



Pengaruh Pengembangan Produk, Persepsi Masyarakat, dan Keamanan terhadap Evaluasi Kinerja Bank Syariah Indonesia Kota Bandar Lampung

Indra Al Fitara¹, Moh Bahrudin^{2*}, Anggun Okta Fitri³

^{1,2*,3}Perbankan Syariah, Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Kota Bandar Lampung, Indonesia

Email: ^{2*}ambarim85@email.com

Informasi Artikel

Submitted : 24-04-2025

Accepted : 14-05-2025

Published : 20-05-2025

Keywords:

Development

Perception

Security

Abstract

This study highlights the importance of performance assessment of Indonesian Islamic Banks, especially Bandar Lampung Islamic Bank, which is influenced by product development, public perception, and security. The purpose of the study was to examine the impact of these three factors on bank performance assessment and determine the relative importance of each in the success of Islamic banks. The results of the analysis show that product development has a positive but insignificant impact, with a t-value (-306) smaller than the t-table (1.98217) and a significance (0.760) greater than 0.05. In contrast, public perception and security show a positive and significant impact, with t-values of 5.154 and 2.909, respectively, and a significance below 0.05. These findings indicate that this study, although with important product development, security and public opinion have a greater influence on the performance of Islamic banks. Therefore, banks need to focus on improving transaction security, service quality, and transparency to build consumer trust. This study provides insight for Islamic bank management to improve performance and competitiveness in the Indonesian Islamic banking market.

Abstrak

Penelitian ini menyoroti pentingnya penilaian kinerja Bank Syariah Indonesia, khususnya Bank Syariah Bandar Lampung, yang dipengaruhi oleh pengembangan produk, persepsi masyarakat, dan keamanan. Tujuan penelitian adalah untuk menguji dampak ketiga faktor tersebut terhadap penilaian kinerja bank dan menentukan kepentingan relatif masing-masing dalam keberhasilan bank syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan produk mempunyai dampak positif tetapi tidak signifikan, dengan nilai t hitung (-306) lebih kecil dari t tabel (1,98217) dan signifikansi (0,760) lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, persepsi masyarakat dan keamanan menunjukkan dampak positif dan signifikan, dengan nilai t hitung masing-masing 5,154 dan 2,909, serta signifikansi di bawah 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa penelitian ini meskipun dengan pengembangan produk penting, keamanan dan opini publik lebih berpengaruh terhadap kinerja bank syariah. Oleh karena itu, bank perlu fokus pada peningkatan keamanan transaksi, kualitas layanan, dan transparansi untuk membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan bagi manajemen bank syariah untuk meningkatkan kinerja dan daya saing di pasar perbankan Islam Indonesia.

Kata Kunci: Pengembangan, Persepsi, Keamanan.

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk perbankan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, sektor perbankan Islam di Indonesia berkembang dengan pesat. Lembaga keuangan Islam menawarkan berbagai produk yang mengutamakan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan selain keuntungan. Evaluasi kinerja yang mencakup inovasi produk, persepsi masyarakat, dan keselamatan nasabah menjadi metode untuk menilai efektivitas bank Islam. Berdasarkan informasi dari Bank Indonesia, sektor perbankan Islam di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup besar bagi industri perbankan nasional pada tahun 2020, dengan total aset sebesar Rp1.167,5 triliun (Andrianto dan Firmansyah, 2019; Baridwan, 2010; Ermawati, Musyahidah, dan Nurdin, 2021).

Opini publik terkait kepercayaan terhadap sistem dan produk yang diberikan oleh bank syariah turut memengaruhi berbagai isu yang muncul saat menilai kinerja bank syariah di Indonesia. Berdasarkan studi OJK tahun 2020, hanya sekitar 36% masyarakat yang cukup mengenal bank syariah. Hal ini menunjukkan rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di masyarakat Indonesia. Namun, data Bank Indonesia juga menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh bank syariah bervariasi, dengan sejumlah bank melaporkan penurunan kinerja dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, kajian tentang bagaimana pandangan masyarakat umum terhadap layanan dan produk bank syariah serta pengaruhnya terhadap kinerja bank syariah di Indonesia menjadi fokus utama dalam studi ini (Ningrum, Bacmid, & Jalil, 2021; Marzuki & Nurdin, 2020). Beberapa sudut pandang, seperti teori perilaku konsumen dan teori layanan, memberikan teori yang mendasari hubungan antara variabel yang akan diperiksa dalam penelitian ini.

Menurut teori perilaku konsumen, bagaimana masyarakat umum memandang suatu barang atau jasa akan memengaruhi pilihan mereka untuk memanfaatkannya. Dalam konteks perbankan Islam, kepercayaan, pemahaman, dan pengalaman sebelumnya dengan bank Islam semuanya akan berdampak signifikan pada bagaimana masyarakat umum memandang produk-produk Islam. Misalnya, keputusan nasabah untuk menjadi klien secara signifikan dipengaruhi oleh tingkat keyakinan mereka terhadap sistem perbankan Islam, klaim Nurdin dan Yusuf (2020). Menurut penelitian lain, orang mungkin lebih cenderung menggunakan layanan perbankan Islam jika mereka memiliki pendapat yang baik tentang keamanan dan transparansinya (Musyahidah, Ermawati, & Nurdin, 2021; Ortega & Alhifni, 2017).

Faktor keamanan yang sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja bank syariah. Menurut teori manajemen risiko, bank syariah harus mengutamakan perlindungan keamanan nasabah untuk menjaga kepercayaan nasabah dan meningkatkan operasional bank. Keamanan yang efektif akan menciptakan lingkungan yang nyaman bagi nasabah dalam bertransaksi. Tingkat keamanan yang tinggi pada produk perbankan syariah dikaitkan dengan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja bank, menurut penelitian OJK tahun 2021. Loyalitas nasabah terhadap bank syariah sangat dipengaruhi oleh unsur keamanan, menurut penelitian Nurdin dan Yusuf (2020) (Malkan et al., 2021).

Menurut teori pengembangan produk, inovasi produk perbankan syariah dapat mendongkrak kinerja dan daya saing bank. Bank syariah harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan tuntutan pasar, terutama yang berbasis teknologi seperti produk investasi syariah dan mobile banking. Menurut data CNBC Indonesia, jumlah transaksi online meningkat hingga 25% pada tahun 2020, yang menunjukkan peningkatan yang cukup besar dalam adopsi produk perbankan syariah berbasis teknologi. Inovasi produk dapat mendongkrak minat konsumen dalam menggunakan layanan perbankan syariah, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja bank syariah (Rachmawati & Widana, 2019; Sugiyono, 2008), menurut penelitian Romdhoni dan Ratnasari (2018). Menganalisis hubungan antara pengembangan produk bank syariah dengan masalah leverage juga penting.

Penggunaan utang untuk membiayai kegiatan operasional dikenal sebagai leverage, dan dapat berdampak pada kapasitas bank syariah untuk menciptakan barang baru dan memasuki pasar baru. Menurut teori keuangan, jika leverage digunakan dengan benar, dapat meningkatkan pendapatan bank; tetapi, jika digunakan secara berlebihan, dapat meningkatkan risiko dan mengganggu kinerja bank. Menurut data Bank Indonesia, sejumlah bank syariah dengan rasio leverage yang tinggi mengalami penurunan kinerja sebagai akibat dari tantangan pengelolaan utang. Bank dengan rasio leverage yang lebih rendah biasanya memiliki kinerja yang lebih stabil, menurut penelitian oleh Gitosudarmo (2000) (Ningrum et al., 2021).

Dengan menggabungkan beberapa elemen yang memengaruhi kinerja bank syariah yakni, keamanan, persepsi publik, dan pengembangan produk serta menyajikan model analisis yang menggabungkan ketiganya, penelitian ini menjadi unik. Fokus pada penerapan data empiris yang lebih komprehensif dan nyata, beserta pemanfaatan teori-teori yang relevan untuk menjelaskan

korelasi antara faktor-faktor tersebut, menjadi keunggulan penelitian ini. Meskipun hubungan antara persepsi publik dan kinerja bank syariah telah dibahas dalam penelitian sebelumnya, penelitian ini mengkaji lebih dalam cara variabel-variabel tersebut berinteraksi dan memengaruhi kinerja bank syariah Indonesia (Andrianto & Firmansyah, 2019; Ermawati et al., 2021).

Memahami elemen-elemen yang memengaruhi kinerja bank Islam merupakan tujuan kami dalam studi ini untuk membantu kemajuan manajemen bank Islam. Diharapkan bahwa studi ini akan menawarkan perspektif baru tentang bagaimana pertimbangan keamanan, opini publik, dan pengembangan produk dapat meningkatkan penilaian kinerja bank Islam di Indonesia. Lebih jauh, diharapkan bahwa studi ini akan menawarkan saran kepada praktisi dan pembuat kebijakan di industri perbankan Islam untuk meningkatkan mutu layanan dan barang yang diberikan kepada masyarakat umum.

Latar belakang masalah ini menyimpulkan bahwa penciptaan produk yang sesuai, opini publik yang baik, dan jaminan keamanan sangat penting untuk meningkatkan keberhasilan bank-bank Islam di Indonesia. Temuan-temuan dari penelitian sebelumnya dan teori-teori terkini menunjukkan bahwa ketiga elemen tersebut memiliki dampak substansial terhadap kinerja bank-bank Islam. Dengan fokus pada contoh Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung, penelitian ini akan menjelaskan lebih lanjut tentang bagaimana ketiga elemen tersebut berinteraksi dan mendukung pertumbuhan bank-bank Islam di Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, yang mencoba mengkarakterisasi fenomena yang diteliti secara metodis tanpa menekankan hubungan kausal antar variabel. Dampak keamanan, persepsi publik, dan pengembangan produk terhadap penilaian kinerja bank syariah Indonesia khususnya di Bank Syariah Bandar Lampung akan dibahas dalam makalah ini. Data numerik yang dikumpulkan dari responden melalui survei atau kuesioner diukur dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Buku Kotler & Keller (2009) "Marketing Management" memperkenalkan Teori Perilaku Konsumen, yang merupakan salah satu gagasan yang digunakan dalam penelitian ini. Gagasan ini menyatakan bahwa persepsi dan pengalaman konsumen memiliki dampak yang signifikan terhadap barang atau jasa yang mereka pilih.

Data dikumpulkan dari responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif ini. Kuesioner berisi pertanyaan tentang opini publik, pengembangan produk, dan pertimbangan keamanan digunakan untuk mengumpulkan data primer. Responden diminta untuk mengevaluasi faktor-faktor ini dan bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi penilaian kinerja bank. Untuk mengkarakterisasi fitur setiap variabel yang diteliti, data yang dikumpulkan akan diperiksa menggunakan metode statistik deskriptif. Sebanyak 123.000 nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung menjadi sumber data dalam penelitian ini. Seluruh nasabah yang saat ini terdaftar sebagai nasabah aktif bank syariah tersebut dan telah menggunakan barang dan jasa bank tersebut termasuk dalam kelompok ini.

Setiap nasabah memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian sesuai dengan teknik pengambilan menggunakan teknik sampling secara acak yang digunakan dalam pengambilan sampel. Metode ini dipilih karena menawarkan representasi yang lebih akurat dari berbagai pengalaman dan perspektif nasabah terhadap variabel yang diteliti, termasuk persepsi masyarakat, pengembangan produk, dan pertimbangan keamanan. Hasilnya, temuan dari 20 sampel ini dapat digunakan untuk mengkarakterisasi pola dan tren yang ada pada seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk menggali opini nasabah mengenai faktor pengembangan produk, persepsi mereka terhadap bank syariah, serta sejauh mana faktor keamanan mempengaruhi mereka dalam menilai kinerja bank. Teknik sampling ini dipilih untuk

memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat mewakili seluruh populasi nasabah bank syariah di Bandar Lampung, sehingga hasil temuan dapat digeneralisasikan dengan akurat. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik dan fitur dari setiap variabel yang diteliti, seperti persepsi masyarakat, pengembangan produk, dan keamanan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini melibatkan beberapa uji untuk memastikan keakuratan dan reliabilitas data yang diperoleh, yaitu uji validitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur variabel yang dimaksud, serta uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, untuk memeriksa distribusi data, uji heterokedastisitas, untuk memastikan tidak adanya variasi yang tidak tetap dalam data, serta uji multikolinieritas, untuk memastikan tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Setelah itu, dilakukan uji hipotesis untuk menguji apakah pengembangan produk, persepsi masyarakat, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap penilaian kinerja bank syariah Indonesia. Melalui serangkaian analisis ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bank syariah di Indonesia dan memberikan wawasan yang berguna bagi pengelola bank syariah untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

a. Evaluasi Kinerja

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.474	0.1874	Valid
2	0.878	0.1874	Valid
3	0.863	0.1874	Valid

b. Keamanan

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.391	0.1874	Valid
2	0.953	0.1874	Valid
3	0.948	0.1874	Valid
4	0.953	0.1874	Valid

c. Persepsi Masyarakat

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.622	0.1874	Valid
2	0.596	0.1874	Valid
3	0.685	0.1874	Valid
4	0.689	0.1874	Valid
5	0.685	0.1874	Valid

d. Pengembangan Produk

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.437	0.1874	Valid
2	0.897	0.1874	Valid
3	0.857	0.1874	Valid

4	0.405	0.1874	Valid
5	0.828	0.1874	Valid
6	0.863	0.1874	Valid
7	0.814	0.1874	Valid

3.2 Uji Realibilitas

Menurut Jogiyanto Instrumen yang reliabel termasuk instrumen dimana jika dipakai berulang kali dalam pengukuran objek yang serupa, nantinya dapat menciptakan data yang serupa (reliabel) pada tiap ukuran. Berikut ini adalah kriteria pengujian:

1. Bila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, instrumen dikatakan reliabel
2. Bila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, instrumen dikatakan invariabel

Variabel	Cronback Alpha	R Tabel	Keterangan
Evaluasi Kinerja (Y)	0.558	0.60	Reliable
Keamanan (X)	0.829	0.60	Reliable
Persepsi Masyarakat (X)	0.639	0.60	Reliable
Pengembangan Produk (X)	0.860	0.60	Reliable

3.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali Uji normalitas dilakukan guna menguji apakah data penelitian dari masing-masing variabel terdistribusi normal ataupun tidak.

1. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75175276
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.068
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.001
	99% Confidence Interval Lower Bound	.000
	Upper Bound	.002

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

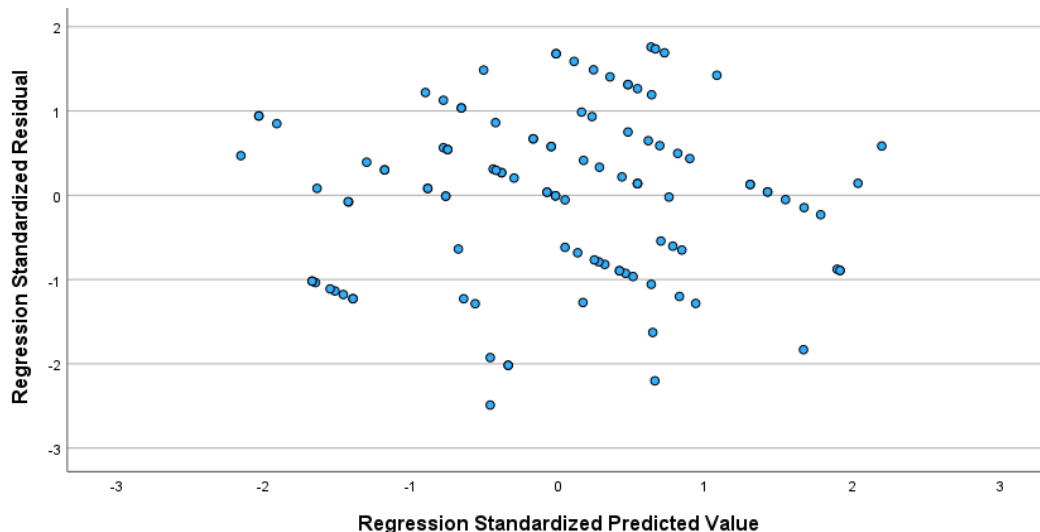
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil analisis table diatas, diperoleh nilai sig (2-tailed) 0.001 < 0.05 maka disimpulkan tidak berdistribusi normal

3.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali Uji Heteroskedastisitas bermaksud guna menguji apakah model regresi mengalami pertidaksamaan varians dari variabel-variabelnya

- 1) Apabila grafik plot menunjukkan titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka di indikasiakan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila grafik plot tidak menunjukkan pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas.



Berdasarkan hasil analisis Grafik diatas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.5 Uji Multikolinearitas

1. Menurut Ghozali Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas.
2. Menurut Imam Ghozali tidak terjadi gejala Multikolinieritas, jika nilai Tolerance > 0,100 dan nilai Vif < 10,00

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.795	1.202		1.494	.138		
Pengembangan Produk (X1)	-.014	.045	-.034	-.306	.760	.480	2.083
Persepsi Masyarakat (X2)	.399	.077	.538	5.154	<.001	.548	1.825
Keamanan (X3)	.163	.056	.246	2.909	.004	.837	1.194

a. Dependent Variable: Evaluasi Kinerja (Y)

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai tolerance X1 (0.480), X2 (0.548) dan X3 (0.837) > 0.100 sedangkan nilai VIF X1 (2.083), X2 (1.825), dan X3 (1.194) < 10.00 maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas

3.6 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

- 1) Apabila hasil R mendekati 0 menunjukkan kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan semakin lemah, maka model dikatakan kurang layak.
- 2) Apabila hasil R mendekati 1 menunjukkan kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan semakin kuat, maka model dikatakan kuat.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.366	.348	1.776

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X3), Persepsi Masyarakat (X2), Pengembangan Produk (X1)

Berdasarkan hasil analisis diatas diperoleh persentase keragaman variable jumlah evaluasi kinerja (Y) yang dapat dijelaskan oleh variable pengembangan produk (X1), persepsi masyarakat (X2) dan keamanan (X3) adalah 36.6% sedangkan 64.4% sisanya dijelaskan variable lain diluar model regresi

3.7 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali Analisis regresi berganda adalah penyelidikan dimana bermaksud untuk membuktikan ada ataupun tidak pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah bentuk pemodelan yang digunakan dalam penelitian ini :

$$Y = (\text{Constant}) + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	1.795	1.202		1.494	.138
	Pengembangan Produk (X1)	-.014	.045	-.034	-.306	.760
	Persepsi Masyarakat (X2)	.399	.077	.538	5.154	<.001
	Keamanan (X3)	.163	.056	.246	2.909	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

$$Y = 1.795 + -.014X_1 + 0.399X_2 + 0.163X_3$$

- a. Konstanta sebesar 1.795, hal ini menunjukkan bahwa apabila X1, X2 dan X3 bernilai sebesar 0 maka nilai Y tetap sebesar 1.795
- b. Berdasarkan variabel pengembangan produk X1 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki koefisien regresi negatif dengan nilai b = -0.014 apabila terjadi penurunan nilai variabel X1 sebesar 1 point maka akan terjadi pula penurunan terhadap variabel Y sebesar -0.014
- c. Berdasarkan variabel persepsi masyarakat X2 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai b = 0.399 apabila terjadi kenaikan nilai variabel X2 sebesar 1 point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.399

- d. Berdasarkan variabel keamanan X3 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X3 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0.163$ apabila terjadi kenaikan nilai variabel X3 sebesar 1 point maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.163

3.8 Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan apakah dari variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen,

Dasar Pengambilan Keputusan

- 1) Jika $\text{sig} < 0,05$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y 2)
- 2) Jika $\text{sig} > 0,05$ atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

H3 = Dugaan Pengembangan Produk, Persepsi Masyarakat, Dan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	193.373	3	64.458	20.427	<,001^b
	Residual	334.482	106	3.155		
	Total	527.855	109			

a. Dependent Variable: Evaluasi Kinerja (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X3), Persepsi Masyarakat (X2), Pengembangan Produk (X1)

Berdasarkan hasil analisis table diatas, di dapatkan nilai f hitung (20.427), $> f \text{ table}$ (3.088) dan sig (0.001) < 0.05 maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X1, X2 dan X3 secara Bersama-sama (Simultan) terhadap Y sehingga H3 Diterima dan H0 Ditolak

3.9 Uji T (Parsial)

Menurut Ghazali Uji-t (*test*) digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh masing masing variabel berdasarkan parsial berdampak signifikan pada variabel dependen

Dasar Pengambilan keputusan.

- 1) Bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dengan nilai $\text{sig} \leq 0,05$ dimana H0 ditolak sedangkan Ha diterima. Hal tersebut menjelaskan adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel terikat
- 2) Bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dengan nilai $\text{sig} \geq 0,05$ dimana H0 diterima sedangkan Ha ditolak. Hal tersebut menjelaskan tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut.

Hipotesis

H1 = Dugaan Pengembangan Produk positif dan signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia

H2 = Dugaan Persepsi Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia

H3 = Dugaan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia

		Coefficients^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	1.795	1.202		1.494
	Pengembangan Produk (X1)	-.014	.045	-.034	-.306
	Persepsi Masyarakat (X2)	.399	.077	.538	5.154
	Keamanan (X3)	.163	.056	.246	2.909

a. Dependent Variable: Evaluasi Kinerja (Y)

1. Berdasarkan hasil analisis dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung (-306) < t tabel (1.98217) dan sig (0.760) > 0.05, maka disimpulkan pengembangan produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia, H1 ditolak dan H0 diterima
2. Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai t hitung (5.154) > t tabel (1.98217) dan sig (0.001) < 0.05, maka disimpulkan persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia, H2 diterima dan H0 ditolak

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai t hitung (2.909) > t tabel (1.98217) dan sig (0.004) < 0.05, maka disimpulkan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap evaluasi kinerja bank syariah Indonesia, H3 diterima dan H0 ditolak

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk, persepsi masyarakat, dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap evaluasi kinerja Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung. Pengembangan produk berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap evaluasi kinerja bank, yang terlihat dari nilai t hitung (-306) yang lebih kecil dari t tabel (1.98217) dan nilai signifikansi (0.760) yang lebih besar dari 0.05, sehingga H1 ditolak dan H0 diterima. Sebaliknya, persepsi masyarakat terbukti berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai t hitung (5.154) yang lebih besar dari t tabel (1.98217) dan nilai signifikansi (0.001) yang lebih kecil dari 0.05, sehingga H2 diterima dan H0 ditolak. Begitu pula dengan faktor keamanan, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bank, dengan nilai t hitung (2.909) lebih besar dari t tabel (1.98217) dan nilai signifikansi (0.004) yang lebih kecil dari 0.05, yang berarti H3 diterima dan H0 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengembangan produk adalah bagian penting dalam strategi bank syariah, faktor persepsi masyarakat dan keamanan lebih berperan dalam meningkatkan evaluasi kinerja bank, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keberhasilan bank dalam menarik dan mempertahankan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, A., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Baridwan, Z. (2010). *Akuntansi Menengah* (Edisi Ketujuh). Yogyakarta: Badan Fakultas Penerbit Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Ermawati, E., Musyahidah, S., & Nurdin, N. (2021). Perspektif Masyarakat Muslim terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Islam di Indonesia (Berdasarkan Tema Ekonomi Al-Qur'an dan Hadits). *Jurnal Internasional Tinjauan Bisnis dan Manajemen*, 9(3)

- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2017). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. *Skripsi Akademi Keuangan dan Perbankan Padang*.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Edisi pertama). Yogyakarta: BPFE.
- Malkan, M., Kurniawan, I., Nurdin, N., & Noval, N. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi Saham di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1)
- Marzuki, M., & Nurdin, N. (2020). Pengaruh Ekspektasi Produk Halal, Lingkungan Sosial, dan Pengetahuan Fiqih terhadap Niat Menggunakan Produk Teknologi Keuangan Syariah. *Jurnal Internasional Inovasi, Kreativitas, dan Perubahan*, 13(1)
- Musyahidah, S., Ermawati, E., & Nurdin, N. (2021). Pengaruh Penghindaran Riba dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Internasional Penelitian dan Analisis Multidisiplin*, 4(8)
- Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1)
- Nurdin, N., & Yusuf, K. (2020). Siklus hidup manajemen pengetahuan di bank Islam: kasus bank syariah di Indonesia. *Jurnal Internasional Studi Manajemen Pengetahuan*, 11(1)
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Priyono, P. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Revisi 2008). Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02)
- Sakum, H. I. (2017). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5(01).
- Sugiyono, S. (2008). *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta).