Journal of Sharia Economics
Vol. 8, No. 1, June, 2026, pp. 219 –232
p-ISSN: 2655-2493 ; e-ISSN: 2655-2485
Website: http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Pengaruh Inovasi Layanan Dan Kesesuaian Prinsip Syariah Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura

Selvi Aulia[1], Efni Anita[2], Rohana[3]
[1,2,3] **UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia**

*Corresponding author, email; selviauliaa005@gmail.com, efnianita@uinjambi.co.id, rohana071992@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2026
Revised Juni 2026
Accepted Juni 2026
Available online http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Keywords:
service innovation, sharia compliance, customer trust, Bank Syariah Indonesia, Islamic banking.

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Selvi Aulia, Efni Anita, Rohana" Pengaruh Inovasi Layanan Dan Kesesuaian Prinsip Syariah Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura" *Journal of Sharia Economics 8*, No. 1 June: 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service innovation and compliance with sharia principles on customer trust at Bank Syariah Indonesia (BSI) Pattimura Jambi Branch. The study is motivated by the importance of customer trust as a key factor in maintaining sustainable relationships between banks and customers amid the increasingly competitive Islamic banking industry. Service innovation has become one of the strategic efforts undertaken by banks to improve service quality through the utilization of digital technology, while compliance with sharia principles represents the fundamental characteristic distinguishing Islamic banks from conventional banks. Therefore, both factors are assumed to play a significant role in shaping and enhancing customer trust in Islamic banking institutions.This research employed a quantitative approach with a causal associative design. The population consisted of all customers of Bank Syariah Indonesia Pattimura Jambi Branch, while the sample comprised 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires based on a Likert scale and analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The data analysis techniques included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R^2).The results indicate that service innovation has a positive and significant effect on customer trust at Bank Syariah Indonesia Pattimura Jambi Branch. Furthermore, compliance with sharia principles also has a positive and significant effect on customer trust. Simultaneously, service innovation and compliance with sharia principles significantly influence customer trust. These findings suggest that customer trust is formed through a combination of innovative service quality and the bank's commitment to consistently implementing Islamic principles. Therefore, Bank Syariah Indonesia should continue to develop technology-based service innovations while strengthening the implementation of sharia principles in order to enhance customer trust and maintain competitiveness in the Islamic banking industry.

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan aset, pembiayaan, dan jumlah nasabah menunjukkan bahwa masyarakat semakin menerima sistem keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Kehadiran perbankan syariah tidak hanya menjadi alternatif bagi masyarakat Muslim yang ingin menghindari praktik riba, tetapi juga menjadi bagian penting dalam pembangunan sistem keuangan nasional yang lebih inklusif dan berkeadilan. Perkembangan tersebut ditandai dengan penguatan kelembagaan melalui merger beberapa bank syariah nasional menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diharapkan mampu meningkatkan daya saing industri perbankan syariah di tingkat nasional maupun global. Namun demikian, pertumbuhan industri perbankan syariah tidak hanya ditentukan oleh besarnya aset dan jumlah nasabah, melainkan juga oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga perbankan syariah itu sendiri. Kepercayaan merupakan aset yang sangat penting karena menjadi dasar hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah (Ascarya & Yumanita, 2022).

Dalam era transformasi digital, sektor perbankan menghadapi tantangan yang semakin kompleks akibat perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat. Digitalisasi layanan keuangan telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi dan mengakses layanan perbankan. Masyarakat kini menginginkan layanan yang cepat, mudah, aman, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat digital. Kondisi tersebut mendorong bank untuk terus melakukan inovasi layanan agar mampu memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin dinamis. Inovasi layanan tidak hanya berupa pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi digital, penyederhanaan prosedur transaksi, serta peningkatan keamanan sistem perbankan. Bank yang mampu menghadirkan inovasi layanan secara berkelanjutan cenderung memiliki tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah yang lebih tinggi dibandingkan bank yang kurang responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar (Tjiptono, 2023).

Pada perbankan syariah, inovasi layanan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memperkuat daya saing lembaga keuangan syariah. Berbagai inovasi yang telah diterapkan, seperti mobile banking, internet banking, QRIS, layanan pembukaan rekening digital, serta integrasi berbagai layanan keuangan berbasis teknologi, menjadi bukti bahwa bank syariah terus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Menurut Kotler dan Keller (2023), inovasi layanan yang efektif dapat meningkatkan persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi. Dalam konteks bank syariah, inovasi layanan juga menunjukkan profesionalisme dan kemampuan bank dalam memberikan kemudahan transaksi tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah.

Meskipun inovasi layanan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan nasabah, bank syariah memiliki karakteristik yang berbeda dengan bank konvensional. Perbedaan utama tersebut terletak pada penerapan prinsip-prinsip

syariah dalam seluruh aktivitas operasionalnya. Kesesuaian prinsip syariah menjadi identitas utama yang membedakan bank syariah dari lembaga keuangan lainnya. Operasional bank syariah harus terbebas dari unsur riba, gharar, dan maisir serta menerapkan akad-akad yang sesuai dengan ketentuan Islam. Selain itu, seluruh produk dan layanan bank syariah harus mendapatkan pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan berpedoman pada fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Oleh karena itu, kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi faktor yang sangat menentukan dalam membangun kepercayaan nasabah karena berkaitan dengan aspek moral, religius, dan spiritual (Antonio, 2021).

Kepercayaan nasabah merupakan elemen sentral dalam industri jasa keuangan. Mayer et al. (1995) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk bergantung pada pihak lain berdasarkan keyakinan terhadap kemampuan, integritas, dan niat baik pihak tersebut. Sementara itu, Morgan dan Hunt (1994) dalam *Commitment-Trust Theory* menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi. Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan memiliki dimensi yang lebih luas karena tidak hanya berkaitan dengan keamanan dana dan kualitas pelayanan, tetapi juga berkaitan dengan keyakinan bahwa bank menjalankan operasional sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK), tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih lebih rendah dibandingkan literasi keuangan konvensional (Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2024). Rendahnya literasi tersebut berpotensi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap sistem operasional bank syariah sehingga berdampak pada tingkat kepercayaan nasabah. Sebagian masyarakat masih belum memahami secara menyeluruh mekanisme produk, akad, dan sistem operasional yang diterapkan oleh bank syariah. Akibatnya, kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah belum sepenuhnya terbentuk secara optimal.

Fenomena tersebut juga terlihat pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa masih terdapat sebagian nasabah yang belum sepenuhnya yakin terhadap keamanan dan transparansi pengelolaan dana. Selain itu, sejumlah responden menyatakan bahwa layanan digital yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan mereka, sementara sebagian lainnya masih memiliki keraguan terhadap tingkat kesesuaian prinsip syariah dalam operasional bank. Temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara upaya inovasi layanan yang dilakukan bank dengan tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh sebagian nasabah. Kondisi ini menjadi penting untuk diteliti karena kepercayaan merupakan faktor yang menentukan loyalitas dan keberlanjutan hubungan antara bank dan nasabah (Rahmawati, 2022).

Hasil studi pendahuluan juga menunjukkan bahwa sebagian nasabah memilih menggunakan layanan bank syariah bukan semata-mata karena memahami prinsip-prinsip syariah yang diterapkan, melainkan karena faktor lokasi, kebutuhan administratif, atau kemudahan layanan tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan yang terbentuk belum sepenuhnya didasarkan pada pemahaman yang

kuat mengenai nilai-nilai syariah maupun pengalaman layanan yang optimal. Apabila kondisi tersebut tidak dikelola dengan baik, maka dapat menimbulkan risiko berupa menurunnya loyalitas nasabah, perpindahan ke lembaga keuangan lain, serta melemahnya reputasi bank di tengah persaingan industri jasa keuangan yang semakin ketat (Fitria & Hidayat, 2021).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah. Penelitian Rahmawati (2022) menemukan bahwa inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah bank syariah. Penelitian Putri dan Ramdani (2023) juga menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepercayaan nasabah karena memberikan kemudahan dan pengalaman layanan yang lebih baik. Di sisi lain, penelitian Fitria dan Hidayat (2021) menemukan bahwa kepatuhan terhadap prinsip syariah berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah karena menciptakan rasa aman dan keyakinan terhadap integritas lembaga. Temuan serupa juga diperoleh Anwar (2023) yang menyimpulkan bahwa kesesuaian prinsip syariah dan transparansi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih mengkaji inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah secara terpisah. Penelitian yang mengintegrasikan kedua variabel tersebut dalam satu model untuk menganalisis pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi masih relatif terbatas. Selain itu, beberapa penelitian menempatkan kepercayaan sebagai variabel mediasi, bukan sebagai variabel dependen utama. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diteliti lebih lanjut agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan nasabah pada bank syariah (Putri & Ramdani, 2023).

Secara teoritis, penelitian ini didasarkan pada *Theory of Trust* yang dikembangkan oleh Mayer et al. (1995) serta *Commitment-Trust Theory* yang dikemukakan oleh Morgan dan Hunt (1994). Kedua teori tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan terbentuk melalui persepsi terhadap kemampuan, integritas, reliabilitas, dan niat baik suatu organisasi. Dalam konteks bank syariah, inovasi layanan mencerminkan kemampuan dan kompetensi lembaga dalam memberikan layanan terbaik, sedangkan kesesuaian prinsip syariah mencerminkan integritas dan komitmen moral lembaga terhadap nilai-nilai Islam. Kombinasi kedua faktor tersebut diyakini mampu membentuk kepercayaan nasabah secara lebih kuat dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perbankan syariah, khususnya terkait faktor-faktor pembentuk kepercayaan nasabah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan serta penguatan implementasi prinsip-prinsip syariah guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan (Kotler & Keller, 2023; Tjiptono, 2023).

KAJIAN TEORI

Teori Kepercayaan Nasabah (*Customer Trust Theory*)

Pengertian Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Dalam industri perbankan, kepercayaan menjadi fondasi utama karena aktivitas perbankan berkaitan langsung dengan pengelolaan dana masyarakat. Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai dengan kepentingan yang diharapkan. Kepercayaan muncul ketika pelanggan memiliki keyakinan terhadap kemampuan, integritas, dan niat baik suatu organisasi.

Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan nasabah tidak hanya berkaitan dengan keamanan dana dan kualitas layanan, tetapi juga berkaitan dengan keyakinan bahwa bank menjalankan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut Morgan dan Hunt (1994), kepercayaan merupakan elemen utama dalam membangun komitmen dan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin tinggi pula loyalitas dan keberlanjutan hubungan antara nasabah dengan lembaga perbankan.

Dimensi Kepercayaan Nasabah

Menurut Mayer et al. (1995), kepercayaan dibangun melalui tiga dimensi utama, yaitu:

Ability (Kemampuan), Kemampuan adalah kompetensi dan keahlian yang dimiliki organisasi dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Dalam perbankan syariah, kemampuan tercermin dari profesionalisme pegawai, kualitas layanan, serta kemampuan bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Integrity (Integritas), Integritas merupakan konsistensi organisasi dalam menjalankan prinsip, aturan, dan komitmen yang telah ditetapkan. Integritas bank syariah terlihat dari kepatuhan terhadap prinsip syariah dan transparansi dalam menjalankan kegiatan operasional.

Benevolence (Niat Baik), Benevolence menunjukkan perhatian dan kepedulian organisasi terhadap kepentingan pelanggan. Bank yang mengutamakan kepentingan nasabah cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

Indikator Kepercayaan Nasabah

Menurut Morgan dan Hunt (1994), indikator kepercayaan nasabah meliputi: Keyakinan terhadap reputasi bank, Keyakinan terhadap keamanan transaksi, Keyakinan terhadap kejujuran bank, Keyakinan terhadap profesionalisme layanan, Keyakinan terhadap komitmen bank dalam melayani nasabah.

Inovasi Layanan

Pengertian Inovasi Layanan

Inovasi layanan merupakan proses pengembangan atau penerapan ide, metode, teknologi, dan sistem baru yang bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2023), inovasi layanan adalah upaya organisasi dalam menciptakan nilai tambah melalui pengembangan layanan yang lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dalam industri perbankan, inovasi layanan menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan nasabah. Perkembangan teknologi digital mendorong bank untuk menghadirkan berbagai layanan berbasis teknologi yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi.

Inovasi Layanan pada Perbankan Syariah

Inovasi layanan pada perbankan syariah merupakan bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah. Bentuk inovasi layanan yang umum diterapkan antara lain: Mobile Banking Syariah, Internet Banking Syariah, QRIS Syariah, Pembukaan rekening secara digital, Customer service berbasis digital, Integrasi layanan pembayaran elektronik.

Menurut Kotler dan Keller (2023), inovasi layanan yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat citra perusahaan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap organisasi.

Dimensi Inovasi Layanan

Menurut Hertog (2018), inovasi layanan dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu:

Konsep Layanan Baru, Pengembangan layanan baru yang mampu memberikan manfaat bagi pelanggan. Interaksi dengan Pelanggan, Perubahan atau peningkatan cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan. Sistem Penyampaian Layanan, Perbaikan prosedur dan mekanisme pelayanan yang memudahkan pelanggan. Pemanfaatan Teknologi, Penggunaan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan.

Indikator Inovasi Layanan

Berdasarkan teori tersebut, indikator inovasi layanan dalam penelitian ini meliputi: Kemudahan penggunaan layanan, Kecepatan pelayanan, Ketersediaan layanan digital, Keamanan sistem transaksi, Kemampuan layanan memenuhi kebutuhan nasabah, Pembaruan layanan secara berkelanjutan.

Kesesuaian Prinsip Syariah

Pengertian Kesesuaian Prinsip Syariah

Kesesuaian prinsip syariah merupakan tingkat kepatuhan suatu lembaga keuangan syariah terhadap ketentuan-ketentuan yang ditetapkan dalam syariat Islam. Menurut Antonio (2021), bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dengan menghindari praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi).

Kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi ciri utama yang membedakan bank syariah dari bank konvensional. Oleh karena itu, tingkat kesesuaian prinsip syariah menjadi faktor yang sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah.

Dasar Hukum Prinsip Syariah

Prinsip syariah dalam perbankan didasarkan pada Al-Qur'an, Hadis, dan fatwa DSN-MUI. Allah SWT berfirman: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah [2]: 275)

Ayat tersebut menjadi landasan utama bagi operasional lembaga keuangan syariah yang harus terbebas dari praktik riba.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

menegaskan bahwa seluruh kegiatan bank syariah harus berdasarkan prinsip syariah yang ditetapkan oleh lembaga berwenang.

Prinsip-Prinsip Syariah dalam Perbankan

Menurut Ascarya (2022), prinsip-prinsip utama perbankan syariah meliputi:

Larangan Riba, Seluruh transaksi harus bebas dari unsur bunga. Larangan Gharar, Transaksi harus dilakukan secara jelas dan transparan. Larangan Maisir, Tidak boleh terdapat unsur spekulasi atau perjudian. Keadilan, Hubungan antara bank dan nasabah harus dilandasi prinsip keadilan. Kemaslahatan, Seluruh aktivitas perbankan harus memberikan manfaat bagi masyarakat.

Indikator Kesesuaian Prinsip Syariah

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, indikator kesesuaian prinsip syariah meliputi: Bebas dari unsur riba, Transparansi akad, Kesesuaian produk dengan fatwa DSN-MUI, Pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS), Penerapan nilai-nilai Islam dalam pelayanan, Kejujuran dan keterbukaan informasi.

Bank Syariah Indonesia (BSI)

Pengertian Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang berdiri pada tahun 2021 melalui penggabungan PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Penggabungan tersebut bertujuan memperkuat industri perbankan syariah nasional agar mampu bersaing secara global (BSI, 2024).

BSI beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an, Hadis, fatwa DSN-MUI, dan regulasi yang berlaku. Sebagai lembaga keuangan syariah, BSI berkomitmen memberikan layanan keuangan yang modern, inklusif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Produk dan Layanan BSI

Produk dan layanan BSI meliputi: Tabungan Syariah, Giro Syariah, Deposito Syariah, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Musyarakah, Mobile Banking BSI, QRIS BSI, Layanan Digital Banking.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan jenis penelitian **asosiatif kausal** yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pattimura Jambi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel melalui data numerik yang dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian asosiatif kausal digunakan karena penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel independen, yaitu inovasi layanan (X_1) dan kesesuaian prinsip syariah (X_2), terhadap variabel dependen, yaitu kepercayaan nasabah (Y). Lokasi penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi dengan pertimbangan bahwa bank tersebut merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang terus melakukan pengembangan layanan berbasis teknologi serta menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling**, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023). Adapun kriteria responden meliputi nasabah aktif Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi, telah menjadi nasabah minimal enam bulan, pernah menggunakan layanan perbankan baik secara langsung maupun digital, serta bersedia menjadi responden penelitian. Teknik ini dipilih agar data yang diperoleh benar-benar berasal dari responden yang memiliki pengalaman dan pemahaman mengenai layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas **data primer** dan **data sekunder**. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel inovasi layanan diukur melalui indikator kemudahan penggunaan layanan, kecepatan pelayanan, ketersediaan layanan digital, keamanan transaksi, kemampuan layanan memenuhi kebutuhan nasabah, dan pembaruan layanan secara berkelanjutan (Tjiptono, 2023). Variabel kesesuaian prinsip syariah diukur melalui indikator bebas dari unsur riba, transparansi akad, kesesuaian produk dengan fatwa DSN-MUI, pengawasan Dewan Pengawas Syariah, penerapan nilai-nilai Islam dalam pelayanan, serta kejujuran dan keterbukaan informasi (Antonio, 2021). Sementara itu, variabel kepercayaan nasabah diukur melalui indikator kepercayaan terhadap reputasi bank, keamanan transaksi, kejujuran, kualitas pelayanan, dan komitmen bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Mayer et al., 1995). Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), laporan tahunan Bank Syariah Indonesia, serta berbagai sumber literatur lain yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan dengan bantuan program **Statistical Package for Social Sciences (SPSS)**. Tahap awal analisis meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memenuhi persyaratan analisis regresi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah terhadap kepercayaan nasabah. Selain itu, dilakukan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2023). Hasil analisis tersebut kemudian diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pattimura Jambi yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden merupakan nasabah aktif yang telah menggunakan produk dan layanan BSI minimal enam bulan. Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar berada pada usia produktif dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, seperti pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta, mahasiswa, dan ibu rumah tangga. Keberagaman karakteristik responden menunjukkan bahwa layanan BSI telah menjangkau berbagai lapisan masyarakat yang memiliki kebutuhan keuangan yang berbeda-beda.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel inovasi layanan memperoleh penilaian yang baik dari responden. Mayoritas nasabah menyatakan bahwa layanan digital yang disediakan BSI, seperti BSI Mobile, internet banking, dan fasilitas transaksi elektronik lainnya memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, responden menilai bahwa layanan yang diberikan cukup cepat, aman, dan mampu memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi layanan yang dilakukan BSI telah memberikan nilai tambah bagi nasabah.

Pada variabel kesesuaian prinsip syariah, sebagian besar responden memberikan penilaian yang tinggi. Nasabah meyakini bahwa produk dan layanan yang diberikan BSI telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, terbebas dari unsur riba, gharar, dan maisir, serta diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Tingginya persepsi terhadap kesesuaian prinsip syariah menunjukkan bahwa aspek religius menjadi salah satu pertimbangan penting bagi nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Sementara itu, variabel kepercayaan nasabah juga menunjukkan kategori yang tinggi. Sebagian besar responden menyatakan percaya terhadap keamanan transaksi, profesionalisme pelayanan, transparansi informasi, serta reputasi Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan syariah. Tingginya tingkat kepercayaan nasabah menunjukkan bahwa BSI telah mampu membangun hubungan yang baik dengan nasabah melalui kualitas layanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah yang konsisten

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel inovasi layanan, kesesuaian prinsip syariah, dan kepercayaan nasabah memiliki nilai korelasi yang lebih besar daripada nilai r tabel sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian (Ghozali, 2023).

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 yang berarti model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi memenuhi syarat untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah memiliki koefisien regresi positif. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi layanan dan penerapan prinsip syariah yang lebih baik akan diikuti oleh peningkatan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Hasil Uji t (Parsial)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel inovasi layanan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah diterima.

Selanjutnya, variabel kesesuaian prinsip syariah juga memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kesesuaian prinsip syariah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dapat diterima.

Hasil Uji F (Simultan)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah mampu menjelaskan variasi kepercayaan nasabah dalam kategori kuat, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan nasabah, loyalitas, dan faktor sosial lainnya.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi layanan yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah. Inovasi layanan yang diwujudkan melalui pengembangan layanan digital, kemudahan akses transaksi, peningkatan keamanan sistem, serta kecepatan pelayanan mampu memberikan pengalaman positif bagi nasabah sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap bank.

Menurut Tjiptono (2023), inovasi layanan merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui pengembangan sistem dan proses pelayanan yang lebih efektif. Dalam konteks perbankan syariah, inovasi layanan tidak

hanya meningkatkan kenyamanan nasabah tetapi juga menunjukkan kemampuan bank dalam mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2022) yang menemukan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah bank syariah. Semakin baik kualitas inovasi yang diberikan, semakin besar keyakinan nasabah bahwa bank mampu memenuhi kebutuhan mereka secara profesional.

Berdasarkan teori kepercayaan yang dikemukakan Mayer et al. (1995), inovasi layanan mencerminkan dimensi *ability* atau kemampuan organisasi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Ketika nasabah melihat bahwa bank mampu menyediakan layanan yang cepat, mudah, dan aman, maka mereka akan memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap kompetensi bank. Oleh karena itu, inovasi layanan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah.

Pengaruh Kesesuaian Prinsip Syariah terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan nasabah. Nasabah bank syariah tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi dalam memilih lembaga keuangan, tetapi juga memperhatikan kesesuaian operasional bank dengan nilai-nilai Islam.

Menurut Antonio (2021), kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan faktor utama yang membedakan bank syariah dari bank konvensional. Penerapan akad yang sesuai syariah, transparansi transaksi, pengawasan Dewan Pengawas Syariah, serta bebas dari unsur riba menjadi aspek yang mampu meningkatkan keyakinan nasabah terhadap integritas bank. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Fitria dan Hidayat (2021) yang menyatakan bahwa kesesuaian prinsip syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada lembaga keuangan syariah.

Dalam perspektif *Theory of Trust*, kesesuaian prinsip syariah mencerminkan dimensi *integrity*, yaitu konsistensi organisasi dalam menjalankan nilai dan komitmen yang telah ditetapkan (Mayer et al., 1995). Ketika bank secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitas operasionalnya, nasabah akan menilai bahwa bank memiliki integritas yang tinggi sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap lembaga tersebut.

Pengaruh Inovasi Layanan dan Kesesuaian Prinsip Syariah terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah tidak hanya dibentuk oleh kemampuan bank dalam menyediakan layanan yang modern dan berkualitas, tetapi juga oleh komitmen bank dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten.

Kepercayaan nasabah pada perbankan syariah terbentuk melalui kombinasi antara faktor fungsional dan faktor religius. Faktor fungsional tercermin dari inovasi layanan yang memudahkan aktivitas transaksi nasabah, sedangkan faktor religius tercermin dari keyakinan bahwa seluruh aktivitas bank dijalankan sesuai dengan

syariat Islam. Ketika kedua faktor tersebut dapat dipenuhi secara bersamaan, maka tingkat kepercayaan nasabah akan meningkat secara signifikan.

Temuan ini sejalan dengan *Commitment-Trust Theory* yang dikemukakan Morgan dan Hunt (1994) yang menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan hasil dari hubungan yang dibangun melalui kemampuan, integritas, dan komitmen organisasi. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia, inovasi layanan menunjukkan kemampuan (*ability*) bank dalam memberikan pelayanan terbaik, sedangkan kesesuaian prinsip syariah menunjukkan integritas (*integrity*) dan komitmen moral bank dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, peningkatan inovasi layanan yang diiringi dengan penguatan implementasi prinsip-prinsip syariah akan menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan nasabah dan memperkuat posisi Bank Syariah Indonesia di tengah persaingan industri perbankan nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pattimura Jambi, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Semakin baik inovasi layanan yang diberikan oleh bank, seperti kemudahan akses layanan digital, kecepatan transaksi, keamanan sistem, serta pengembangan fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Inovasi layanan mampu memberikan pengalaman transaksi yang lebih efektif dan efisien sehingga meningkatkan keyakinan nasabah terhadap kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kesesuaian prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Kepatuhan Bank Syariah Indonesia terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir, penerapan akad yang transparan, serta pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah, mampu meningkatkan keyakinan nasabah bahwa seluruh aktivitas operasional bank telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Kesesuaian prinsip syariah tidak hanya menjadi identitas utama bank syariah, tetapi juga menjadi faktor penting yang membentuk rasa aman dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan perbankan syariah.

Secara simultan, inovasi layanan dan kesesuaian prinsip syariah terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terbentuk melalui kombinasi antara aspek fungsional dan aspek religius. Inovasi layanan mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang modern, mudah, dan aman, sedangkan kesesuaian prinsip syariah mencerminkan integritas dan komitmen bank dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, peningkatan kualitas inovasi layanan yang diiringi dengan penguatan implementasi prinsip-prinsip syariah akan menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepercayaan nasabah serta memperkuat daya saing Bank Syariah Indonesia di tengah perkembangan industri perbankan yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Bank Syariah Indonesia Cabang Pattimura Jambi disarankan untuk terus mengembangkan inovasi layanan berbasis teknologi digital yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi bagi nasabah. Selain itu, bank perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas implementasi prinsip-prinsip syariah melalui transparansi informasi, penguatan edukasi kepada nasabah, serta optimalisasi peran Dewan Pengawas Syariah dalam mengawasi operasional bank. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepercayaan nasabah, seperti kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan, loyalitas nasabah, maupun literasi keuangan syariah sehingga dapat menghasilkan kajian yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan nasabah pada perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, M. S. (2021). *Bank syariah: Dari teori ke praktik* (Cetakan ke-32). Gema Insani.

Anwar, M. (2023). Pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 13*(2), 145–158. https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).145-158

Ascarya. (2022). *Akad dan produk bank syariah*. Rajawali Pers.

Ascarya, A., & Yumanita, D. (2022). *Bank syariah: Gambaran umum dan prinsip operasional*. Bank Indonesia.

Fitria, N., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh kepatuhan prinsip syariah terhadap kepercayaan nasabah pada bank syariah di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah, 6*(1), 33–48.

Ghozali, I. (2023). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hertog, P. D. (2018). Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation. *International Journal of Innovation Management, 22*(4), 1850032. https://doi.org/10.1142/S1363919618500324

Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Manajemen pemasaran* (16th ed.). Erlangga.

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review, 20*(3), 709–734. https://doi.org/10.2307/258792

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing, 58*(3), 20–38. https://doi.org/10.1177/002224299405800302

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.

Putri, A. R., & Ramdani, D. (2023). Pengaruh inovasi layanan digital terhadap kepercayaan nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah, 8*(2), 87–101.

Rahmawati, S. (2022). Inovasi layanan dan pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah pada perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, 14*(1), 56–70.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi).

Alfabeta.
Tjiptono, F. (2023). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan kontemporer*. Andi Publisher.
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. (2008). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94.
Wahyuni, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah bank syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 6*(2), 118–132.
Yaya, R., Martawireja, A. E., & Abdurahim, A. (2021). *Akuntansi perbankan syariah: Teori dan praktik kontemporer* (3rd ed.). Salemba Empat.
Yusuf, M., & Kurniawan, A. (2023). Peran digital banking dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah bank syariah. *Jurnal Riset Perbankan Syariah, 5*(1), 25–39.
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Wilson, A. (2023). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
Zulkifli, S. (2022). *Panduan praktis perbankan syariah*. Zikrul Hakim.
Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2023). *Himpunan fatwa Dewan Syariah Nasional-MUI*. DSN-MUI.
Bank Syariah Indonesia. (2024). *Laporan tahunan Bank Syariah Indonesia 2024*. Bank Syariah Indonesia.
Karim, A. A. (2021). *Ekonomi mikro Islam* (6th ed.). Rajawali Pers.