetapi pada kenyataannya bahwa dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan cicilan tidak selamanya nasabah atau calon nasabah melihat dari penampilan fisik sebuah website. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Bapak Raihan Iqbal sebagai nasabah di lembaga SyarQ, mengatakan bahwa “*pihak kantor saya bekerja sama dengan pihak SyarQ sehingga karyawan-karyawannya termasuk saya, bisa menggunakan fasilitas cicilan dari SyarQ, dan usernya sudah dibikin oleh pihak SyarQ*”. Maka dari itu, karyawan yang sudah menjadi mitra dan menggunakan jasa SyarQ tidak akan melihat atau menilai tampilan SyarQ melalui *website*.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa, variabel bukti fisik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada lembaga SyarQ. Dikatakan berpengaruh positif karena, penampilan website SyarQ tidak mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi di SyarQ, nasabah menganggap penampilan website SyarQ yang menarik bukan sesuatu yang penting, ada hal lain yang membuat nasabah ingin bertransaksi di SyarQ selain dari penampilan fisik

SyarQ. Maka, dapat disimpulkan bahwa, apabila bukti fisik pada SyarQ semakin tinggi tidak akan membuat kepuasan nasabah meningkat begitu pula sebaliknya. Sehingga bukti fisik bukan termasuk factor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

- b. Hasil hipotesis kedua pada variabel pengukuran kehandalan adalah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga financial technology. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji analisis data pada variabel kehandalan terhadap kepuasan nasabah yang memiliki nilai t-statistik dari variabel kehandalan sebesar 0,992 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,332. Hal ini membuktikan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nilai t-statistik < t-tabel yaitu $0,992 < 1,96$ dan nilai signifikansi *p-value* > 0,05 yaitu $0,332 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua tidak diterima/ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori pengukuran *e-servqual* oleh Zeithaml *et al* (2002) yang mengatakan bahwa, kehandalan meliputi fungsionalitas teknis situs, seperti sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.

Hal ini diperkuat oleh beberapa komplain nasabah atau calon nasabah pada akun sosial media milik SyarQ yang menyatakan bahwa terdapat beberapa kendala pada saat registrasi maupun pra-registrasi, hal ini diungkap kan oleh beberapa akun pengguna instagram yang mengeluh seperti “@anugrah_achmad_soleh... ga bisa registrasi”, “@khalidiimani.. min kok saya gagal mulu ya daftar jadi nasabah, verifikasi gagal terus” dan beberapa lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberi layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun masih kurang dalam layanan pada perusahaan SyarQ. Serta situs web tidak berfungsi atau tersedia sebagaimana mestinya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, kehandalan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dikatakan berpengaruh positif karena, kemampuan SyarQ dalam melayani nasabahnya sejak pertama kali tanpa memberi kesan negatif terhadap perusahaan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi di SyarQ, nasabah menganggap hal tersebut bukanlah suatu hal yang fatal, ada hal lain yang membuat nasabah merasa puas bertansaksi di SyarQ seperti ulasan nasabah yang ditulis oleh akun *Fahri Rizky* pada website SyarQ yang mengatakan bahwa “*Alhamdulillah.. semoga berkah,, bisa menyelamatkan kita dari riba*” dan memberi lima bintang kepada website SyarQ . Hal ini diperkuat juga oleh adanya nasabah yang sudah menggunakan SyarQ lebih dari sekali, yang artinya apabila nasabah tersebut tidak puas maka ia tidak akan menggunakan kembali layanan SyarQ. Maka, dapat disimpulkan bahwa, apabila kehandalan pada SyarQ semakin tinggi tidak akan membuat kepuasan nasabah meningkat begitu pula sebaliknya. Sehingga kehandalan bukan termasuk factor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

- c. Hasil hipotesis ketiga pada variabel pengukuran jaminan adalah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga financial technology. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji analisis data pada variabel jaminan terhadap kepuasan nasabah yang memiliki t-statistik dari variabel kehandalan sebesar 0,508 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,612. Hal ini membuktikan bahwa variabel jaminan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nilai t-statistik < t-tabel yaitu, $0,508 < 1,96$ dan nilai signifikansi *p-value* > 0,05 yaitu $0,612 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga tidak diterima/ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori pengukuran *e-servqual* oleh Zeithaml *et al* (2002) yang mengatakan bahwa, jaminan merupakan sikap perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan, memberikan kesan aman bagi para pelanggannya. Serta, jaminan juga dilihat dari wawasan dan ketrampilan dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan.

Hal ini diperkuat oleh banyak komplain atau keluhan pada akun sosial media milik SyarQ yang mengeluh akan kesusahan mereka saat registrasi sehingga hal ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan belum bisa menumbuhkan kepercayaan nasabah atau calon nasabah yang ingin mendaftar di SyarQ, dan juga menunjukkan bahwa ketrampilan pihak perusahaan dalam mengelola web SyarQ masih kurang sehingga banyak menimbulkan kesulitan dalam mengakses.

Berdasarkan penjelasan tentang hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada lembaga SyarQ. Dikatakan berpengaruh positif karena, bagaimana perusahaan menumbuhkan kepercayaan terhadap lembaganya, sikap perusahaan dalam menumbuhkan rasa aman bukan suatu hal yang dianggap penting oleh nasabah, ada hal lain yang membuat nasabah tetap merasa puas bertransaksi di SyarQ. Maka dapat disimpulkan bahwa, apabila jaminan pada SyarQ semakin tinggi tidak akan membuat kepuasan nasabah meningkat begitu pula sebaliknya. Sehingga jaminan bukan termasuk factor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

- d. Hasil hipotesis keempat pada variabel pengukuran daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga *financial technology*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji analisis data pada variabel daya tanggap terhadap kepuasan

nasabah memiliki nilai t-statistik sebesar 4,802 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini membuktikan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nilai t-statistik > t-tabel yaitu, $4,802 > 1,96$ dan nilai signifikansi $p\text{-value} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat diterima.

Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi daya tanggap yang diberikan SyarQ maka akan besar pula nilai kepuasan nasabah yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini diperkuat oleh beberapa faktor, yaitu :

- 1) Kemampuan pihak SyarQ dalam memberikan informasi kepada nasabah ketika terjadi masalah, hal ini dapat dilihat dari akun sosial media *Instagram* milik SyarQ yang beberapa kali terlihat membalas komentar yang mengutarakan keluhan nasabah.
- 2) Karyawan atau admin SyarQ yang sopan dan jelas saat memberikan tanggapan terhadap keluhan di kolom komentar, membuat nasabah atau calon nasabah merasa diperhatikan dan nyaman dalam menggunakan layanan SyarQ.
- 3) Adanya agen, fungsi agen di SyarQ adalah untuk mengkoordinasi pembiayaan pada wilayah tertentu dan juga untuk *survey* calon nasabah. Hal ini dilakukan guna untuk mengantisipasi penyalahgunaan data yang diunggah oleh calon nasabah, apakah data-data yang diunggah milik dirinya pribadi atau orang lain. Dengan adanya agen ini, dapat dikatakan bahwa SyarQ tanggap dalam mencegah risiko yang akan terjadi, seperti risiko penyalahgunaan data, dan risiko gagal bayar.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, variabel daya tanggap dapat mempengaruhi kepuasan nasabah lembaga financial technology SyarQ. Sehingga SyarQ akan lebih baik jika meningkatkan kualitas daya tanggap yang lebih efisien dan inovatif sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan SyarQ dan kepuasan nasabah.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara variabel daya tanggap terhadap kepuasan nasabah pada lembaga financial technology SyarQ, maka dengan itu semakin tinggi tingkat daya tanggap karyawan atau admin SyarQ, maka semakin tinggi tingkat kualitas layanan SyarQ dan semakin besar pula kepuasan nasabah lembaga SyarQ.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Hasil hipotesis pertama, tentang bukti fisik menunjukkan bahwa hasilnya berpengaruh positif namun tidak signifikan antara variabel bukti fisik dengan variabel endogeneous kepuasan nasabah pada lembaga financial technology SyarQ. Hal ini berarti, Hipotesis pertama ditolak. Karena hasil dari analisis data menunjukkan angka yang tidak signifikan.
2. Hasil hipotesis kedua, tentang kehandalan menunjukkan bahwa hasilnya berpengaruh positif namun tidak signifikan antara variabel kehandalan dengan variabel endogeneous kepuasan nasabah pada lembaga financial technology SyarQ. Hal ini berarti, Hipotesis kedua ditolak. Karena hasil dari analisis data menunjukkan angka yang tidak signifikan.
3. Hasil hipotesis ketiga, tentang jaminan menunjukkan bahwa hasilnya berpengaruh positif namun tidak signifikan antara variabel jaminan dengan variabel endogeneous kepuasan nasabah pada lembaga financial technology SyarQ. Hal ini berarti, Hipotesis ketiga ditolak. Karena hasil dari analisis data menunjukkan angka yang tidak signifikan.

4. Hasil hipotesis keempat, tentang daya tanggap menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel eksogeneous daya tanggap terhadap variabel endogeneous kepuasan nasabah lembaga SyarQ. Hal ini berarti Hipotesis ke-empat diterima. Karena hasil analisis data menunjukkan angka yang signifikan. Jadi, semakin tinggi nilai daya tanggap lembaga SyarQ maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah lembaga SyarQ.
5. Kualitas layanan memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga SyarQ. Berdasarkan hasil uji R-Square tingkat kepuasan nasabah pada lembaga SyarQ adalah sebesar 70,9 %, sedangkan 29,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Pada penelitian ini, indikator pengukuran kualitas layanan yang memberikan dampak besar terhadap kepuasan nasabah adalah indikator daya tanggap yang berpengaruh positif dan signifikan, maka dari itu perusahaan perlu meningkatkan daya tanggapnya untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi lembaga SyarQ sebaiknya apabila pembiayaan yang dapat diterima adalah masyarakat wilayah Jawa Barat atau masyarakat yang dapat dijangkau oleh agen, akan lebih baik jika ada keterangan tertulis di laman web. Atau apabila memang masyarakat Indonesia luar daerah Jawa Barat banyak yang berminat melakukan pembiayaan di Lembaga SyarQ akan lebih baik apabila lembaga SyarQ membuka cabang di luar kota.
2. Bagi lembaga SyarQ sebagai lembaga financial technology akan lebih baik apabila meningkatkan rasa percaya (*trust*) terhadap nasabah atau calon nasabah, melalui analisa data secara digital sehingga dapat mengurangi kegiatan survey oleh agen.

3. Bagi lembaga SyarQ sebagai lembaga financial technology yang sangat peduli dengan ekonomi syariah tanpa riba. Akan lebih baik apabila mencari sumber dana atau kerjasama dengan investor luar. Hal ini untuk mendukung lembaga SyarQ agar lebih inovatif dalam hal menjalin kerjasama dan supaya lebih banyak masyarakat yang dapat dibiayai oleh lembaga SyarQ.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis, akan lebih baik untuk meneliti tentang faktor kepercayaan lembaga terhadap nasabahnya, mekanisme akad murabahah pada transaksi online.
5. Penelitian ini dilakukan pada satu lembaga financial technology. Maka masih dapat dilakukan penelitian kembali pada lembaga financial technology yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arif, Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta

Ferdinand, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, g. 2006. *Structural Equation Modelling : Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Pertama, Edisi Ketiga. Jakarta : Penerbit Erlangga

Matcesw, Alexandra. 2015. *Peer to peer Lending*. New York : Data & Society Research Institute

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Selemba Empat

Soeryanto Soegoto, Eddy. 2008. *Marketing Research (Smart Way to Solve a Problem)*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo KOMPAS GRAMEDIA

Sugiono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Supranto.2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Sutanto, Herry dan Umam Khaerul. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : CV Pustaka Setia

Swastha dan Handoko. 2000. *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Produk Tabungan Perbankan*. Solo : PT Aksara Solo Pos

Umar, Husein. 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : EKONISIA

Jurnal

- Amalia, Ikfi. *Analisa Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang*. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 2 No. 01 Edisi April 2012
- Amin Nursudi dan Sudarno. *Factor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Pelaporan Keuangan Pemerintah*. Diponegoro Journal of Accounting Vol. 2, Nomor 3, Tahun 2013.
- Iwan Sidharta dan Boy Suzanto. *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen pada E-commerce*. Jurnal Computech dan Bisnis, Vol. 9, No. 1 Juni 2015
- Kuswanto, Adi. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*. Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 14, No. 2
- Nawari. *Analisis Loyalitas Pelanggan Menggunakan Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada Usaha E-Business (studi kasus pada pengguna Paytren)*. Jurnal Makro Manajemen Vol 2, No 1 2017
- Likumuha, Debby. *Faktor Kualitas Layanan serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Ambon*. Journal of Business and Banking. Vol 1, No 1 May 2011
- Parasuraman, A. Valerie, A. Zeithmal & Leonard L. Berry. *Servqual : A Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Retailing, Vol 64, No 1, 1998
- Pollari, Ian. *The Rise of Fintech Opportunities and Challenges*. JASSA The Fincia Journal of Applied Finance. ISSUE 3 2016
- Wigawati, Sri. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Maliyah Vol 1, No 1, 2011
- Wismantoro, Yohan. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (studi kasus Pelanggan Telkom Speedy Kantor Daerah Layanan Telekomunikasi Semarang)*. Jurnal Media Ekonomi dan Teknologi Informasi Vol 21, No 1 Maret 2013
- Wulan, Vieqi Rakhma. *Financial Technology (Fintech) a New Transaction in Future*. Journal of Electrical Engineering and Computer Sciences. Vol.2 No. 1 Juni 2017
- Yonghee, Kim et. Al. *The Adoption of Mobile Payment Service for Fintech*. International Journal of Applied Engineering Research. Vol. 11, No.2 2016

Skripsi

Farizi, Rashel. 2017. *Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Kualitas E-service Quality pada Minat Beli Belanja Online Melalui Kepuasan di Traveloka*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Website

<https://en.wikipedia.org/wiki/peer-to-peer-lending> diakses 15/11/2018 pukul 04.55

<https://syarq.com/>

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Financial Technology

(Studi Kasus pada Lembaga SyarQ)

Assalamualaikum Wr. Wb

Kepada Yth Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Sehubungan dengan adanya penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir strata satu (S1), Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, maka dengan ini :

Nama : Isyatir Raziah

NIM : 20140730236

Fakultas/Jurusan : Agama Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : ‘Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Financial Technology (Studi Kasus pada Lembaga SyarQ)’

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya agar dapat mengisi kuesioner yang telah disediakan sebagai bahan penelitian dan pengumpulan data sesuai dengan judul skripsi di atas. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wb

Yogyakarta, Juli 2018

Hormat Saya

Isyatir Raziah

NIM. 20140730236

Kuesioner

“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Lembaga Financial Technology

(Studi Kasus pada Lembaga SyarQ)

PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. Identitas responden
2. Berisi pernyataan yang harus dijawab oleh responden.
Pada bagian ini Bapak/Ibu/Saudara/i cukup memilih jawaban yang dianggap sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya, dengan memberikan tanda (√) centang pada jawaban tersebut. Terdapat lima pilihan jawaban, berikut keterangannya:
 - a. STS = Sangat Tidak Setuju
 - b. TS = Tidak Setuju
 - c. N = Netral
 - d. S = Setuju
 - e. SS = Sangat Setuju

I. IDENTITAS RESPONDEN

- 1) Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
- 2) Usia :
 - a. <30 tahun
 - b. 31 – 40 tahun
 - c. 41 – 50 tahun
 - d. > 51 tahun
- 3) Pendidikan terakhir :
 - a. SMA
 - b. S1
 - c. Pasca Sarjana
- 4) Pekerjaan :
 - a. Siswa / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri Sipil
 - c. Pegawai Swasta / Wirausaha
 - d. Wirausaha
 - e. Lainnya....
- 5) Pendapatan perbulan :
 - a. ≤ Rp. 2.000.000-, /bulan
 - b. > Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000-, /bulan
 - c. > Rp 4.000.000 – RP 6.000.000-, /bulan

- d. > Rp 6.000.000-, /bulan
- 6) Dari manakah Anda memperoleh informasi tentang lembaga SyarQ ?
- Keluarga
 - Teman
 - Google
 - Facebook
 - Instagram
 - Agen
 - Lainnya...
- 7) Dari beberapa aplikasi ini, aplikasi apa saja yang terdapat di handphone Anda ? (boleh pilih lebih dari satu)
- Bukalapak
 - Tokopedia
 - Shopee
 - Akulaku
 - Kredivo
 - Flip
 - Truemoney
 - Ayopop
 - Kudo
 - Traveloka
 - Paytren
 - Lazada
 - Homecredit

II. DAFTAR PERNYATAAN

1) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu mengenai daya tarik secara visual.

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	SyarQ mempunyai web yang menarik secara visual					
2.	Tampilan menu pada SyarQ tersusun dengan bagus					
3.	Saya merasa mudah saat melakukan transaksi di SyarQ					

2) Keandalan (*reability*), yaitu kemampuan dalam memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan.

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	SyarQ selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan					

2.	Petugas SyarQ melakukan pencairan sesuai dengan waktu yang dijanjikan
3.	Petugas SyarQ sangat kompeten sehingga tidak pernah membuat kesalahan saat bertransaksi

3) Jaminan (*Assurance*), yaitu perilaku SyarQ dalam menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman.

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	SyarQ memiliki sistem kebijakan keamanan yang baik					
2.	Setelah melakukan pendaftaran online saya mendapatkan Virtual Account melalui email					
3.	SyarQ memiliki reputasi yang baik					
4.	Saya yakin data yang saya berikan kepada SyarQ terpelihara dengan baik					

4) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kesedian dan kemampuan SyarQ dalam menanggapi dan membantu nasabah

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	SyarQ menanggapi keluhan saya dengan tanggap					
2.	SyarQ menyelesaikan keluhan saya dengan cepat					
3.	SyarQ mengingatkan saya sebelum jadwal pembayaran agar saya tidak terlambat					
4.	SyarQ mengirimkan pemberitahuan konfirmasi pembayaran					

5) Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Jawaban
----	------------	---------

	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tidak menemukan masalah dalam bertransaksi di SyarQ				
2.	Secara keseluruhan layanan SyarQ mampu memenuhi ekspektasi saya				
3.	Saya puas dengan layanan SyarQ dalam memenuhi kebutuhan saya				
4.	SyarQ merupakan solusi transaksi saya				
5.	Saya puas terhadap pelayanan dari SyarQ				

3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3
2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	1	1	2	1	2	2	2
3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	1
3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	1	1	2	1	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	4	2	3	3	2	2	2	3	2	1	4	3	3	2	3	3
2	1	1	2	3	1	1	4	2	2	3	1	1	3	3	2	3	4
2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	1	3	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2
3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	2	3	3	2	2
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3
4	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	2	2	3	4	1	3	1	4	3	2	1	2	3	2	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	1	2	2	3	3	4
3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

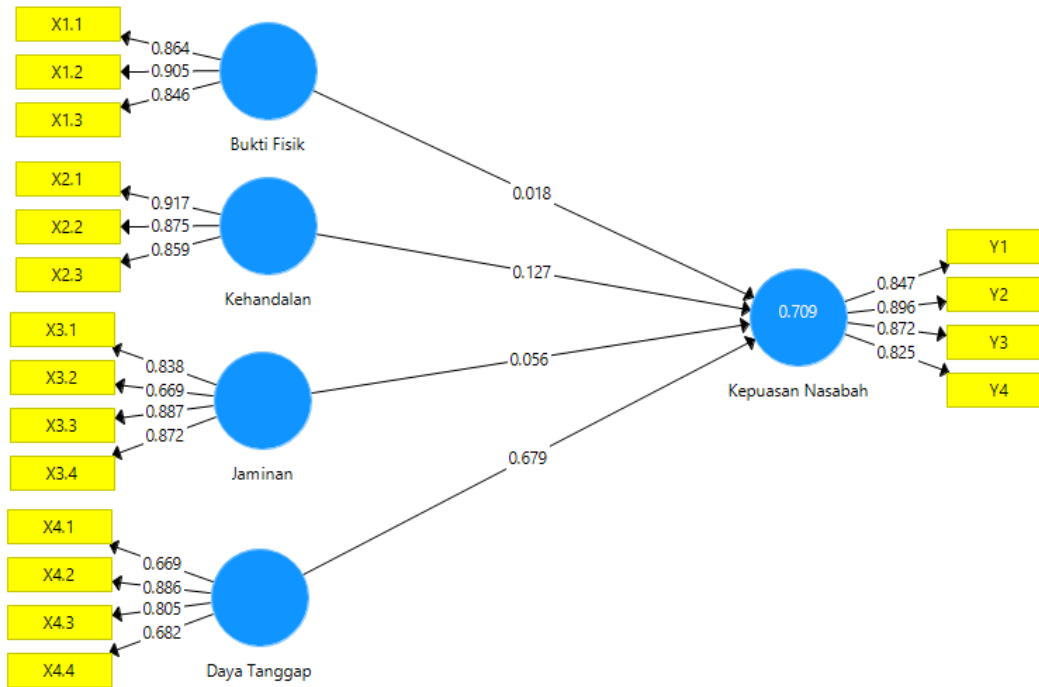
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4	2	3	2	4	3	2	3	3	4	3	2	4
2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	3	1	1	1	4	4

Tabel 5.1 tabulasi
Data diolah peneliti

LAMPIRAN III

HASIL UJI ANALISIS DATA

a. Uji validitas



Gambar 5.1 outer model

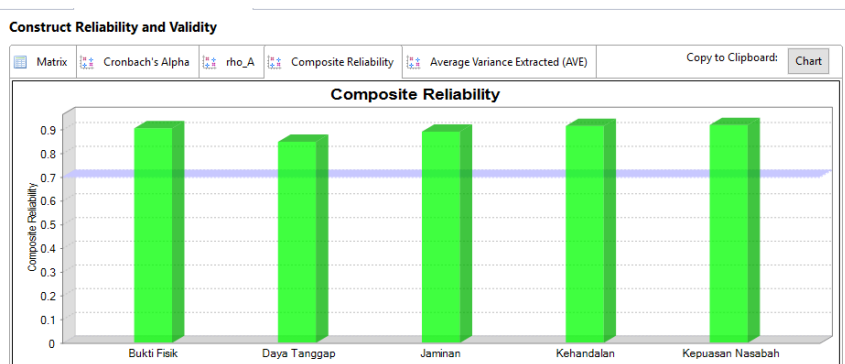
b. Validitas diskriminan

Discriminant Validity					
	Bukti Fisik	Daya Tanggap	Jaminan	Kehandalan	Kepuasan Nas...
X1.1	0.864	0.477	0.595	0.491	0.463
X1.2	0.905	0.642	0.696	0.641	0.552
X1.3	0.846	0.529	0.615	0.539	0.473
X2.1	0.579	0.743	0.729	0.917	0.671
X2.2	0.496	0.669	0.694	0.875	0.663
X2.3	0.643	0.691	0.651	0.859	0.570
X3.1	0.609	0.672	0.838	0.665	0.561
X3.2	0.508	0.459	0.669	0.430	0.455
X3.3	0.626	0.754	0.887	0.720	0.626
X3.4	0.650	0.689	0.872	0.715	0.659
X4.1	0.528	0.669	0.631	0.616	0.538

X4.2	0.510	0.886	0.660	0.679	0.781
X4.3	0.427	0.805	0.578	0.600	0.691
X4.4	0.518	0.682	0.584	0.536	0.503
Y1	0.491	0.714	0.602	0.637	0.847
Y2	0.555	0.802	0.696	0.615	0.896
Y3	0.483	0.732	0.593	0.630	0.872
Y4	0.426	0.610	0.529	0.600	0.825

Gambar 5.2 discriminant validity

c. Uji Reabilitas



Gambar 5.3 composite reability

LAMPIRAN IV

UJI HIPOTESIS

a. Uji R-Square (R^2)

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	R Square	R Square Adjus...			
Kepuasan Nasa...	0.709	0.694			

Gambar 5.4 *R-Square*

b. Uji T

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias C...	Samples	Copy to Clipboard:	Exc...
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Bukti Fisik -> K...	0.018	0.029	0.102	0.177	0.859
Daya Tanggap ...	0.679	0.682	0.134	5.083	0.000
Jaminan -> Ke...	0.056	0.055	0.113	0.496	0.620
Kehandalan -> ...	0.127	0.121	0.117	1.088	0.277

Gambar 5.5 *path coefficients*

LAMPIRAN V

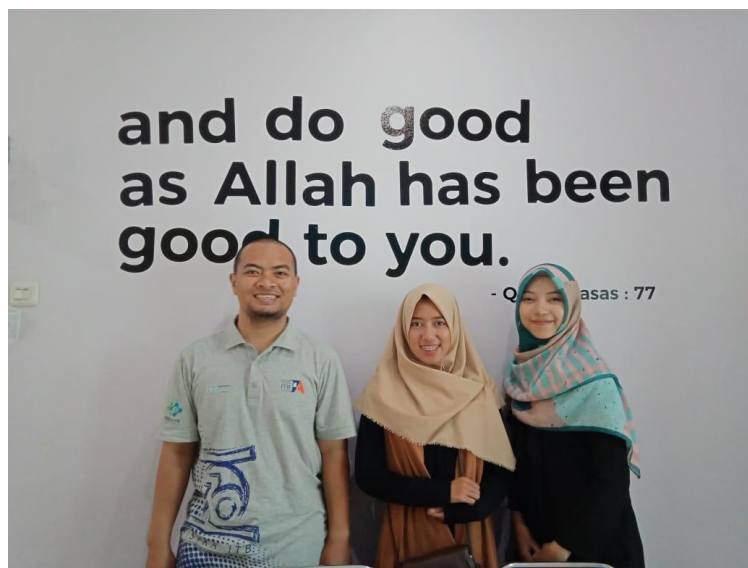
DOKUMENTASI

a. Kantor lembaga SyarQ



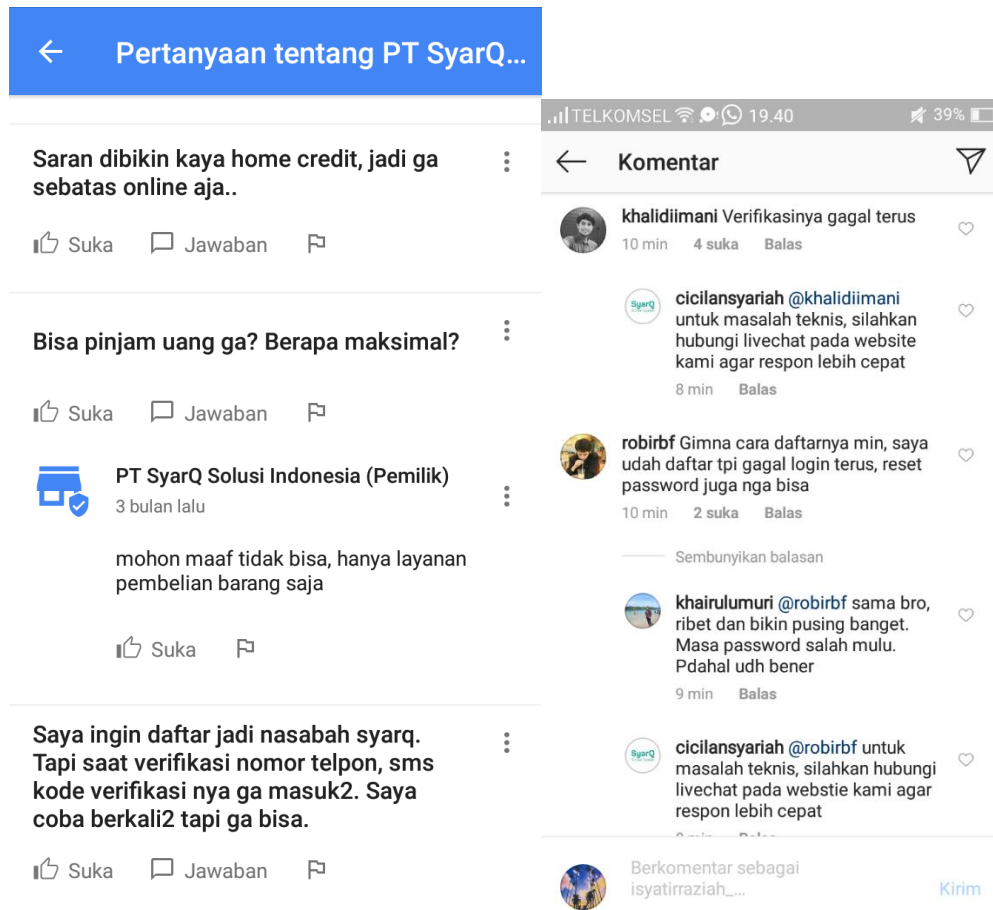
Gambar 5.6 *kantor lembaga SyarQ*

b. Dokumentasi saat berkunjung ke lembaga SyarQ



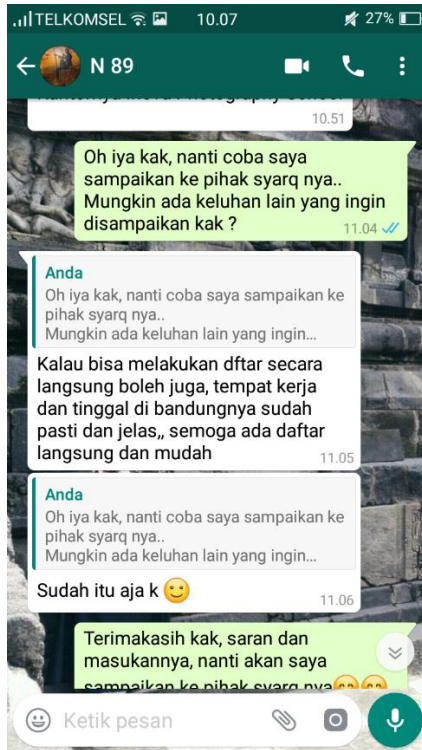
Gambar 5.7 dokumentasi kunjungan

c. Dokumentasi nasabah



Gambar 5.8 dokumentasi nasabah

d. Dokumentasi konfirmasi dengan nasabah



Gambar 5.9 percakapan dengan nasabah



