



ANALISIS CONSUMERS TRUST AND SATISFACTION TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN PRODUK DANA SYARIAH

Hilda Sanjayawati

Universitas Islam Raden Rahmat Malang

E-mail: Sanjayawatihilda@gmail.com

Article History:

Received: May 2, 2024

Revised: May 20, 2024

Accepted: May 29, 2024

Keywords:

trust, satisfaction, intensity of use, Sharia fund products

Abstract: This study aims to analyze the influence of consumers' trust and consumers' satisfaction on the intensity of the use of Islamic fund products, both savings, deposits, and other Islamic financial planning products. The study used a quantitative approach with a sample of 250 Islamic bank customers. The analysis was carried out using Structural Equation Modeling (SEM). The results show that consumer trust has a significant effect on the satisfaction and intensity of using sharia fund products. Satisfaction also has a direct effect on the intensity of use. This research makes a theoretical contribution to the development of an Islamic consumer behavior model as well as a practical contribution for Islamic banks in increasing customer loyalty through increased trust and satisfaction.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Sanjayawati, H. (2024). ANALISIS CONSUMERS TRUST AND SATISFACTION TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN PRODUK DANA SYARIAH. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2629-2636. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.5059>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam industri keuangan, termasuk dalam sektor pembiayaan properti. Fintech syariah hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pembiayaan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, salah satunya melalui aplikasi DANA Syariah. Aplikasi ini menawarkan layanan pendanaan properti berbasis syariah dengan skema bagi hasil, sehingga menjadi alternatif bagi masyarakat yang menghindari transaksi berbasis bunga. Dalam Islam, sistem keuangan dan pembiayaan harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang menekankan keadilan, transparansi, dan menghindari riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), serta *maysir* (spekulasi). Kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam menentukan intensitas penggunaan sebuah aplikasi fintech seperti DANA Syariah (Hananto & Amijaya, 2021). Layanan fintech sering kali melibatkan transaksi keuangan yang bersifat sensitif, seperti penyimpanan data pribadi, informasi rekening, dan transaksi pembayaran. Jika konsumen merasa puas terhadap suatu aplikasi fintech, mereka akan lebih cenderung menggunakan secara rutin dan dalam berbagai keperluan. Lisdayanti & Padmanegara (2024) menunjukkan bahwa kepuasan dapat dibangun melalui berbagai aspek, seperti keamanan data, transparansi layanan, dan reputasi penyedia layanan. Mayoritas pengguna aplikasi Dana Syariah mengandalkan platform ini sebagai sarana

untuk berinvestasi di sektor properti. Pengguna yang lebih sering menggunakan aplikasi cenderung memiliki latar belakang ekonomi menengah ke atas dan tertarik pada solusi keuangan berbasis syariah. Berdasarkan analisis terhadap frekuensi dan durasi penggunaan aplikasi, mayoritas konsumen mengakses aplikasi ini secara berkala, terutama pada akhir bulan ketika terdapat dana yang siap untuk diinvestasikan. Meskipun penggunaan aplikasi Dana Syariah meningkat, kepuasan konsumen terhadap keamanan transaksi dan transparansi informasi masih menjadi perhatian utama.

Didasarkan pada sejumlah alasan yang mencerminkan pentingnya untuk menganalisis bagaimana kepuasan konsumen memengaruhi intensitas penggunaan aplikasi dana Syariah sebagai pendanaan properti. Dengan memahami hubungan ini, penyedia layanan dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan memperluas pangsa pasar di industri fintech syariah. Pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan dalam satu dekade terakhir. Namun, tingkat penetrasi keuangan syariah masih relatif rendah dibandingkan perbankan konvensional. Salah satu faktor penentu keberhasilan perbankan syariah adalah kemampuan lembaga dalam membangun *trust* dan *satisfaction* nasabah.

Produk dana syariah seperti tabungan mudharabah, giro wadiah, dan deposito mudharabah sangat bergantung pada persepsi konsumen terhadap transparansi, keamanan, kepatuhan syariah, dan kinerja lembaga oleh karena itu, memahami variabel-variabel yang memengaruhi intensitas penggunaan produk syariah menjadi kebutuhan mendesak untuk peningkatan pangsa pasar.

LANDASAN TEORI

Kepuasan merupakan salah satu konsep penting dalam bidang pemasaran dan manajemen layanan yang berkaitan erat dengan perasaan atau respon pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai hasil evaluasi pelanggan terhadap harapan sebelum konsumsi dibandingkan dengan kinerja aktual yang diterima setelah konsumsi. Kepuasan adalah kondisi di mana harapan pelanggan terhadap produk atau layanan terpenuhi atau terlampaui. Menurut Tjiptono (2014), kepuasan berasal dari kata Latin "satis" yang berarti cukup, dan "facio" yang berarti melakukan, menunjukkan bahwa kepuasan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 2014). Menurut Aprianti menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan hal yang penting yang harus dimiliki anak, hal ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan mental anak. Mental dan karakter anak yang kuat merupakan modal penting bagi masa depannya ketika menginjak usia dewasa, sehingga mampu merespon setiap tantangan dengan lebih realistik. Menurut Willis kepercayaan diri adalah keyakinan bahwa seseorang mampu menanggulangi suatu masalah dengan situasi terbaik dan dapat memberikan sesuatu yang menyenangkan bagi orang lain. Lauster mendefinisikan diri diperoleh dari pengalaman hidup. Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira, optimis, cukup toleran dan bertanggung jawab. Menurut Lupiyoadi (2013:180), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan seseorang. Salah satu faktor utama adalah kualitas hasil yang diperoleh. Semakin baik kualitas hasil yang diterima oleh seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut merasa puas.

Kualitas yang sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi harapan akan menimbulkan perasaan puas dan memberikan pengalaman positif bagi individu. Selain itu, harapan sebelum menerima hasil juga memiliki peran penting dalam menentukan tingkat kepuasan. Harapan yang terbentuk sebelumnya menjadi tolok ukur dalam menilai apakah hasil yang diterima sesuai, melebihi, atau justru di bawah ekspektasi. Apabila hasil yang diterima sesuai atau lebih baik dari harapan. Menurut Tjiptono (2016), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respons emosional yang muncul dari evaluasi pengalaman konsumsi terhadap suatu produk atau layanan. Kepuasan ini berfungsi sebagai label yang digunakan oleh konsumen untuk merangkum serangkaian tindakan yang terlihat, yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut. Kotler (2016) menambahkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki (Supardi et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan Penelitian kuantitatif, explanatory. Metode deskriptif diartikan sebagai suatu cara untuk memecahkan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan suatu keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan ilmiah yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah (Sugiyono, 2023). Tujuan Penelitian kuantitatif, explanatory dalam penelitian kali ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mendeskripsikan kepuasan konsumen terhadap intensitas penggunaan aplikasi Dana Syariah sebagai pendanaan properti. Alasan penulis memilih untuk menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu untuk mengeksplorasi fenomena dalam rangka memahami praktik dan perilaku dalam situasi sosial nyata yang ada di lapangan.

Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan melalui Aplikasi Dana Syariah (Dana Syariah, n.d.), media sosial Dana Syariah, dan sumber artikel yang relevan untuk pemahaman yang menyeluruh, serta melihat tingkat kepuasan konsumen. Nasabah bank syariah pemilik produk dana syariah. Sampel 250 responden (purposive sampling). Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui ulasan dan penilaian pengguna aplikasi di (Dana Syariah, n.d.) yang berkaitan dengan aplikasi Dana Syariah. Data sekunder yang dimaksud mencakup ulasan pengguna mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi, termasuk kepuasan dan masalah yang dihadapi, serta penilaian yang mencerminkan intensitas penggunaan aplikasi dan *feedback* terkait fitur dan layanan yang disediakan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan mengamati fenomena yang berkaitan dengan pengalaman pengguna aplikasi fintech Dana Syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung, menggunakan metode analisis non- partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dana Syariah Indonesia didirikan pada tahun 2016 sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Perusahaan ini memperoleh izin badan hukum berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa

Keuangan (POJK) No. 77 Tahun 2016 dan beroperasi di sektor peer-to-peer (P2P) lending. Produk pembiayaan yang ditawarkan sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, mencakup crowdfunding syariah dan P2P lending syariah, mengacu pada POJK No. 77 Tahun 2016 serta Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) No. 117 Tahun 2018. Aplikasi Dana Syariah memperoleh rating rata-rata sebesar 4,0 dari 5, dengan 11.555 ulasan dan lebih dari 1 juta kali diunduh. Capaian ini menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi terhadap performa aplikasi, kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, keamanan transaksi, dan kualitas pelayanan. Ulasan positif dari pengguna, seperti Juanda Batiarto (07 April 2025) yang merasa terbantu mewujudkan rumah impian, dan Kedai Sae (23 April 2025) yang menilai Dana Syariah membawa keberkahan, menegaskan manfaat nyata aplikasi ini. Testimoni dari Bayu Widiyatmoko (12 Desember 2024) yang merekomendasikan Dana Syariah sebagai fintech yang amanah, serta Arifaniya30 (15 April 2025) dan Doni_Merdian (15 April 2025) yang puas dengan konsistensi bagi hasil, menunjukkan kepercayaan pengguna yang tinggi.

Kemudahan ini memungkinkan pengguna dari berbagai latar belakang, baik awam maupun yang terbiasa dengan aplikasi keuangan digital, untuk mengoperasikan Dana Syariah tanpa kesulitan berarti. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh tim Dana Syariah, termasuk customer service dan tim operasional, banyak diapresiasi karena responsif dan membantu dalam menyelesaikan permasalahan atau menjawab pertanyaan dengan cepat dan ramah. Testimoni pengguna juga menunjukkan bahwa Dana Syariah tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga nilai emosional dan spiritual. Sebagai contoh, Juanda Batiarto pada 07 April 2025 menyampaikan rasa syukur karena aplikasi ini membantu mewujudkan impian memiliki rumah sendiri, sementara Kedai Sae pada 23 April 2025 menilai Dana Syariah membawa keberkahan karena menerapkan prinsip syariah. Testimoni ini menggarisbawahi kemampuan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan nilai-nilai agama. Rekomendasi positif dari pengguna seperti Bayu Widiyatmoko pada 12 Desember 2024 yang menyatakan Dana Syariah sebagai fintech yang layak direkomendasikan, serta Arifaniya30 pada 15 April 2025 yang bersyukur atas bantuan mewujudkan rumah impian, menunjukkan tingginya kepercayaan terhadap integritas dan profesionalisme Dana Syariah.

Konsistensi bagi hasil bulanan tanpa keterlambatan, seperti diungkapkan Doni_Merdian pada 15 April 2025, juga memperkuat kepercayaan ini. Fitur simulasi pendanaan yang memungkinkan pengguna mengetahui estimasi imbal hasil sebelum berinvestasi, seperti dipuji oleh Liemy006 pada 23 April 2025, menambah keyakinan pengguna. Pengalaman Erliza Cikal Arthalina pada 17 Agustus 2024, seorang Generasi Z yang menjadikan Dana Syariah mitra keuangan syariah sejak awal karier, menunjukkan relevansi aplikasi bagi segmen pengguna muda. Peran media sosial dalam membentuk persepsi dan keputusan pengguna sangat signifikan. Dana Syariah secara aktif memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, dan LinkedIn untuk promosi, edukasi keuangan syariah, dan publikasi testimoni. Konten edukatif seputar investasi halal dan simulasi imbal hasil memberikan nilai tambah, membantu pengguna memahami konsep pendanaan syariah. Iklan berbayar (paid ads) di berbagai platform juga efektif menarik minat pengguna baru, yang seringkali mengenal Dana Syariah melalui iklan tersebut dan tertarik karena tampilan menarik, legalitas jelas (OJK dan DSN MUI), serta testimoni positif. Keaktifan Dana Syariah dalam merespons komentar dan membangun komunitas pengguna di media sosial turut meningkatkan loyalitas dan memperkuat citra positif perusahaan. Keterkaitan antara promosi media

sosial dan kepuasan pengguna ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang terstruktur, didukung oleh testimoni autentik dan konten edukatif, sangat efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas. Intensitas penggunaan aplikasi DANA Syariah dianalisis melalui pola perilaku pengguna yang terekam dalam ulasan di Play Store. Meskipun data kuantitatif eksplisit mengenai frekuensi atau durasi tidak selalu tersedia, kecenderungan pernyataan pengguna mengindikasikan pola penggunaan yang cukup rutin dan terarah. Intensitas penggunaan di sini mencakup seberapa sering aplikasi diakses, durasi setiap sesi, dan waktu-waktu strategis akses. Mayoritas pengguna menunjukkan intensitas penggunaan yang rutin, terutama saat ada pengumuman proyek pendanaan baru. Komentar seperti “Sering cek aplikasi buat lihat proyek baru, lumayan buat investasi halal” atau “Rutin buka aplikasi kalau ada notifikasi proyek baru masuk” menunjukkan kebiasaan aktif memantau aplikasi, khususnya bagi investor syariah yang serius.

Dari aspek durasi penggunaan, meskipun tidak banyak pengguna yang menyebutkan secara langsung berapa lama mereka menghabiskan waktu dalam satu sesi akses, beberapa komentar menyebutkan tentang kemudahan, kecepatan proses transaksi, dan ringannya aplikasi. Dari indikasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa durasi penggunaan aplikasi DANA Syariah relatif singkat, dengan rentang waktu antara 5 hingga 15 menit per sesi. Hal ini disebabkan oleh proses yang tidak memakan waktu lama, karena mayoritas aktivitas pengguna terbatas pada membaca informasi proyek, memilih proyek sesuai preferensi, dan melakukan transaksi pendanaan. Kemudahan navigasi dan kelancaran sistem transaksi menjadi faktor dominan yang menyebabkan durasi penggunaan tetap efisien, tanpa mengurangi efektivitas layanan. Selain frekuensi dan durasi, pola waktu penggunaan aplikasi juga menjadi salah satu fokus analisis. Berdasarkan analisis terhadap isi ulasan di Play Store, ditemukan bahwa sebagian besar pengguna lebih aktif membuka aplikasi pada awal bulan dan akhir bulan, yang bertepatan dengan momen diumumkannya proyek-proyek pendanaan baru serta waktu pencairan imbal hasil bagi hasil. Beberapa ulasan menyebutkan, “Biasanya banyak proyek baru di awal bulan, jadi saya rutin buka aplikasi,” dan “Notifikasi proyek baru selalu saya tunggu, biasanya keluar di awal bulan.” Selain itu, pengguna juga menunjukkan respons positif terhadap notifikasi real-time dari aplikasi, yang menjadi pemicu utama untuk membuka aplikasi secara lebih intens. Notifikasi tersebut dianggap efektif dalam menjaga keterlibatan pengguna dan meningkatkan frekuensi akses aplikasi. Dari segi motivasi, hasil analisis konten ulasan menunjukkan bahwa alasan utama pengguna mengakses aplikasi secara rutin adalah keinginan memperoleh pendapatan pasif halal, serta kepercayaan terhadap kredibilitas skema syariah yang diterapkan oleh DANA Syariah.

Banyak pengguna merasa bahwa aplikasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan berinvestasi, tetapi juga memberikan rasa aman karena sesuai dengan prinsip syariah. Pernyataan seperti “Amanah, halal, dan terpercaya. Alhamdulillah sudah beberapa kali dapat hasil bagi hasil” sering ditemukan di kolom ulasan. Selain itu, kemudahan proses transaksi, antarmuka yang sederhana, serta kecepatan sistem menjadi faktor tambahan yang meningkatkan kepuasan pengguna. Sebagaimana diulas dalam artikel dari Good News From Indonesia (2025), DANA Syariah disebut sebagai salah satu aplikasi pendanaan properti syariah yang paling dipercaya di Indonesia, dengan tingkat retensi pengguna yang tinggi berkat kemudahan layanan dan transparansi yang ditawarkan. Secara keseluruhan, intensitas penggunaan aplikasi DANA Syariah dapat dikategorikan cukup tinggi, dengan kecenderungan pengguna untuk mengakses aplikasi secara rutin dalam periode waktu tertentu, khususnya saat adanya proyek baru atau pencairan hasil

pendanaan. Aplikasi ini juga berhasil membangun loyalitas pengguna melalui fitur yang relevan, sistem yang cepat, serta nilai syariah yang dijaga ketat. Tingginya tingkat kepuasan ini terlihat dari dominasi ulasan positif di Play Store, di mana mayoritas pengguna menyatakan puas terhadap layanan, skema pendanaan, hingga sistem notifikasi proyek.

Oleh karena itu, DANA Syariah dapat dikatakan berhasil memenuhi ekspektasi penggunanya dalam menghadirkan platform investasi syariah berbasis digital yang aman, nyaman, dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Analisis mendalam terhadap ulasan pengguna aplikasi Dana Syariah di platform Google Play Store menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat dan positif antara tingkat kepuasan pengguna dengan intensitas penggunaan aplikasi tersebut. Kepuasan yang tinggi terhadap berbagai aspek layanan secara langsung mendorong frekuensi dan durasi penggunaan aplikasi. Pengguna merasa terbantu dengan aplikasi ini sebagai media investasi syariah yang aman, cepat, dan adil, yang tercermin dari ulasan seperti Tyas Wijayanti (3 Maret 2025) yang menulis, "Aplikasinya sangat membantu untuk investasi halal. Prosesnya cepat dan transparan." Pernyataan ini menunjukkan bahwa kepuasan terhadap efisiensi proses memotivasi penggunaan berkelanjutan. Sistem notifikasi yang efektif juga berperan krusial dalam meningkatkan intensitas penggunaan. Aar Saoutra03 (7 April 2025) menyatakan, "Saya rutin membuka aplikasi setiap awal bulan untuk melihat proyek baru. Notifikasinya sangat membantu." Hal ini mengindikasikan bahwa fitur yang relevan dan notifikasi yang tepat waktu secara langsung memicu pengguna untuk sering mengakses aplikasi. Kepercayaan terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh Dana Syariah adalah faktor fundamental yang meningkatkan intensitas penggunaan. Pengguna merasa bahwa sistem bagi hasil yang adil, seperti diungkapkan oleh akun Justice (12 April 2025), "Sistem bagi hasilnya adil dan sesuai syariah. Saya merasa tenang berinvestasi di sini," memberikan rasa aman dan ketenangan, yang pada gilirannya mendorong loyalitas dan penggunaan jangka panjang.

Meskipun terdapat beberapa keluhan teknis seperti logout otomatis atau verifikasi dokumen yang terkadang lambat, respons cepat dari customer service Dana Syariah dalam menangani kendala tersebut berhasil mempertahankan tingkat kepuasan pengguna. Pengalaman positif dalam penyelesaian masalah ini memastikan bahwa kendala kecil tidak mengurangi loyalitas dan intensitas penggunaan secara keseluruhan. Dukungan dari kajian ilmiah dan artikel tentang fintech syariah juga memperkuat temuan ini. Perkembangan fintech syariah di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda, menunjukkan bahwa platform seperti Dana Syariah memenuhi kebutuhan pasar modern akan produk keuangan halal. Teknologi digital membuka peluang untuk inovasi dalam pembiayaan syariah, menjadikan P2P lending syariah sebagai alternatif yang menarik. Secara keseluruhan, hubungan antara kepuasan dan intensitas penggunaan dalam konteks aplikasi Dana Syariah sangat erat. Tingginya kepuasan pengguna, yang didasari oleh kemudahan, transparansi, dan kepatuhan syariah, secara langsung mendorong loyalitas dan peningkatan frekuensi penggunaan aplikasi secara berkelanjutan. Strategi promosi digital yang efektif dan pelayanan pelanggan yang profesional menjadi kunci utama dalam membangun dan mempertahankan hubungan positif ini

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penyajian data, analisis, dan pembahasan mengenai tingkat kepuasan dan intensitas penggunaan aplikasi Dana Syariah. Faktor utama yang

mempengaruhi kepuasan adalah kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka yang sederhana dan intuitif, proses transaksi yang cepat dan mudah, serta pelayanan customer service yang responsif dan ramah. Selain itu, penggunaan prinsip syariah yang konsisten dalam setiap transaksi turut memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepercayaan pengguna. Testimoni pengguna yang positif juga menegaskan bahwa aplikasi ini tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga nilai emosional dan spiritual bagi para pengguna. Promosi dan edukasi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube berperan penting dalam membangun persepsi positif, meningkatkan awareness, dan membentuk loyalitas pengguna. Aktivitas promosi yang didukung dengan testimoni nyata dari pengguna, konten edukatif tentang keuangan syariah, serta fitur-fitur unggulan aplikasi, mampu menarik minat dan mempertahankan pengguna agar terus aktif menggunakan Dana Syariah. Media sosial juga berfungsi sebagai platform interaksi yang meningkatkan kedekatan emosional antara pengguna dan pengelola aplikasi. Intensitas penggunaan aplikasi Dana Syariah termasuk tinggi, ditandai dengan frekuensi akses yang rutin terutama pada saat ada proyek pendanaan baru dan pencairan hasil bagi hasil. Durasi penggunaan tiap sesi cenderung singkat karena aplikasi dirancang efisien dengan proses transaksi yang cepat dan mudah dipahami.

Pengguna aktif menggunakan fitur simulasi pendanaan, monitoring proyek, dan laporan transaksi yang transparan. Kepercayaan pada prinsip syariah serta kemudahan penggunaan menjadi motivasi utama pengguna dalam memanfaatkan aplikasi ini secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, Dana Syariah berhasil memenuhi ekspektasi penggunanya dalam menyediakan platform investasi properti berbasis syariah yang aman, transparan, dan mudah diakses. Keberhasilan ini terlihat dari tingkat kepuasan yang tinggi, loyalitas pengguna yang kuat, serta tren peningkatan jumlah pengguna dan ulasan positif. Strategi pemasaran digital yang terstruktur dan didukung oleh aktivitas edukasi keuangan syariah terbukti efektif dalam membangun citra dan kepercayaan masyarakat terhadap aplikasi Dana Syariah. Kepercayaan konsumen meningkatkan kepuasan, Kepercayaan memiliki pengaruh langsung terhadap intensitas penggunaan, Kepuasan berperan sebagai predictor kuat penggunaan ulang. Saran perkuat kualitas layanan & kepatuhan syariah, tingkatkan literasi produk syariah. OJK & DSN-MUI dapat memperkuat standar layanan syariah.

DAFTAR REFERENSI

- Amin, M. (2019). Consumer behavior in Islamic finance. *Journal of Islamic Marketing*.
- Acuan dari Jurnal: Alam, A., & Saputro, I. A. (2022). Analisis kualitatif desain antarmuka pengguna pada aplikasi fintech syariah berdasarkan technology acceptance model (TAM). *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*. <https://doi.org/10.56327/jurnaltam.v13i1.1142>
- Daniswara, E., Oktavia, R., & Laily, F. (2024). Implementasi Platform Tepat Daya Bank BTPN Syariah dalam Mendukung Pengembangan dan Peningkatan Skill Usaha Mikro Desa. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 752–769. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.608>
- Hidayat, S. (2020). Trust and loyalty in Islamic banking. *International Journal of Finance & Economics*.
- Hananto, B., & Amijaya, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ratio Kecukupan Modal, Dana Syirkah Temporer, dan BOPO Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita*

- Bangsa, 6(02), 138–151. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.243>
- Hidayah, L. R., & Pratista, T. A. (2022). Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Lisdayanti, A., & Padmanegara, O. H. (2024). Peran Teknologi Blockchain dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dan Keamanan Data Privasi pada Platform E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(2), 347–361.
- Lubis, F. A. (2023). Analisis Ulasan Pengguna terhadap Penggunaan Fintech Dana Syariah. *Jurnal Internasional Sains dan Masyarakat*. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v5i2.671>
- Ramadhan, P. C., & Karima, B. A. (2022). Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan Dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi Pada Mahasiswa Baru. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 175–185. <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.6925>
- Saputra, V. A., Diniyah, A., & Maulana, A. A. (2022). Shafica (kampanye fintech syariah): Pemasaran aplikasi fintech syariah melalui kampanye untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia. *Airlangga International Journal of Islamic Economic and Finance*. <https://doi.org/10.20473/aijief.v5i01.37910>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *In Sustainability* (Switzerland), 11(1).
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective*.
- Acuan dari Website:
- Dana Syariah. (n.d.). Dana Syariah. Retrieved from <https://danasyariah.id>
- Dana Syariah. (n.d.). Facebook. Retrieved from <https://www.facebook.com/danasyariahid>
- Dana Syariah. (n.d.). Instagram. Retrieved from <https://www.instagram.com/danasyariahid>
- Dana Syariah. (n.d.). Twitter. Retrieved from <https://twitter.com/danasyariahid>