

ABSTRAK

Nama : Putri Anggraini
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Leverage* Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2019-2023

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR dan DER terhadap kepercayaan nasabah pada bank umum Syariah di Indonesia selama 2019 hingga 2023. Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan pembiayaan hijau dan keberlanjutan sektor perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel yang melibatkan 8 bank umum syariah sebagai sampel dengan 40 observasi. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa CSR dan DER secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Namun, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa baik CSR maupun DER tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap kepercayaan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas CSR dan kondisi leverage perusahaan, tetapi juga kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti reputasi, transparansi, atau kualitas layanan. Penelitian ini merekomendasikan agar bank umum syariah meningkatkan efektivitas pelaksanaan CSR dan keterbukaan informasi keuangan serta melibatkan nasabah secara aktif dalam program pembiayaan hijau untuk memperkuat kepercayaan. Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang relevan serta memperluas periode dan jumlah sampel agar hasilnya lebih komprehensif.

Kata kunci: CSR, Leverage, DER, Kepercayaan Nasabah, Bank Umum Syariah, Pembiayaan Hijau

ABSTRACT

Name : Putri Anggraini
Study Program : Islamic Economics
Title : *The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Leverage on Customer Trust in Islamic Commercial Banks in Indonesia 2019-2023*

This research aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and Debt to Equity Ratio (DER) on customer trust in Islamic commercial banks in Indonesia during the period from 2019 to 2023. Customer trust is considered a crucial factor in supporting the success of green financing and the sustainability of the Islamic banking sector. This study employs a quantitative approach using panel data regression methods, involving 8 Islamic commercial banks as samples with 40 observations. The results of the simultaneous test (F-test) indicate that CSR and DER collectively have a significant influence on customer trust. However, the partial test results (t-test) reveal that neither CSR nor DER individually has a significant effect on customer trust. This finding suggests that customer trust is not solely influenced by CSR activities and the company's leverage condition but may also be affected by other factors such as reputation, transparency, or service quality. This research recommends that Islamic commercial banks enhance the effectiveness of CSR implementation and financial information disclosure, as well as actively involve customers in green financing programs to strengthen trust. Additionally, further research is suggested to explore other relevant variables and expand the period and number of samples to obtain more comprehensive results.

Keywords: *CSR, Leverage, DER, Customer Trust, Islamic Commercial Banks, Green Financing*