



Pengaruh Kualitas Layanan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Bank Kaltimtaras Syariah Samarinda

M. Khaidir

Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta

Khaidir5757@gmail.com

Imrona Hayati

Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta

imronahayati@gmail.com

Ajis Supangat

Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta

erlytasulastri@gmail.com

Naskah Masuk	Direvis	Diterbitkan
30-05-2025	23-07-2025	01-08-2025

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the quality of service and corporate social responsibility have on the image of Bankaltimtara Syariah Samarinda. This type of research is field research using a quantitative approach. This study uses data collection techniques that complement each other, namely the questionnaire technique to obtain research data by scoring from respondents, then the observation technique to directly observe the activities taking place at the bank, then the documentation technique to obtain some supporting data that is also needed in this study. The population in this study were all customers of Bankaltimtara Syariah Samarinda and the number of respondents who were determined to be the research sample was 91 respondents. Furthermore, to analyze the data, the researcher used the multiple linear regression formula. From the results of the calculation using the formula above, the employee service obtained a value of $R = 0.850$ which means that the correlation has an effect so that the form of the regression equation is $Y = 2.154 + 0.089X_1 + 0.676X_2$, the regression equation is used to predict how much influence the quality of service and corporate social responsibility have on the image of Bankaltimtara Syariah Samarinda. Thus, the influence of service quality and corporate social responsibility has a positive correlation to the improvement of the corporate image of Bankaltimtara Syariah Samarinda. After being calculated, the coefficient of determination is 72.3%. This means that the variables of service quality and corporate social responsibility provide an effective contribution to the corporate image of 72.3% while the remaining 27.7% is influenced by other factors. Based on the results of the study, it can be concluded that service quality has a positive and significant effect on the corporate image of Bankaltimtara Syariah Samarinda with a significance value of 0.019 and a t-count value of $2.389 > 1.662$. And corporate image has a positive and significant effect on the corporate image of Bankaltimtara Syariah Samarinda with a significance value of <0.001 and a t-count value of $10.024 > 1.662$.

Keyword: Service Quality, Corporate Social Responsibility, Corporate Image

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan corporate social responsibility terhadap citra perusahaan Bankaltimtara Syariah Samarinda. Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lainnya, yaitu teknik angket untuk mendapatkan data penelitian dengan cara penskoran dari responden, kemudian teknik observasi untuk mengamati secara langsung kegiatan yang berlangsung di bank, lalu teknik dokumentasi untuk mendapatkan beberapa data pendukung yang juga diperlukan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bankaltimtara Syariah Samarinda dan yang ditetapkan menjadi sampel penelitian berjumlah 91 responden. Selanjutnya untuk menganalisa data tersebut, maka peneliti menggunakan rumus regresi linier berganda. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, maka pelayanan pegawai diperoleh nilai $R = 0,850$ yang berarti korelasinya berpengaruh sehingga bentuk persamaan regresinya yaitu $Y = 2,154 + 0,089X_1 + 0,676X_2$, persamaan regresi tersebut digunakan untuk melakukan prediksi seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan corporate social responsibility terhadap citra perusahaan Bankaltimtara Syariah Samarinda. Dengan demikian pengaruh kualitas layanan dan corporate social responsibility mempunyai korelasi positif terhadap peningkatan citra perusahaan Bank Kaltimtara Syariah Samarinda. Setelah dihitung nilai koefisien determinannya sebesar 72,3%. Hal ini berarti variabel kualitas layanan dan corporate social responsibility memberikan sumbangan yang efektif terhadap citra perusahaan sebesar 72,3% sedangkan sisanya sebesar 27,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan Bank Kaltimtara Syariah Samarinda dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 dan nilai t hitung $2,389 > 1,662$. Dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan Bank Kaltimtara Syariah Samarinda dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan nilai t hitung $10,024 > 1,662$.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan

PENDAHULUAN

Sistem perbankan syariah di Indonesia akan selalu dikembangkan melalui kerangka dual-banking system ataupun sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan lebih banyak pilihan kepada masyarakat umum untuk layanan keuangan. Dalam rangka meningkatkan kapasitas pembiayaan untuk sektor-

sektor ekonomi nasional, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional dapat bekerja sama untuk membantu mobilisasi keuangan masyarakat secara lebih luas.¹

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam yang mengatur bagaimana bank dan pihak lain menyimpan uang, membiayai usaha komersial, dan menjalankan operasi lain yang sesuai dengan syariah. Pada perusahaan perbankan yang bergerak dalam bidang pemberian jasa, citra perusahaan merupakan suatu komponen penting dalam mempertahankan pelanggan atau nasabah.² Citra perusahaan mencerminkan reputasinya di antara para pelanggan. Pandangan konsumen terhadap suatu bisnis juga berkontribusi pada citra perusahaan, yang dibentuk oleh informasi yang diberikan seseorang. Citra yang buruk dapat berdampak negatif pada operasi bisnis perusahaan, sedangkan citra yang baik akan memberikan nilai tambah bagi organisasi.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan industri perbankan di Indonesia dalam lima tahun belakangan memperlihatkan perkembangan yang positif. Hal itu menunjukkan keberadaan perbankan syariah saat ini semakin diminati, karena kinerja positif industri perbankan juga membikin masyarakat makin yakin guna menyimpan dana di bank, terlebih di Indonesia mayoritas masyarakat beragama islam dan pada dasarnya juga ingin menggunakan layanan perbankan yang berbasis islam.

Beberapa hal yang dapat membangun citra perusahaan ialah kualitas layanan dan *corporate social responsibility* atau umumnya dikenal dengan CSR. Kualitas pelayanan merupakan elemen utama dalam sektor perbankan yang secara signifikan mempengaruhi keberhasilan dalam membangun citra positif di mata nasabah. Mutu layanan maknanya ialah ukuran sejauh mana layanan yang diberi selaras dengan harapan customer. Hubungan antara kualitas layanan dan citra perusahaan dalam penelitian ini didasarkan pada pengamatan bahwa kualitas layanan meningkatkan citra Perusahaan.³

Salah satu faktor kunci yang mempengaruhi citra bisnis adalah kualitas layanannya. Karena layanan publik memiliki kekuatan untuk mempengaruhi bagaimana orang melihat sebuah perusahaan, maka kualitasnya merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi reputasinya. Dengan memenangkan *Golden Trophy* dalam kategori “5 Years in Service Excellence” pada ajang bergengsi Infobank-MRI Banking Service Excellence 2024 yang ke-21, Bankaltimtara telah

¹ www.ojk.go.id. “Perbankan Syariah.” <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>, 2017.

² Sebayang, dan Nurhaida, T. “Analisis Corporate Social Responsibility Terhadap Citra PT. Bank DKI Cabang Medan.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi* 2, no. 1 (2022): 158–66.

³ Nurjanah, Risna, and Ade Sofyan Mulazid. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan.” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.40-53>.

menunjukkan pencapaian yang luar biasa. Kualitas layanan yang diberikan oleh Bankaltimtara diakui oleh penghargaan ini.⁴

Faktor lainnya yang dapat membangun citra perusahaan adalah penerapan *corporate social responsibility*.⁵ Karena inisiatif CSR akan bermanfaat bagi operasional perbankan serta kemampuan institusi untuk terus beroperasi di masa depan, inisiatif CSR kini dipandang sebagai investasi jangka panjang dan bukan sebagai pengeluaran.

Menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan membantu bisnis dalam berbagai cara, seperti meningkatkan preferensi pelanggan terhadap produk mereka dan meningkatkan permintaan investor. Hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi perusahaan didasarkan pada seberapa baik inisiatif CSR diimplementasikan untuk memenuhi tujuan program. Salah satu komponen penting dalam upaya PT BPD Kaltim Kaltara untuk menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik GCG yang merupakan aturan tata kelola perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan CSR. Beberapa contoh penerapan CSR PT BPD Kaltim Kaltara ialah rehabilitasi Sekolah Pelajar Indonesia CLC (*Community Learning Center*) Tunas Perwira yang ada di Tawau Malaysia pada tahun 2023. Bank Kaltimtara Syariah juga menyalurkan zakat melalui Baznas serta Bank Kaltimtara Syariah juga turut berkontribusi dalam kegiatan sosial dengan penyerahan donasi sponsorship untuk Yatim Fest 2024.

Dengan motto “Solusi Membawa Berkah” Bankaltimtara perlu memperhatikan bagaimana cara membangun citra perusahaan yang baik dimata nasabah melalui kualitas layanan yang optimal dan pelaksanaan CSR. Dari paparan di atas, peneliti tertarik untuk melaksanakan kajian dengan capaian guna memahami pengaruh kualitas layanan dan *Corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan Bank Kaltimtara Syariah Samarinda.

METODE

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lainnya, yaitu teknik angket untuk mendapatkan data penelitian dengan cara penskoran dari responden, kemudian teknik observasi untuk mengamati secara langsung

⁴ Www.kaltim.tribunnews.com. “Kepuasan Nasabah Bankaltimtara Dibuktikan Dengan Penghargaan Golden Trophy Artikel Ini Telah Tayang Di TribunKaltim.Co Dengan Judul Kepuasan Nasabah Bankaltimtara Dibuktikan Dengan Penghargaan Golden Trophy, <https://Kaltim.Tribunnews.Com/2024/07/04/Kepu.>” <https://kaltim.tribunnews.com/2024/07/04/kepuasaan-nasabah-bankaltimtara-dibuktikan-dengan-penghargaan-golden-trophy,> 2024.

⁵ Afriani, Antong, and Halim Usman. “Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo.” *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* 7, no. 1 (2023): 16–26. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/6478>.

kegiatan yang berlangsung di bank, lalu teknik dokumentasi untuk mendapatkan beberapa data pendukung yang juga diperlukan dalam penelitian ini.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Kaltimtara Syariah Samarinda dan yang ditetapkan menjadi sampel penelitian berjumlah 91 responden. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Accidental sampling* Selanjutnya untuk menganalisa data tersebut, maka peneliti menggunakan analisis deskriptif dan menganalisis data dengan rumus regresi linier berganda. Dalam uji instrumen data dilakukan dengan uji validitas dan uji realibitas. Dalam pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji koefisien korelasi untuk mengukur hubungan linier antar dua variabel atau lebih.⁶ Selanjutnya Uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Selanjutnya Uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara Bersama.⁷ Selanjutnya uji varsial atau uji T untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual atau varsial terhadap variabel dependen. Dalam mengelola data dibantu dengan alat program SPSS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa; Bank Kaltimtara syariah merupakan unit usaha syariah dari Bank Kaltimtara yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Bank Kaltimtara Syariah memberikan layanan perbankan syariah kepada masyarakat Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara dengan motto “Solusi Membawa Berkah”. Bank Kaltimtara memiliki berbagai produk simpanan seperti tabungan, deposito dan giro. Berbagai jenis pembiayaan meliputi emas berkah, griya berkah, car berkah, *personal financing* dan *smile* berkah.

Gambaran mengenai responden pada penelitian pengaruh Kualitas Layanan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan Bank Kaltimtara Syariah disajikan melalui data yang telah diperoleh dari penelitian dengan jumlah responden yang menjadi sampel penelitian sebanyak 91 orang. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner untuk memperoleh data primer maupun informasi yang relevan dan sesuai dengan permasalahan yang ada. Adapun terdapat tiga karakteristik responden yang dimiliki dalam penelitian ini yaitu:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

⁶ Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, 2018.

⁷ Sugiyono. Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2018.

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-25	17	18,7%
2	26-35	24	26,4%
3	>36	50	54,9%
Total		91	100%

dapat diketahui bahwa responden Bank Kaltimtara syariah mayoritas berusia >36 tahun dengan persentase sebesar 54,6% atau sebanyak 50 orang, dan yang berusia 26-35 tahun persentasenya sebesar 26,4% atau sebanyak 24 orang, sedangkan minoritas berusia 17-25 tahun dengan persentase 18,7% atau sebanyak 17 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	46	50,5%
2	Wanita	45	49,5%
Total		91	100%

dapat diketahui bahwa responden Bank Kaltimtara Syariah adalah responden pria sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 50,5%, dan responden Wanita sebanyak 45 orang dengan persentase 49,5%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pegawai Negeri Sipil	34	37,4%
2	Karyawan Swasta	16	17,6%
3	Wiraswata	19	20,9%
4	Lainnya	22	24,2%
Total		91	100%

dapat diketahui bahwa responden Bank Kaltimtara Syariah mayoritas responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 34 orang dengan persentase 37,4%, jenis pekerjaan lainnya sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 24,2%, sebanyak 19 orang dengan persentase 20,9% bekerja sebagai wiraswata, dan sebanyak 16 orang dengan persentase 17,6% bekerja sebagai karyawan swasta.

Berdasarkan hasil tanggapan dari 91 responden mengenai variabel penelitian, maka peneliti akan menguraikan secara terperinci jawaban atau tanggapan responden yang dikelompokkan ke dalam deskriptif statistik. Penjelasan mengenai gambaran empiris atas data yang digunakan dalam penelitian ini secara deskriptif statistik adalah dengan menggunakan

angka indeks. Melalui angka indeks akan diketahui sejauh mana tingkat persepsi responden atas variabel yang menjadi indikator dalam penelitian ini. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimum 1 dan maksimum 5, maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut: $\text{Nilai Indeks} = \{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)\} / 5$. Rentang jawaban dalam pengisian item pertanyaan setiap variabel yang diteliti, ditentukan dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*three box method*) (Ferdinand, 2014). Atas dasar tersebut, rentang jawaban dari 1 sampai 5, maka rentang selanjutnya akan di bagi menjadi 3 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi terhadap rata-rata jawaban responden.

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X_1) terdapat 18 item pertanyaan, dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka diperoleh data kategori tinggi atau sangat baik yang dipersepsikan dengan angka indeks 89,37. 2. Analisis Deskriptif Variabel *Corporate Social Responsibility* (X_2) terdapat 6 item pertanyaan, dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden maka diperoleh data termasuk dalam kategori tinggi atau sangat baik yang dipersepsikan dengan angka indeks 83,55. 3. Analisis Deskriptif Variabel Citra Perusahaan (Y) Variabel Citra Perusahaan terdapat 6 item pertanyaan, dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden maka diperoleh data dalam kategori tinggi atau sangat baik yang dipersepsikan dengan angka indeks 87,61.

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk melihat arah dan seberapa besar pengaruh dari variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) menggunakan software program SPSS versi 27. hasil regresi dengan nilai a (constant) sebesar 2,154, nilai b1 sebesar 0,089 dan nilai b2 sebesar 0,676 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 2,154 + 0,089X_1 + 0,676X_2$ e.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden. Kriteria pengujian menggunakan perbandingan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2 pada taraf signifikansi 5% sebesar 0,206. Dengan kriteria jika nilai r hitung > r tabel maka item dikatakan valid, jika r hitung < r tabel maka item dikatakan tidak valid. hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk semua item pertanyaan baik variabel Kualitas Layanan(X_1), *Corporate social responsibility* (X_2), dan Citra Perusahaan (Y) memiliki r hitung > r tabel (0,206), sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan untuk ketiga variabel dinyatakan valid dan memenuhi kriteria validitas.

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner penelitian yang digunakan

memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang. Instrumen penelitian dari variabel Kualitas Layanan (X_1), *Corporate social responsibility* (X_2), dan Citra Perusahaan (Y) dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$. hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas menghasilkan *Cronbach Alpha* $> 0,7$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel dan mengandung arti bahwa kuesioner yang digunakan pada penelitian ini bersifat handal.

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) dapat diketahui nilai koefisien korelasi kualitas layanan terhadap citra perusahaan sebesar 0,637 yang artinya korelasi kualitas layanan dan citra perusahaan termasuk hubungan yang erat. Diketahui juga nilai koefisien korelasi *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan sebesar 0,840 yang artinya korelasi *corporate social responsibility* dan citra perusahaan memiliki hubungan yang erat.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,723 yang berarti besarnya pengaruh variabel kualitas layanan dan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan adalah sebesar 0,723 atau 72,3% dan sisanya sebesar 27,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel dan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%). Jika tingkat signifikansi F hitung $> F$ tabel maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 114,705 dan nilai signifikansi dibawah 0,001. Setelah mengetahui besarnya F hitung, maka akan dibandingkan dengan F tabel. Sementara pada *level of significant* (0,05) nilai F tabel = $F(k; n-k) = F(2; 91-2) = F(2; 89) = 3,10$ Kemudian dicari pada distribusi nilai F tabel dan diperoleh nilai F tabel sebesar 3,10. Berdasarkan pada output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap variabel Y adalah $< 0,001$ dan nilai F hitung sebesar $114,705 > 3,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan (X_1) dan *corporate social responsibility* (X_2) secara simultan terhadap variabel citra perusahaan (Y).

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel dan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level

sebesar 5%. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka hipotesis yang menyatakan suatu variabel independen secara parsial memengaruhi variabel dependen dapat diterima, dan sebaliknya jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka hipotesis ditolak. Dengan melihat nilai $t \text{ tabel} = t(\alpha; n-k-1) = t(0,05; 91-2-1) = t(0,05; 88) = 1,662$. Kemudian dicari pada distribusi nilai $t \text{ tabel}$ dan diperoleh nilai $t \text{ tabel}$ sebesar 1,662. berdasarkan tabel 4.14 hasil uji t menunjukkan bahwa:

- a) Diketahui nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) adalah 0,019 dan nilai $t \text{ hitung} 2,389 > 1,662$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) yang berbunyi “Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan Bankaltimtara syariah”, diterima.
- b) Diketahui nilai signifikansi untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (X2) terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) adalah $<0,001$ dan nilai $t \text{ hitung} 10,024 > 1,662$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H2) yang berbunyi “*Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra perusahaan Bankaltimtara syariah”, diterima.

Berdasarkan hasil analisis regresi ganda dan dilanjutkan dengan Uji Koefisien Korelasi, Uji Koefisien Determinasi hingga Uji T (Parsial) maka dapat diketahui besarnya Sumbangan Efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui bahwa hasil dari Sumbangan Efektif (SE) pada setiap variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel kualitas layanan (X1) memberikan sumbangan efektif sebesar 11,0838% dan *corporate social responsibility* (X2) memberikan sumbangan efektif sebesar 61,236%. Jika dihitung penjumlahan dari kedua hasil sumbangan efektif pada variabel bebas terdapat hasil sebesar 72,3% dimana hasil tersebut selaras dengan hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan Bankaltimtara Syariah Samarinda sebesar 72,3%.

KESIMPULAN

Kesimpulan atas masalah penelitian ini didasarkan pada temuan permasalahan yang teridentifikasi dan tersusun dalam rumusan masalah penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan Bank Kaltimtara Syariah Samarinda. Dalam menganalisa hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan Software IBM SPSS versi 27. Berdasarkan penjelasan pada hasil analisis penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan Bank Kaltimara Syariah Samarinda dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 dan nilai t hitung 2,389 > 1,662. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Penelitian ini menunjukkan jika semakin kualitas layanan ditingkatkan maka akan semakin meningkat pula citra perusahaan Bank Kaltimara Syariah Samarinda.
2. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan Bank Kaltimara Syariah Samarinda dengan nilai signifikansi <0,001 dan nilai t hitung 10,024 > 1,662. Sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyaluran *corporate social responsibility* yang tepat sasaran akan meningkatkan citra perusahaan Bank Kaltimara Syariah Samarinda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih pada lembaga Jurnal Pelita Pendidikan, Hukum, Ekonomi dan Teknologi yang telah memfasilitasi penerbitan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Antong, and Halim Usman. "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo." Jurnal Riset Terapan Akuntansi 7, no. 1 (2023): 16–26. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/6478>.
- Ferdinand. "Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang." Metode Penelitian Manajemen, 2014.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, 2018.
- Nurjanah, Risna, and Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan." Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah 9, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.40-53>.
- Sebayang, dan Nurhaida, T. "Analisis Corporate Social Responsibility Terhadap Citra PT. Bank DKI Cabang Medan." Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi 2, no. 1 (2022): 158–66.
- Sugiyono. Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Www.kaltim.tribunnews.com. "Kepuasan Nasabah Bankaltimtara Dibuktikan Dengan Penghargaan Golden Trophy Artikel Ini Telah Tayang Di TribunKaltim.Co Dengan Judul Kepuasan

Nasabah Bankaltimtara Dibuktikan Dengan Penghargaan Golden Trophy,
<https://Kaltim.Tribunnews.Com/2024/07/04/Kepu.>”
<https://kaltim.tribunnews.com/2024/07/04/kepuasaan-nasabah-bankaltimtara-dibuktikan-dengan-penghargaan-golden-trophy>, 2024.
www.ojk.go.id. “Perbankan Syariah.” <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>, 2017.