

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT SyarQ Solusi Indonesia

PT SyarQ Solusi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan SyarQ merupakan sebuah perusahaan rintisan di bidang cicilan online yang berdiri sejak Maret 2017 dan terletak di Kota Bandung. SyarQ berdiri atas dasar semangat anti riba, demi mendukung lahirnya ekonomi syariah. Sistem transaksi cicilan di SyarQ menggunakan akad murabahah yang sesuai dengan fatwa MUI tentang murabahah. Sejauh ini, SyarQ melakukan pembiayaan atau cicilan di wilayah Jawa Barat dan sekitarnya yang sudah terdapat agen.

2. Pengertian SyarQ

SyarQ merupakan sebuah platform yang menyediakan fasilitas cicilan syariah yang berbasis teknologi dan informasi yang dapat diakses melalui internet atau aplikasi *software*. Cicilan pada SyarQ tanpa menggunakan kartu kredit. Adanya SyarQ diharapkan dapat membantu masyarakat agar terbebas dari cicilan yang berbasis bunga (riba). Sistem cicilan di SyarQ yaitu dengan menggunakan akad murabahah. Akad murabahah merupakan sebuah akad transaksi jual beli barang dengan ketentuan harga awal barang ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara pihak pemberi pinjaman dan pihak yang menerima pinjaman (Wawancara dengan Bapak Salman Alfarisy selaku CEO SyarQ, 16 November 2018)

SyarQ merupakan salah satu lembaga penyelenggara IKD yang berbasis syariah. SyarQ sebagai penyelenggara bisnis berperan sebagai pihak yang menghimpun dan mengelola dana dari investor kemudian menyalurkannya kepada nasabah yang membutuhkan sebuah barang dengan melakukan transaksi akad murabahah.

Tugas SyarQ sebagai lembaga perantara adalah menawarkan jasa cicilan online bagi umumnya masyarakat dan khususnya bagi karyawan yang ingin membeli sebuah produk atau menawarkan kerjasama investasi. Menurut otoritas jasa keuangan, pemberi pinjaman pada *startup* layanan simpan pinjam berbasis teknologi dan informasi dapat dilakukan oleh perorangan dan oleh kelompok, baik warga negara Indonesia maupun warga negara asing.

Sumber dana SyarQ berasal dari kerjasama dengan lembaga keuangan lainnya seperti BMT Daarut Tauhid dan perusahaan Konten Digital. Kerjasama antara SyarQ dengan pihak pemilik dana menggunakan akad mudharabah. Akad mudharabah yaitu investor bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan SyarQ sebagai pihak pengelola disebut (*mudharib*), dengan ketentuan hasil keuntungan kerjasama dibagi sesuai nisbah yang telah disepakatkan (Wawancara dengan Bapak Salman Alfarisy selaku CEO SyarQ, 16 November 2018)

3. Badan Hukum Lembaga SyarQ

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, syarat sah sebuah lembaga keuangan untuk mendirikan sebuah perusahaan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi dan informasi terdapat pada pasal 2 SALPOJK

Nomor 77/POJK.01/2016 yang berbunyi bahwa penyelenggara dinyatakan sebagai lembaga keuangan lainnya, badan hukum penyelenggara berbentuk Perseroan Terbatas (PT) atau koperasi.

PT SyarQ Solusi Indonesia merupakan salah satu platform fintech yang telah bergabung dengan Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFTECH). Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI) merupakan sebuah wadah kolaborasi startup, institusi, akademisi, komunitas dan pakar praktisi yang mendorong perkembangan Teknologi Keuangan Syariah.

Adanya lembaga AFSI sebagai wadah pendukung bagi startup syariah yang berbasis teknologi adalah sebuah upaya untuk memajukan jasa keuangan syariah di Indonesia. AFSI sendiri telah disahkan dan diakui sebagai badan hukum melalui surat keputusan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor AHU-0001911.AH..01.07 pada tahun 2018 tepatnya pada tanggal 14 febuari 2018.

4. Profil PT SyarQ Solusi Indonesia

Profil SyarQ diperoleh melalui website SyarQ yaitu <https://syarq.com/> :

Nama : PT SyarQ Solusi Indonesia

Alamat : Komplek Daichi No. 55, jalan Terusan Jakarta Bandung,
Jawa Barat

Email : info@syarq.com

5. Visi dan Misi

Visi : “ Menjadi solusi transaksi keuangan syariah bagi yang membutuhkan”

Misi : “ Mengembangkan teknologi keuangan syariah yang mudah digunakan, ringkas dan ekonomis sebagai upaya mendistribusikan kekayaan dari yang kaya ke yang miskin”.

6. Struktur Organisasi

- a. CEO : M. Salman Alfarisy
- b. CTO : Yudi Haribowo
- c. CPO : Corina Indrianti
- d. Product Manajer : Bram Panumbra
- e. Advisor I : UII (Universitas Islam Indonesia)
- f. Advisor II : Harjono S

7. Prosedur Pembiayaan di Lembaga SyarQ

Secara umum pembiayaan *murabahah* pada lembaga SyarQ dilakukan untuk pembelian suatu barang dengan cara calon nasabah mengajukan link barang yang diinginkan, kemudian barang tersebut dipesan dan dibeli oleh pihak SyarQ, lalu setelah barang tersebut datang barulah kemudian diserahkan kepada nasabah dan melakukan akad *murabahah*. Uang muka pembiayaan *murabahah* pada lembaga SyarQ sangat variatif yaitu bisa dimulai dari 5% hingga 50%.

Adapun prosedur pengajuan pembiayaan *murabahah* pada lembaga SyarQ dilakukan dengan cara, sebagai berikut :

- a. Nasabah membuat akun terlebih dahulu melalui aplikasi SyarQ
- b. Kemudian nasabah mengisi formulir data diri yang tersedia pada aplikasi. Data diri yang perlu diisi oleh calon nasabah adalah :

- 1) No KTP
 - 2) Data Pasangan
 - 3) Tempat Kerja
 - 4) Ahli waris
 - 5) Dokumen legal berupa slip gaji dan jaminan
 - 6) Upload foto diri beserta tempat tinggal
 - 7) Kartu keluarga
 - 8) Bukti penghasilan berupa slip gaji atau sejenisnya
- c. Nasabah menyalin link barang yang ingin dibeli pada aplikasi SyarQ
- d. Kemudian setelah *deal* dengan kesepakatan yang telah ditentukan SyarQ, maka barang akan dibeli

Setelah nasabah berhasil mengajukan pembiayaan di SyarQ, maka pihak SyarQ akan menganalisis terlebih dahulu apakah pembiayaan tersebut dapat dibiayai atau tidak, berikut adalah langkah-langkah SyarQ menganalisis data nasabah :

- a. *Scoring*, yaitu pihak SyarQ akan menilai calon nasabah melalui data yang telah diupload dan menilai perilaku nasabah melalui akun sosial media yang telah dicantumkan
- b. *Survey* oleh Agen, survey yang dilakukan oleh agen yaitu dengan cara mengikuti GPS yang telah diunggah oleh calon nasabah. Pengecekan ini bertujuan untuk memastikan apakah GPS yang dikirimkan benar dan nyata. Survey ini juga untuk memastikan keadaan nasabah yang sebenarnya secara fisik dan langsung.

- c. Kemudian agen akan memberitahu pihak SyarQ terkait laporan yang telah ditemukan.
- d. *Collateral*, penilaian collateral pada lembaga SyarQ dilakukan melalui penilaian dari sosial media dan penilaian psikometris oleh pihak SyarQ.
- e. Kemudian setelah calon nasabah dianggap layak untuk dibiayai maka SyarQ akan mengirimkan konfirmasi penerimaan kepada calon nasabah.

Setelah dilakukan pembelian barang, maka barang akan dikirimkan ke alamat kantor SyarQ terlebih dahulu guna untuk mengecek produk tersebut. Kemudian pihak SyarQ mengantar barang tersebut kepada nasabahnya dan melakukan akad murabahah.

Setelah melakukan akad murabahah, maka berikutnya nasabah akan membayar cicilan yang telah disepakati. Karena SyarQ bukan lembaga visual seperti bank, maka cara pembayarannya adalah melalui virtual Account, berikut langkah-langkahnya :

- a. Nasabah membuka website SyarQ, kemudian login akun
- b. Klik tombol yang berisi nama akun pada pojok kanan atas
- c. Setelah itu, klik menu cicilanku dalam dashboard nasabah
- d. Pilih dan klik cicilan yang ingin anda bayar
- e. Pilih bulan cicilan yang ingin anda bayar, klik bayar cicilan
- f. Kemudian transfer dengan nominal yang sama ke rekening virtual akun SyarQ

B. Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdapat empat variabel *eksogenous*, yaitu variabel bukti fisik (X_1), variabel kehandalan (X_2), variabel jaminan (X_3) dan variabel daya tanggap (X_4). Variabel *endogenous* pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Tiap variabel memiliki indikator masing-masing, seperti berikut :

- a. Bukti fisik (X_1)
 - 1) Desain web
 - 2) Tampilan menu
 - 3) Mudah dalam bertransaksi
- b. Kehandalan (X_2)
 - 1) Sesuai janji
 - 2) Tepat waktu
 - 3) Kompeten
- c. Jaminan (X_3)
 - 1) Sistem kebijakan keamanan
 - 2) Konfirmasi akun
 - 3) Reputasi yang baik
 - 4) Keamanan data
- d. Daya tanggap (X_4)
 - 1) Tanggap menghadapi keluhan
 - 2) Kecepatan penyelesaian masalah
 - 3) Tanggap terhadap jadwal pembayaran

- 4) Konfirmasi pembayaran
- e. Kepuasan nasabah (Y)
- 1) Transaksi lancar
 - 2) Memenuhi ekspektasi
 - 3) Memenuhi kebutuhan
 - 4) Solusi transaksi

C. Uji Instrumen

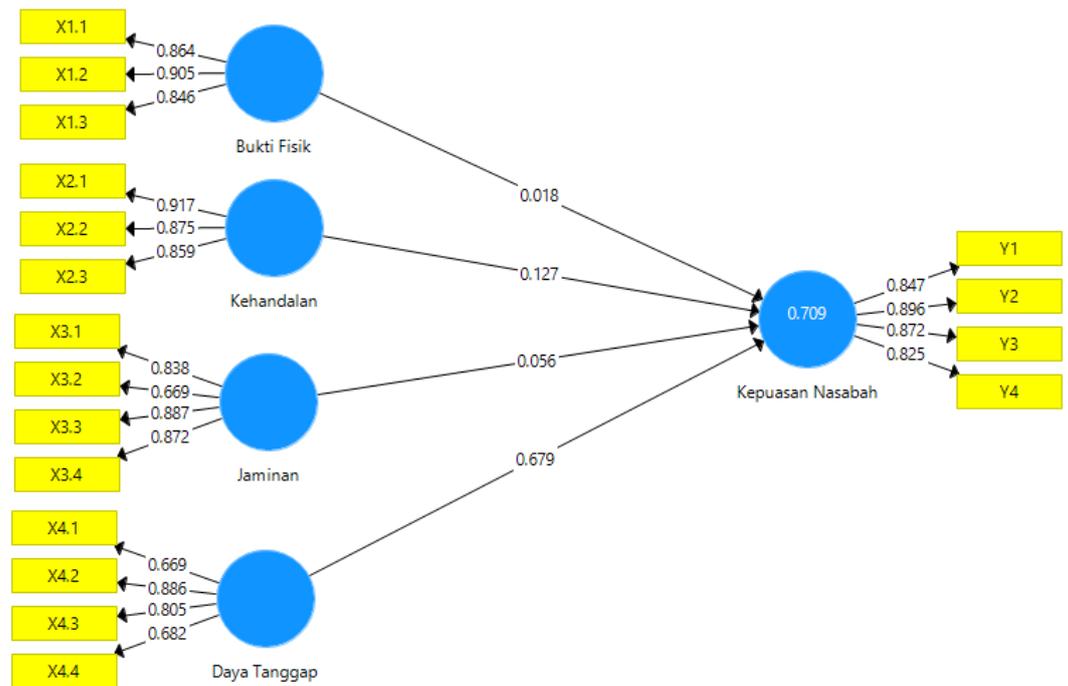
Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode SEM berbasis PLS (*Partial Least Square*), dengan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.2.7. Data yang diolah dengan metode SEM berbasis PLS (*Partial Least Square*) ini, meliputi beberapa tahap, yaitu :

1. Model pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*Outer Model*) bertujuan untuk mengetahui validitas dan reabilitas dengan cara melihat hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Terdapat 3 tahap pengukuran *outer model* yaitu, *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reability*. Dari ketiga tahap tersebut, untuk mengukur tingkat validitas menggunakan *Convergent Validity*, dan *Discriminant Validity*, sedangkan untuk mengukur reabilitas metode pengukurannya dilakukan ditahap akhir dengan metode pengukuran *Composite Reability*. Berikut hasil uji validitas dan reabilitas menggunakan metode pengukuran (*Outer Model*) :

a. Uji Validitas

Dari hasil perhitungan menggunakan metode SEM berbasis PLS (*Partial Least Square*), dihasilkan *Outer Model* sebagai berikut :



Gambar 4.1 Diagram Outer Model Hubungan antar variabel laten dalam SEM PLS

Sumber : data diolah peneliti

Langkah pertama, mengukur seberapa besar korelasi antara konstruk/indikator dengan variabel laten dengan melihat nilai *Convergent Validity*. Nilai *Convergent Validity* dapat dilihat dari *standardized loading factor*. Suatu indikator dikatakan valid apabila besar korelasi antar setiap *itemscore* dengan variabel latennya memiliki nilai $>0,70$. Namun, pada penelitian pengembangan skala *loading* 0,50 sampai dengan 0,60 masih dapat diterima (Ghozali dan Latan 2014 : 37).

Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran *Outer Model* pada gambar dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Variabel bukti fisik diukur menggunakan indikator X1.1-X1.3
Dari hasil *loading factor* semua indikator tersebut memiliki nilai diatas 0,70. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).
- 2) Variabel kehandalan diukur menggunakan indikator X2.1-X2.3.
Dari hasil *loading factor* semua indikator tersebut memiliki nilai diatas 0,70. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).
- 3) Variabel jaminan diukur menggunakan indikator X3.1-X3.4. Dari hasil *loading factor* semua indikator tersebut memiliki nilai diatas 0,70 kecuali pada nilai faktor X3.3 memiliki nilai loading 0,669 namun masih dapat diterima karena >60. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).
- 4) Variabel daya tanggap diukur menggunakan X4.1-X4.4. Dari hasil *loading factor* indikator X4.1 dan X4.4 memiliki nilai <0,70 yaitu X4.1 sebesar 0,669 dan X4.4 sebesar 0,682. Sedangkan X4.2 dan X4.3 memiliki angka diatas 0,70 yaitu X4.2 sebesar 0,886 dan X4.3 sebesar 0,805. Namun, menurut Ghazali Ghazali

dan Latan (2014 : hal 37) nilai 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).

- 5) Variabel kepuasan nasabah diukur menggunakan Y1-Y4. Dari hasil *loading factor* semua indikator tersebut memiliki nilai diatas 0,70. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator-indikator tersebut valid dan memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).

Langkah kedua, *Discriminant validity* yaitu untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai dengan cara melihat nilai *cross loadings*. Suatu model pengukuran *discriminant validity* yang dapat dikatakan valid, apabila mempunyai nilai *loading* paling tinggi diantara setiap indikator dalam satu variabel, dan dibandingkan dengan nilai *loading* variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* yang diperoleh adalah sebagai berikut :

	BUKTI FISIK (X1)	KEHANDALAN (X2)	JAMINAN (X3)	DAYA TANGGAP (X4)	KEPUASAN NASABAH (Y)
X1.1	0,864	0,491	0,595	0,477	0,463
X1.2	0,905	0,641	0,696	0,642	0,552
X1.3	0,846	0,539	0,615	0,529	0,473

X2.1	0,579	0,917	0,729	0,743	0,671
X2.2	0,496	0,875	0,694	0,669	0,663
X2.3	0,643	0,859	0,651	0,691	0,570
X3.1	0,609	0,665	0,838	0,672	0,561
X3.2	0,508	0,430	0,669	0,459	0,455
X3.3	0,626	0,720	0,887	0,754	0,626
X3.4	0,650	0,715	0,872	0,689	0,659
X4.1	0,528	0,616	0,631	0,669	0,538
X4.2	0,510	0,679	0,660	0,886	0,781
X4.3	0,427	0,600	0,578	0,805	0,691
X4.4	0,518	0,536	0,584	0,682	0,503
Y.1	0,491	0,637	0,602	0,714	0,847
Y.2	0,555	0,615	0,696	0,802	0,896
Y.3	0,483	0,630	0,593	0,732	0,872
Y.4	0,426	0,600	0,529	0,610	0,825

Tabel 4.1 korelasi nilai cross loading

Sumber : data diolah peneliti

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa, korelasi nilai *cross loading* yang dihasilkan pada masing-masing indikator di suatu konstruk akan berbeda dengan indikator pada konstruk lain. Berdasarkan tabel tersebut korelasi nilai *cross loading* di setiap konstruk/indikator pada variabel laten memiliki nilai tertinggi apabila dibandingkan dengan satu sama lain. Pada variabel bukti fisik (X1) nilai *cross loading* tertinggi adalah sebesar 0,905. Pada variabel kehandalan (X2) nilai *cross loading* tertinggi adalah sebesar

0,917. Pada variabel jaminan (X3) nilai *cross loading* tertinggi adalah sebesar 0,887. Pada variabel daya tanggap (X4) nilai *cross loading* tertinggi adalah sebesar 0,886. Sedangkan pada variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y) nilai *cross loading* tertinggi adalah 0,896.

Dari hasil korelasi nilai *cross loading* tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa korelasi nilai *cross loading* dari semua konstruk/indikator dari suatu variabel laten lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cross loading* indikator dari variabel lainnya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa semua variabel laten tersebut telah memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

b. Uji Reabilitas

Pada penelitian menggunakan software SmartPLS 3.0 pengukuran uji reabilitas dilihat melalui hasil perhitungan *Outer Model* tahap terakhir yaitu menggunakan *composite reliability*.

Composite reliability digunakan untuk mengetahui nilai reabilitas suatu konstruk yang sesungguhnya dan lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk (Hartono dan Abdillah, 2014:62). Suatu model dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai $>0,7$ dengan nilai ideal 0,8 sampai dengan 0,9 akan tetapi jika memiliki nilai 0,6 masih dapat diterima.

	<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

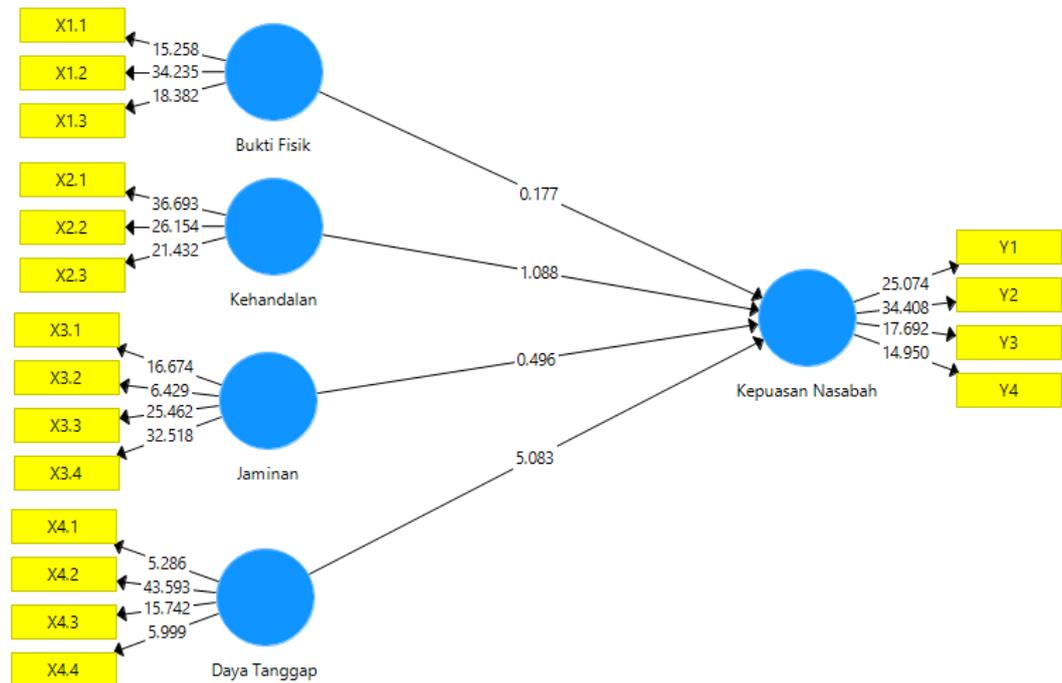
Tabel 4.2 *diskriminan validity*

Sumber : data diolah peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *composite reability* dari semua konstruk memiliki nilai di atas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk pada model ini bisa dikatakan reliabel dan memenuhi kriteria *composite reability*

2. Model struktural (*inner model*)

Setelah semua data telah teruji validitas dan reabilitasnya, maka pengujian selanjutnya adalah menggunakan model struktural (*inner model*). Model ini bertujuan untuk melihat hubungan antar konstruk, signifikansi dan *R-square* dari model penelitian.



Gambar 4.2 diagram Inner Model
Sumber : data diolah peneliti

a. Uji R-Square

Langkah pertama mengolah data *inner model* dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 adalah dengan melihat R-Square atau disebut juga dengan uji *godness of fit model* untuk setiap variabel dependen.

R-Square	
Kepuasan Nasabah	0,709

Tabel 4.3 R-Square⁽²⁾

Uji R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel di atas menunjukkan nilai S-square sebesar 0,709 dapat disimpulkan bahwa

kepuasan nasabah (Y) dapat diprediksi oleh variabel kualitas layanan (independen). Hal ini berarti, variabel kualitas layanan menggunakan indikator bukti fisik, kehandalan, jaminan dan daya tanggap memiliki pengaruh sebesar 70,9 % terhadap kepuasan nasabah sedangkan 29,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada SmartPLS 3.0 menggunakan metode *bootstrapping*. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui nilai probabilitas serta statistiknya. Suatu nilai probabilitas dianggap signifikan apabila nilai *p-value* dan *alpha* (α) adalah 5% atau $< 0,5$ %. Suatu nilai statistik dapat dikatakan signifikan apabila *t-statistik* $>$ *t-tabel* dengan nilai *t-tabel* untuk *alpha* (α) 5% adalah 1,96.

Tabel 4.4 nilai probabilitas

	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 tanggap (X4) → kepuasan Nasabah	0,679	0,685	0,141	4,802	0,000

Pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* dilakukan melalui tiga tahap analisis yang dapat dilihat dari tabel di atas, yaitu :

1) T-Statistik

Pada analisis T-statistik bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikansi antara variabel independen dengan variabel dependen.

- a) Nilai t-statistik pada variabel bukti fisik (X1) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,171. Hal ini berarti bukti fisik (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena t-statistik < t-tabel yaitu sebesar $0,171 < 1,96$.
- b) Nilai t-statistik pada variabel kehandalan (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,992. Hal ini berarti kehandalan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena t-statistik < t-tabel yaitu sebesar $0,992 < 1,96$.
- c) Nilai t-statistik pada variabel jaminan (X3) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,508. Hal ini berarti jaminan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena t-statistik < t-tabel yaitu sebesar $0,508 < 1,96$.

d) Nilai t-statistik pada variabel daya tanggap (X4) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 4,802. Hal ini berarti daya tanggap (X4) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena t-statistik > t-tabel yaitu sebesar $4,802 > 1,96$.

2) *Original Sample (O)*

a) Nilai *original sample* pada variabel bukti fisik (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,018. Hal ini berarti nilai *original sample* pada variabel bukti fisik (X1) berpengaruh positif, yang berarti bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).

b) Nilai *original sample* pada variabel kehandalan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,127. Hal ini berarti nilai *original sample* pada variabel kehandalan (X2) berpengaruh positif, yang berarti bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

c) Nilai *original sample* pada variabel jaminan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,056. Hal ini berarti nilai *original sample* pada variabel jaminan (X3) berpengaruh positif, yang berarti bahwa variabel jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

d) Nilai *original sample* pada variabel daya tanggap (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,679. Hal ini berarti nilai *original sample* pada variabel daya tanggap (X4) berpengaruh positif, yang berarti bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3) *P-value* atau Probabilitas

a) Nilai *p-value* pada variabel bukti fisik (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,864. Hal ini berarti nilai *p-value* untuk variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan, karena $0,854 > 0,05$.

b) Nilai *p-value* pada variabel kehandalan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,332. Hal ini berarti nilai *p-value* untuk variabel kehandalan tidak berpengaruh signifikan, karena $0,332 > 0,05$.

c) Nilai *p-value* pada variabel jaminan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,612. Hal ini berarti nilai *p-value* untuk variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan, karena $0,612 > 0,05$.

d) Nilai *p-value* pada variabel daya tanggap (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai *p-value* untuk variabel daya tanggap berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena $0,000 < 0,05$.

2. Pembahasan Hasil Penelitian

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 $p\text{-value} > 0,05$ 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-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.

- e. 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.