

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal Otoritas Jasa Keuangan dalam memberikan izin kepada BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri dijadikan BRI Syariah yang kemudian memberi izin atas berubahnya entitas usaha dari BRI Syariah dan menghadirkan izin usaha baru adalah Bank Syariah Indonesia sebagai bank hasil merger. Persatuan dari ketiga bank tersebut dapat menghadirkan layanan perbankan yang lebih bervariasi, jangkauan semakin luas dan meningkatkan nilai asset perbankan yang lebih baik.

Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga perbankan syariah yang berdiri pada 01 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger dari anak perusahaan yang dimiliki oleh pemerintah pada bidang perbankan syariah. Merger tersebut merupakan bentuk ikhtiar pemerintah untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat. Bank syariah diharapkan dapat memberikan energi baru untuk pembangunan dan perkembangan ekonomi syariah nasional dan dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan umat secara luas. Lahirnya Bank Syariah Indonesia dapat dijadikan cerminan baik untuk perbankan Islam di Indonesia yang memberikan kebaikan bagi seluruh kalangan dan segenap alam, menjadikan bank syariah yang modern serta universal.

Ketiga bank syariah di merger mempunyai *background* serta sejarah yang berbeda sehingga hasil dari penggabungan memiliki kekuatan dengan kolaborasi bank syariah, kerjasama dan tujuan yang sama untuk mencapai target menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah. Dengan adanya merger diharapkan dapat memberikan gebrakan baru untuk masyarakat agar lebih melek mengenai perbankan syariah khususnya ekonomi Islam. Dengan adanya kesadaran dari masyarakat tersebut akan berperan penting untuk mencapai tujuan positif dari bank syariah Indonesia.

Berikut ini merupakan sejarah singkat dari ketiga bank syariah yang di merger, antara lain :

a. PT Bank Syariah Mandiri

Pada tahun 1999 pelaksanaan penggabungan dari empat bank yang terdiri dari perbankan Bumi Daya, Bank Dagang Negara , Bank Exim dan Bank Bapindo yang kemudian menghasilkan satu bank yang baru dengan nama Bank Syariah Mandiri. Pada saat berlakunya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang kesanggupan bank memberikan pelayanan syariah, merupakan peluang bagi bank untuk mengembangkan perbankan syariah untuk melakukan ambil alih bentuk Bank Susila Bakti yang semula bank konvensional berubah menjadi Bank Syariah Mandiri.

Berubahnya kegiatan usaha Bank Susila Bakti tercatat dalam Akta Notaris : Sutjipto, SH, Nomor 23 tanggal 8 september 1999 dan diperkuat oleh Gubernur BI melalui SK BI NO. 1/24/KEP.BI/1999.

Melalui Gubernur Bank Indonesia memberi keputusan dengan surat resmi 1/1/KEP.DGS/1999, perubahan kegiatan perbankan konvensional menjadi PT Bank Syariah Mandiri disetujui oleh pihak Bank Indonesia.

b. PT Bank BNI Syariah

Bank pertama yang resmi dimiliki oleh Negara Republik Indonesia merupakan Bank Negara Indonesia (BNI) yang merupakan pelopor dari terbitnya berbagai macam produk dan layanan perbankan. BNI tidak hanya melayani transaksi perbankan secara umum kepada masyarakat, tetapi ikut serta dalam bank pembangunan dari berbagai segmentasi sehingga tetap berdiri kokoh dan kompetitif dalam berbisnis. Masyarakat pun menunjukkan kepercayaannya kepada industri perbankan untuk dijadikan tempat yang tepat mengamankan dan menyimpan kekayaan.

Permintaan akan perbankan syariah lama kelamaan mulai bermunculan dan BNI juga memberikan layanan syariah kepada perbankan sesuai dengan peraturan perundang-undangan Nomor 10 tahun 1998 mengenai bank umum membuka layanan syariah dengan menggunakan konsep *dual banking system*, yaitu menerapkan syariah dan perbankan umum bersama-sama maka Bank Indonesia telah memberikan izin resmi kepada BNI untuk menjalankan Unit Usaha Syariah BNI berdasarkan ketentuan Gubernur dari Bank Indonesia (iB) melalui surat dengan Nomor. 12/41/KEP.GBI/2010 pada tanggal 21 Mei tahun 2010, telah memperoleh persetujuan komersial dari BNI

Syariah, dengan surat izin tersebut BNI melaksanakan operasi operasional BNI Syariah sebagai entitas independen hasil dari pemisahan UUS.

c. PT Bank BRI Syariah

BRI Syariah merupakan bank yang diperoleh dari akuisisi Bank Rakyat Indonesia terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007. Bank BRI Syariah secara resmi bekerja setelah mendapatkan surat izin usaha dari Bank Indonesia dengan Nomor.10/67/KEP.GBI/DPG/2008 pada tanggal 16 Oktober Tahun 2008. Seluruh kegiatan usaha perbankan yang semula beroperasi secara konvensional diubah kepada kegiatan operasional secara prinsip Islam sehingga menghadirkan Bank BRI Syariah.

Bank Rakyat Indonesia yang memiliki UUS dilebur kedalam PT Bank BRI Syariah pada tanggal 19 Desember tahun 2008. Proses *spin off* berlaku mulai tanggal 01 Januari 2009. Bank BRISyariah memiliki berbagai macam produk yang terbagi menjadi 2 bidang yaitu produk perbankan yang berfungsi untuk memfasilitasi masyarakat individu maupun perusahaan dalam pengelolaan keuangan secara syariah dan *E-banking* BRISyariah yang berfungsi untuk mempermudah penggunaan agar tidak datang ke bank (Profil Perusahaan, 2021).

Merger yang terdiri dari (BNI Syariah, BSM dan BRI Syariah) menghadirkan Bank Syariah Indonesia sebagai bank hasil merger merupakan bentuk dari penguatan bank syariah dan ini merupakan suatu

keepakatan tertulis dalam bentuk akad integrasi bank umum syariah yang diatur dalam peraturan undang-undang yang berlaku. Penggabungan perbankan di tengah pandemi covid-19 merupakan suatu langkah yang baik untuk menjaga stabilitas ekonomi sebagaimana yang tercantum dalam Perpu No.1/2020 dan PJOK No.18/PJOK.03/2020. Manfaat dari merger diharapkan memberikan dampak positif, bank syariah mampu bersaing secara global, layanan lebih lengkap jangkauan lebih luas dan permodalan lebih baik (Atikah, Maimunah, & Zainuddin, 2021). Berikut ini merupakan logo Bank Syariah Indonesia :



Gambar 4. 1 Logo Bank Syariah Indonesia

Sumber. www.ir-bankbsi.com

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia dalam menjalankan operasionalnya memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi : TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

Misi :

- 1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia.

3. Nilai–Nilai Perusahaan Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia dalam menjalankan kegiatan operasionalnya memiliki nilai-nilai perusahaan yaitu AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal dan Adaptif) yang terdiri dari :

1. Amanah = Memegang teguh kepercayaan yang diberikan
2. Kompeten = Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
3. Harmonis = Saling peduli dan menghargai perbedaan
4. Loyal = Berdedikasi mengutamakan kepentingan bangsa dan negara
5. Adaptif = Terus berinovasi, antusias dalam menggerakkan atau pun menghadapi perubahan
6. Kolaboratif = Membangun kerja sama yang sinergis

4. Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia

Kegiatan operasional Bank Syariah Indonesia yaitu melakukan pengelolaan dana dan pembiayaan dengan bermacam-macam produk, antara lain :

1. Tabungan Easy Wadiah dan Mudharabah BSI

Tabungan easy wadiah dan mudharabah merupakan produk unggulan dari Bank Syariah Indonesia. Tabungan easy terdapat layanan *mobile banking* dan juga mendapatkan fasilitas kartu atm.

- a. Tabungan Easy wadiah BSI

Tabungan easy wadiah BSI merupakan tabungan dengan menetapkan skema penitipan, nasabah bertindak sebagai pihak

yang menitipkan dana kepada pihak BSI dan pengelolanya merupakan pihak BSI dan kemudian pihak BSI memanfaatkan dana yang diamanahkan oleh nasabah kepada pihak BSI. Dalam tabungan wadiah tidak ada bonus, namun pihak bank boleh memberikan insentif secara sukarela sesuai dengan kesepakatan bersama.

b. Tabungan Easy Mudharabah BSI

Nasabah yang mengamanahkan dana kepada pihak BSI kemudian oleh pihak BSI akan mengelola dana tersebut agar mencapai keuntungan. Kerja sama yang memberikan hasil keuntungan tersebut nantinya dapat dibagi kepada nasabah dan pihak bank sesuai dengan kesepakatan bersama dalam perjanjian (akad).

2. TabunganKu

TabunganKu merupakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia untuk nasabah perorangan. Persyaratan untuk memiliki tabungan di BSI lebih mudah dan ringan. Setoran awal sebesar Rp. 20.000,- untuk tabungan tanpa atm, dan biaya sebesar Rp.80.000,- untuk tabungan dengan atm. Mendapatkan fasilitas *e-banking*, bisa menyalurkan zakat dengan mudah dan syarat pembukaan rekening hanya KTP atau NPWP.

3. BSI Giro

Tabungan BSI giro merupakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia untuk nasabah perorangan atau badan usaha dalam bentuk

rupiah maupun mata uang asing. BSI giro hanya bisa menggunakan nilai rupiah. Penarikan saldo di BSI giro dapat dilakukan pada jam kerja dan dapat dilakukan kapan saja melalui fasilitas yang tersedia seperti cek, bilyet giro dan kartu debit. Dana dari BSI giro kemudian dikelola oleh BSI menggunakan akad wadiah dan pihak nasabah dan bank membuat perjanjian bonus sebesar 3% dari total keuntungan dari hasil pengelolaan dana. Setoran awal dan saldo minimal untuk tabungan BSI giro sebesar Rp.500.000,-.

4. Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun merupakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia bagi nasabah perorangan untuk mempersiapkan masa tua (pensiun). Dana yang diserahkan kepada Bank Syariah Indonesia kemudian akan diserahkan kepada lembaga pengelola pensiun yang berkerja sama dengan Bank Syariah Indonesia.

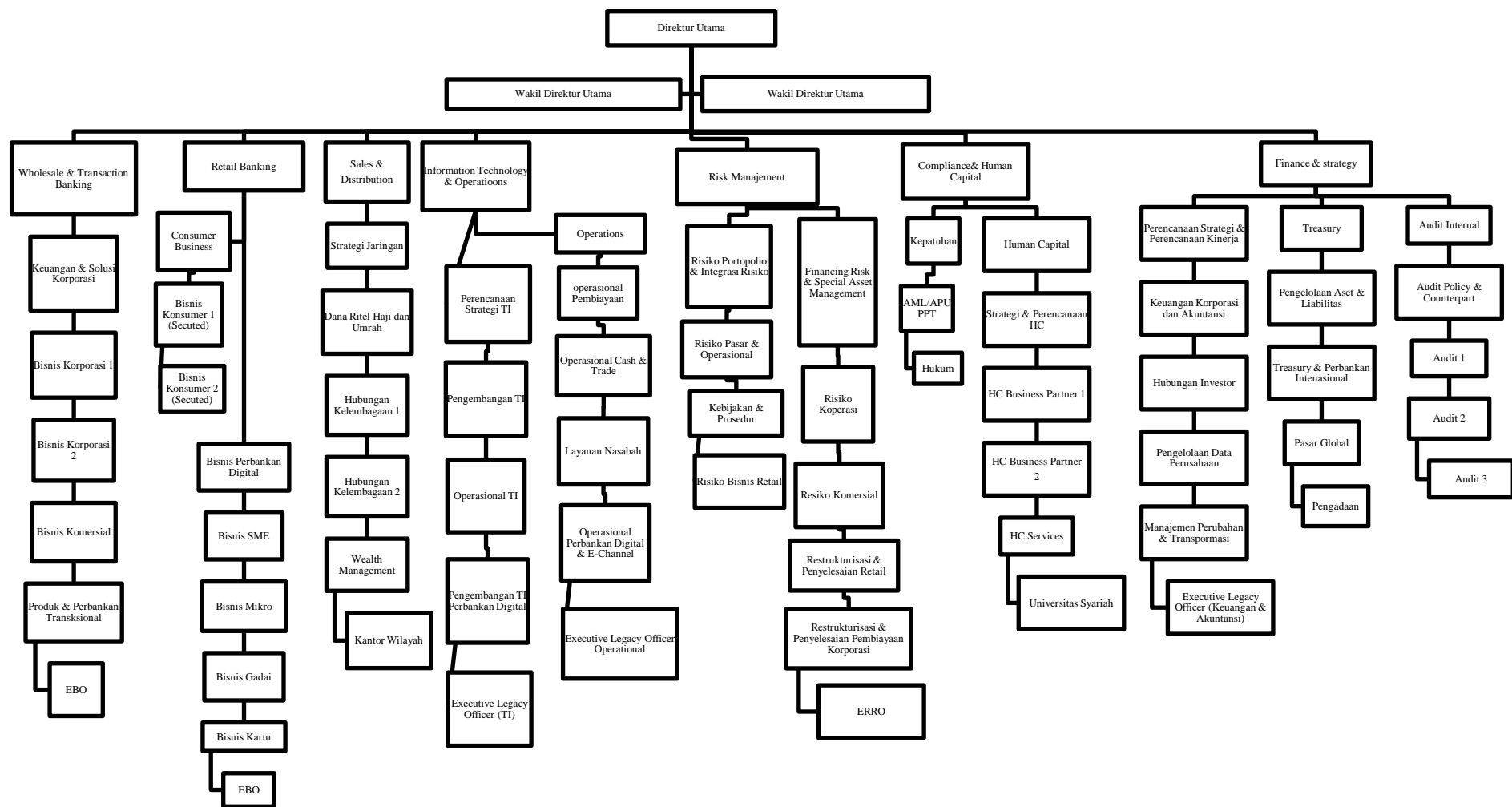
5. Tabungan Mabru

Tabungan mabrur Bank Syariah Indonesia dapat digunakan masyarakat untuk menabung dan melakukan persiapan keberangkatan haji dan umroh. Setoran awal untuk membuka tabungan mabrur (haji dan umroh) sebesar Rp.100.000,-. Apabila tabungan mabrur sudah terkumpul sebesar Rp.25.100.000,-, maka nasabah tabungan mabrur akan didaftarkan ke Siskohat Kementerian Agama.

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada perusahaan perbankan disusun untuk mendukung kegiatan operasional dan meningkatkan nilai efisien. Adapun

struktur organisasi dari perusahaan Bank Syariah Indonesia sebagai berikut :



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan

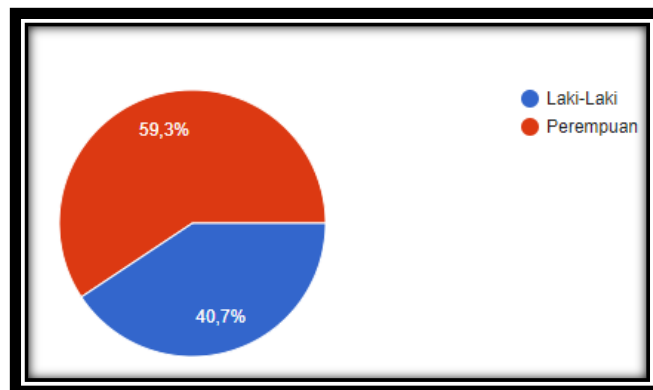
Sumber. www.bankbsi.co

B. Gambaran Umum Responden

Pada pembahasan ini menyajikan deskripsi data yang ada dari hasil penyebaran angket kuesioner yang berisi seperangkat pertanyaan yang telah disiapkan untuk ditanggapi responden. Data yang dihasilkan diperoleh langsung dari responden. Jumlah responden yang mengisi angket sebanyak 118 responden masyarakat di Kota Bogor tersebut merupakan Nasabah dari bank Syariah Indonesia (BSI).

1. Jenis Kelamin Responden

Dari total responden sebanyak 118, berikut adalah gambaran responden dari segi jenis kelamin :



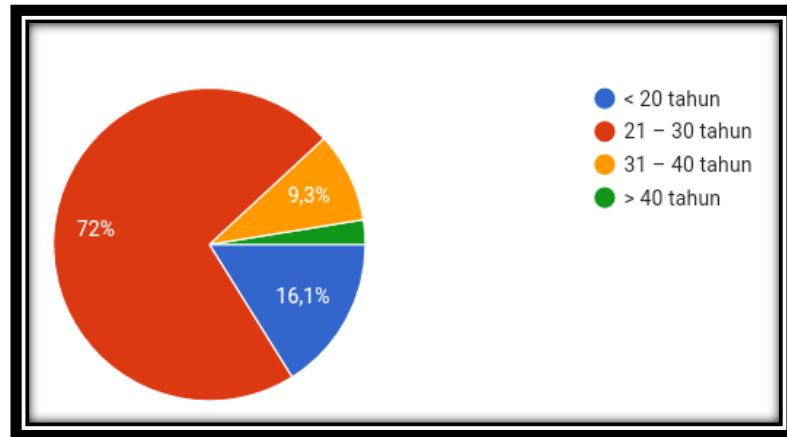
Gambar 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan keterangan grafik diatas, dapat diuraikan bahwa mayoritas responden gender perempuan yaitu sebanyak 70 responden yang banyak mengisi kuesioner , sedangkan responden gender laki-laki yaitu sebanyak 48 responden. Maka hal ini diartikan bahwa sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah lebih dominan perempuan dari pada laki-laki.

2. Umur Responden

Dari total sebanyak 118 responden, berikut adalah gambaran responden dari segi umur responden :

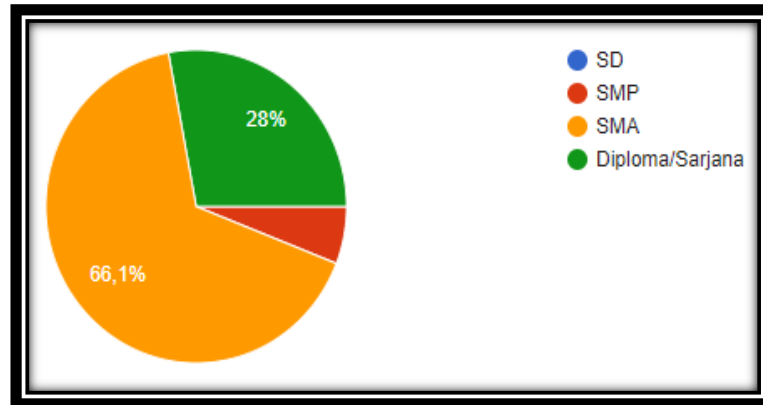


Gambar 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia
Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan keterangan grafik, dapat dilihat bahwa responden dengan usia kurang dari 20 tahun yaitu sebanyak 19 responden, usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 85 responden, usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 11 responden dan usia > dari 40 tahun yaitu sebanyak 3 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden berusia 21 -30 tahun adalah yang paling dominan.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Dari total sebanyak 118 responden, berikut adalah gambaran responden dari segi pendidikan terakhir responden :

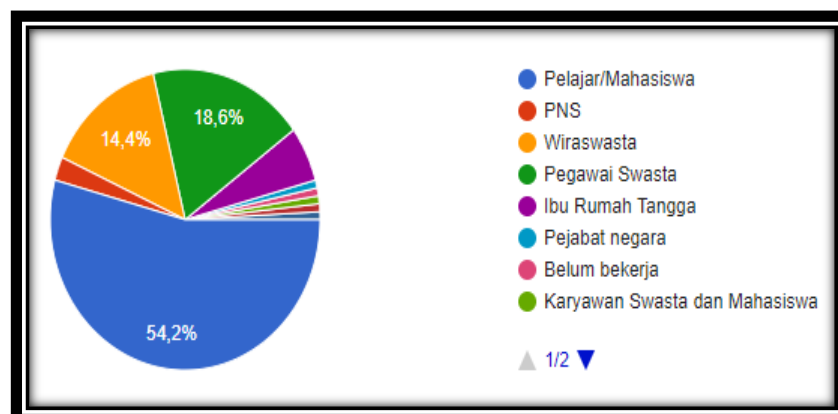


Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
 Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan keterangan pada grafik diatas, diketahui bahwa karakteristik responden yang pendidikan terakhir SD tidak ada, SMP yaitu sebanyak 7 responden, pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 78 responden dan Diploma/Sarjana sebanyak 33 responden. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat diKota Bogor tersebut, yang menjadi responden dominan berpendidikan terakhir SMA.

4. Pekerjaan Responden

Dari total responden sebanyak 118 responden, berikut adalah gambaran responden dari segi pekerjaan responden :

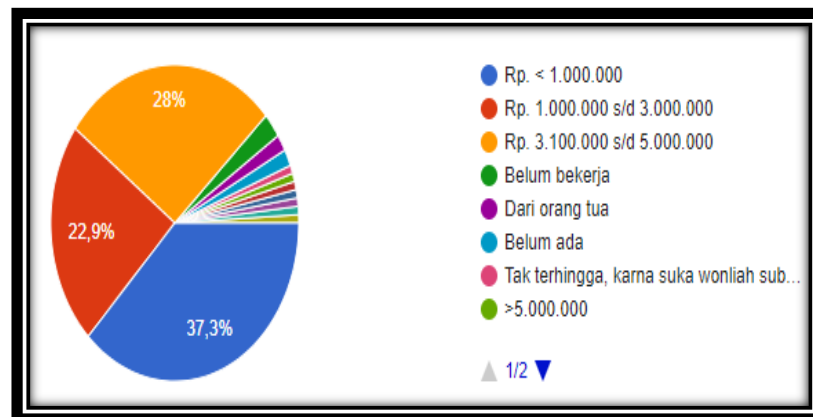


Gambar 4. 6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan
 Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan keterangan pada grafik diatas, diketahui bahwa karakteristik responden menurut pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 64 responden, PNS terdapat 3 responden, wiraswasta sebanyak 17 responden, pegawai swasta sebanyak 22 responden, Ibu Rumah Tangga (IRT) dengan jumlah 7 responden dan lainnya 5 responden. Hal ini dapat diartikan pekerjaan responden sebagai pelajar/mahasiswa adalah paling dominan dibandingkan lainnya.

5. Pendapatan Perbulan Responden

Dari total sebanyak 118 responden, berikut adalah gambaran responden dari segi pendapatan perbulan responden :



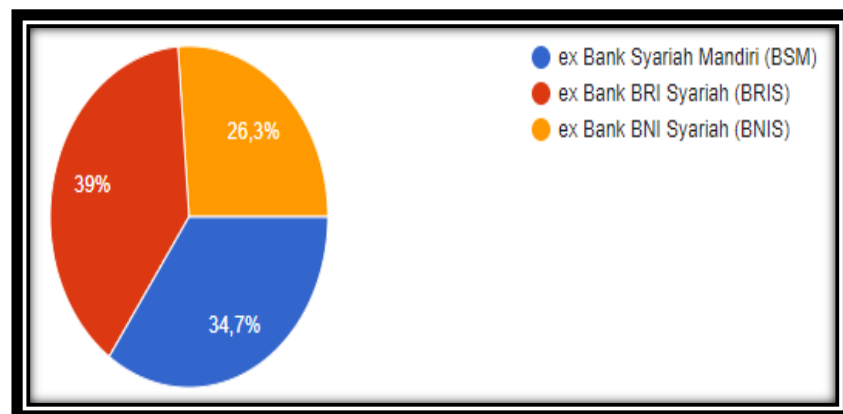
Gambar 4. 7 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan
Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan keterangan pada grafik diatas, menunjukkan karakteristik responden yang mengisi kuesioner berdasarkan jumlah pendapatan perbulan < Rp.1.000.000,- yaitu sebanyak 44 responden, untuk pendapatan Rp.1.000.000-3.000.000,- yaitu sebanyak 27 responden, pendapatan Rp. 3.100.000-5.000.000 yaitu sebanyak 33 responden dan pendapatan dengan jumlah lainnya yaitu sebanyak 14 responden. Hal ini

menunjukkan bahwa pendapatan yang kurang dari Rp.1.000.000,- adalah yang paling dominan dibandingkan lainnya.

6. Tabungan Bank Syariah Responden

Dari responden dengan total sebanyak 118 responden, berikut adalah gambaran responden dari segi tabungan bank syariah yang dimiliki oleh responden :



Gambar 4. 8 Jumlah Responden Berdasarkan Tabungan Bank Syariah

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan keterangan pada grafik diatas, dilihat bahwa karakteristik responden dengan tabungan syariah yang dimiliki oleh responden paling dominan adalah Bank BRI Syariah yaitu sebanyak 46 responden, kemudian Bank Syariah Mandiri yaitu sebanyak 41 responden dan BNI Syariah yaitu sebanyak 31 responden. Hal ini menunjukkan bahwa tabungan bank syariah responden paling dominan adalah Bank BRI Syariah (BRIS).

C. Hasil Analisis Data

Data penelitian ini bersumber dari data primer, yaitu berupa kuesioner yang ditujukan kepada seluruh Masyarakat di Kota Bogor yang menjadi nasabah bank syariah Indonesia (BSI) yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dari peneliti ini. Minimal sampel dan responden yang harus dikumpulkan telah terhitung sebelumnya yaitu sebesar 100 responden. Kuesioner disebarakan melalui media *google form*, responden yang mengisi kuesioner terkumpul sebanyak 118 responden. Kemudian sumber data primer diolah dan dianalisis dan hasilnya sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan kepada 30 orang responden. Hasil uji validitas kepada 30 responden dinyatakan valid.

a. Variabel Persepsi

Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Persepsi

Item Pertanyaan	R_{hitung}	$R_{tabel\ 5\% (30)}$	Keterangan
1	0,559	0,361	Valid
2	0,743	0,361	Valid
3	0,401	0,361	Valid
4	0,739	0,361	Valid
5	0,707	0,361	Valid

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan memiliki hasil koefisien korelasi R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} (0,361). Dengan kata lain semua item-item tersebut adalah valid.

b. Variabel Kepercayaan

Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,619	0,361	Valid
2	0,694	0,361	Valid
3	0,813	0,361	Valid
4	0,765	0,361	Valid
5	0,848	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil pengujian tabel diatas, dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} (0,361), dengan kata lain seluruh item-item pertanyaan adalah valid.

c. Variabel Pelayanan

Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Pelayanan

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,561	0,361	Valid
2	0,714	0,361	Valid
3	0,853	0,361	Valid
4	0,814	0,361	Valid
5	0,807	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dilihat bahwa setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} (0,361), dengan kata lain semua item-item adalah valid.

d. Variabel Merger Tiga Bank Syariah (Bank Syariah Indonesia)

Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Y

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,488	0,361	Valid
2	0,741	0,361	Valid
3	0,626	0,361	Valid
4	0,622	0,361	Valid
5	0,787	0,361	Valid
6	0,620	0,36	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil pengujian di SPSS pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} (0,361), dengan kata lain instrument dari penelitian yang berjumlah enam pertanyaan untuk variabel Merger Tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Indonesia (Y) dinilai semua butir pertanyaan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan kepada 30 orang responden. Nilai reliabilitas *Alpha cronbach's* terendah dapat diterima 0,60.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi (X1)	0,611	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,786	Reliabel
Pelayanan (X3)	0,804	Reliabel
Merger tiga bank syariah (BSI) (Y)	0,667	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Hasil pengujian terhadap reliabilitas pada setiap instrumen kuesioner menghasilkan angka *cronbach Alpha* sebesar 0,611 pada

variabel persepsi, 0,786 pada variabel kepercayaan, 0,804 pada variabel pelayanan dan untuk variabel merger tiga bank syariah 0,667 . Hal ini menunjukkan semua pertanyaan dari variabel teruji reliabilitas sehingga dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk pengujian apakah dimodel regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode uji normalitas ini dapat dilakukan dengan cara uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai signifikan lebih dari 0,05, maka data telah terdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan kurang dari 0,05, maka data tidak terdistribusi normal (Purnomo, 2017).

Tabel 4. 6 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.23248330
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.067
	Negative	-.107
Kolmogorov-Smirnov Z		1.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.136
a. Test Distribution Is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka data berdistribusi secara normal karena *Asymp . Sig. (2 -tailed)* bernilai 0,136 lebih tinggi

dari nilai signifikan 0,05 hal ini disimpulkan data yang baik memiliki asumsi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian untuk model regresi yang baik tidak terjadi korelasi sempurna ataupun mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Uji multikolinearitas dilihat nilai *tolerance* (*t*) dan *Variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum digunakan adalah $tolerance > 0,10$ sama dengan nilai $Variance\ inflation\ faktor\ (VIF) < 10$.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi	.675	1.481
	Kepercayaan	.456	2.193
	Pelayanan	.454	2.201
a. Dependent Variable: Persepsi Terhadap Merger Tiga Bank Syariah (BSI)			

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen penelitian ini tidak memiliki nilai *tolerance* yang kurang dari 0,10 karena nilai *tolerance* yang didapat dari variabel persepsi (X1) sebesar $0,675 > 0,10$ kemudian untuk variabel kepercayaan (X2) nilai *tolerance* sebesar $0,456 > 0,10$ dan untuk variabel pelayanan (X3) nilai *tolerance* sebesar $0,454 > 0,10$. Kemudian untuk hasil nilai VIF dari variabel independen penelitian tidak mempunyai nilai yang lebih tinggi dari nilai 10. Variabel persepsi (X1) memperoleh hasil VIF $1,481 < 10$ untuk variabel kepercayaan (X2) memperoleh hasil $2,193 < 10$. Dan untuk variabel pelayanan (X3) memperoleh hasil $2,201 < 10$.

10. Maka jika dilihat dari hasil output olah data ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian varian residual yang tidak sama pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas terdiri dari uji glesjer dan pola titik-titik pada regresi.

1. Uji Glesjer

Uji Glesjer pengujian dengan meregresikan antara variabel independen (bebas) dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Nilai signifikan variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Glesjer

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.872	.005
	Persepsi	-2.596	.011
	Kepercayaan	-.134	.894
	Pelayanan	1.494	.138

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

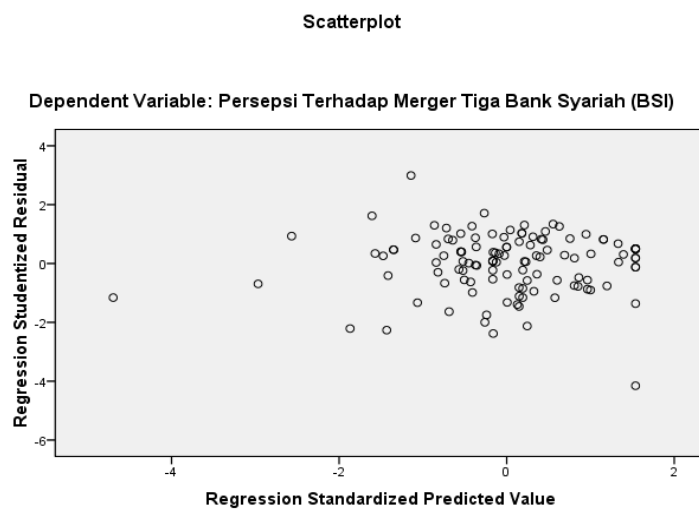
Dari hasil output SPSS diatas didapatkan bahwa nilai signifikansi dari ke tiga variabel independen lebih besar dari nilai 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

2. Melihat Pola Titik-titik pada Scatterplots

Uji heteroskedastisitas dapat digunakan dengan melihat hasil *output* SPSS dengan melihat grafik *scatterplot* pada bagian *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *standardized residual* (SRESID). Dasar kriteria dalam pengambilan keputusan :

- 1) Apabila grafik *scatterplot* terdapat pola tertentu yang membentuk titik-titik yang teratur seperti (melebar atau menyempit dan bergelombang), maka hal ini dapat dikatakan bahwa model regresi terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila grafik *scatterplot* tidak ada pola jelas pada titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka (nol) 0 dilihat pada sumbu Y, maka hal ini dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil data yang diperoleh setelah dilakukan analisa sebagai berikut :



Gambar 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas dapat diketahui bahwa hasil *output* dapat dilihat penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak membentuk suatu garis. Penyebaran titik-titik juga tidak mengumpul di antara atas atau bawah atau disekitar angka 0. Titik-titik juga tidak mengumpul di antara atas atau bawah sumbu Y. Jadi disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.119	2.187	
	Persepsi	.523	.114	.399
	Kepercayaan	.015	.127	.012
	Pelayanan	.393	.127	.328

a. Dependent Variable: Persepsi Terhadap Merger Tiga Bank Syariah (BSI)

Analisis data digunakan bertujuan untuk menguji hubungan sekaligus pengaruh dari persepsi, kepercayaan dan pelayanan terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga Bank Syariah menjadi bank Syariah Indonesia.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 5,119 + 0,523 + 0,015 + 0,393 + e$$

Persamaan regresi linear berganda jika di interpretasikan sebagai berikut :

1. Dalam model regresi diperoleh nilai konstanta sebesar 5,119 artinya, jika variabel persepsi (X1), kepercayaan (X2) dan pelayanan (X3) dianggap konstan, maka skor persepsi nasabah terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia nilainya sebesar 5,119.
2. Koefisien regresi X1, sebesar 0,523 , artinya jika variabel persepsi mengalami kenaikan satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka nilai variabel persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi BSI akan mengalami peningkatan sebesar 0,523.
3. Koefisien regresi X2, sebesar 0,015 , artinya jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka nilai variabel persepsi nasabah tentang Merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia akan mengalami peningkatan sebesar 0,015.
4. Koefisien regresi X3, sebesar 0,393 , artinya jika variabel pelayanan mengalami kenaikan satu satuan dengan asumsi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.119	2.187		2.340	.021
	Persepsi	.523	.114	.399	4.586	.000
	Kepercayaan	.015	.127	.012	.116	.908
	Pelayanan	.393	.127	.328	3.093	.002
a. Dependent Variable: Persepsi Terhadap Merger Tiga Bank Syariah (BSI)						

variabel lain dianggap konstan maka nilai variabel persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi (BSI) akan mengalami peningkatan sebesar nilai 0,393.

b. Uji T (Uji Signifikansi Parsial)

Uji T penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh persepsi, kepercayaan dan pelayanan secara satu persatu terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Signifikansi Parsial-Uji T

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Keterangan :

Hasil analisis pada data tabel diatas maka dapat di interprestasikan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka persepsi nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Hasil uji T pada tabel diatas maka dapat diinterpretasikan pengaruh persepsi, kepercayaan dan pelayanan terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi bank syariah Indonesia sebagai berikut :

1. Perolehan hasil T_{hitung} untuk variabel persepsi (X1) sebesar 4,586 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka hasil dari nilai signifikansi variabel persepsi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa H_0 tidak diterima (ditolak) dan H_a diterima yang artinya persepsi berpengaruh signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.
2. Perolehan hasil T_{hitung} untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,116 dengan taraf signifikansi sebesar $0,908 > 0,05$, maka nilai signifikansi variabel kepercayaan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

3. Perolehan hasil T_{hitung} untuk variabel pelayanan (X3) sebesar 3,093 dengan taraf signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, maka perolehan dari hasil nilai signifikansi variabel pelayanan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil perolehan olah data SPSS didapatkan nilai T_{hitung} variabel yang paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel persepsi dengan nilai T_{hitung} sebesar 4,586.

c. Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas (persepsi, kepercayaan dan pelayanan) mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia(BSI)). Berikut ini adalah hasil olah data dari SPSS *software* versi 17.0.

Tabel 4.
Hasil

11
Uji

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	873.990	3	291.330	27.166	.000 ^a
	Residual	1222.527	114	10.724		
	Total	2096.517	117			
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Persepsi, Kepercayaan						
b. Dependent Variable: Persepsi Terhadap Merger Tiga Bank Syariah (BSI)						

Simultan-Uji F

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Hasil uji F dapat diinterpretasikan bahwa persepsi, kepercayaan dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $27.166 > 2,68$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Keputusan hipotesis adalah persepsi, kepercayaan dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

d. Uji R-Square

Uji koefisien determinasi dalam penelitian bermaksud untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas (persepsi, kepercayaan dan pelayanan) dalam menjelaskan variabel terikat (merger bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia(BSI)).

Tabel 4.

12 Hasil

Uji

Koefisien

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.646 ^a	.417	.402	3.275	1.770
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Persepsi, Kepercayaan					
b. Dependent Variable: Persepsi Terhadap Merger Tiga Bank Syariah (BSI)					

Determinasi

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil olah data pada tabel diatas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,402 atau 40,2 %. Hal ini menunjukkan

bahwa variabel persepsi, kepercayaan dan pelayanan terhadap variabel persepsi nasabah terhadap penggabungan tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia berpengaruh sebesar 40,2% sedangkan 59.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Merger Tiga Bank Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan data yang telah penulis peroleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner dari *google form* untuk nasabah pengguna Bank Syariah Indonesia di wilayah Kota Bogor. Pernyataan hipotesis pertama (H_1) dapat diterima . maka persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil perhitungan T_{hitung} sebesar 4,586 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti setiap kenaikan sebesar 4,586 akan mempengaruhi persepsi nasabah terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Terdapat Faktor - faktor yang mempengaruhi persepsi menurut (Yuniarti, 2015) yaitu faktor stimulus pemasaran, stimulus lingkungan dan faktor individu, pengalaman di masa dahulu, sikap, harapan, motivasi, sasaran dan keadaan sekitar lingkungan. Persepsi merupakan tahapan-tahapan individu untuk melakukan seleksi, mengatur dan

menginterpretasikan informasi yang diperoleh individu untuk menciptakan gambaran yang memiliki makna.

Apabila suatu objek persepsi dapat memberikan keuntungan yang bisa membantu nasabah, maka akan memberikan pengaruh yang baik pada persepsi nasabah. Persepsi nasabah dapat dibentuk melalui pengalaman nasabah dalam menilai objek-objek yang akan membuat nasabah mempersepsikan objek berdasarkan pengamatan, pengalaman dan manfaat yang dirasakan. Objek persepsi untuk penelitian ini merupakan bank hasil dari merger yaitu Bank Syariah Indonesia.

Pembentukan persepsi nasabah mengenai merger ketiga bank syariah menghadirkan bank syariah Indonesia mendukung teori dari Yuniarti, bahwa nasabah melihat dari segi manfaat yang dirasakan setelah tiga bank syariah sudah di merger dan berubah nama menjadi entitas yang baru yaitu Bank Syariah Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap merger diantaranya merger menunjukkan perkembangan yang baik, secara kualitas dan kuantitas dapat dilihat dari beragamnya transaksi jasa keuangan syariah. Merger bank syariah diharapkan dapat meningkatkan persaingan perbankan syariah di skala nasional hingga internasional.

Merger menciptakan skala perusahaan bank syariah yang semakin besar. Di mana bank syariah hasil merger (Bank Syariah Indonesia) memiliki aset tercatat sebesar Rp.214,6 triliun dan jumlah modal inti tercatat sebesar Rp.20,4 triliun. Dengan peningkatan nilai aset dan modal yang dimiliki maka jumlah tersebut menempatkan Bank Syariah

Indonesia termasuk ke dalam 10 besar daftar bank di Indonesia berdasarkan aset yang dimiliki dan TOP 10 bank syariah tertinggi di dunia berdasarkan kapitalisasi pasar.

Maka dari itu dengan nilai aset dan modal yang semakin meningkat, merger diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan berbagai pilihan pendanaan syariah, penguatan modal perbankan syariah dapat memenuhi fasilitas kebutuhan masyarakat lebih luas dan mengembangkan strategi bisnis syariah dengan peningkatan nilai. Dengan adanya merger bank syariah diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah baru dalam memakai layanan jasa syariah. Selain itu merger diharapkan dapat memberikan akses pembiayaan yang terjangkau terhadap masyarakat.

Merger bank syariah ini menghasilkan banyak kantor operasional yang tersebar di daerah Kota Bogor dengan lokasi kantor yang cukup strategis dan mudah dilalui oleh kendaraan umum dan kendaraan pribadi sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi langsung ke kantor layanan Bank Syariah Indonesia, begitu pula memudahkan pihak bank syariah untuk beroperasi dan mengembangkan pangsa pasar bank syariah. Transaksi yang dilakukan oleh nasabah antara ex Bank Mandiri Syariah, ex Bank BRI Syariah dan ex Bank BNI Syariah sebelum dilaksanakan merger dikenakan biaya transfer, namun setelah 3 bank syariah tersebut di merger maka terbebas dari biaya transfer karena berada dalam entitas yang sama.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Maryati, 2018) Hasil penelitian dari Maryati menghasilkan persepsi berpengaruh positif dan signifikan dalam pembentukan persepsi masyarakat mengenai lembaga keuangan yaitu perbankan syariah. Hal ini berkaitan dengan hasil yang didapat oleh peneliti yang menunjukkan bahwa persepsi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Persepsi nasabah yang baik terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia akan memberikan dampak yang baik karena bank syariah dapat dijadikan pilihan utama masyarakat, sehingga Bank Syariah Indonesia akan semakin berkembang dan meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Persepsi Nasabah Tentang Merger Tiga Bank Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia.

Pernyataan hipotesis kedua (H_2) tidak dapat diterima, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan hasil perolehan T_{hitung} sebesar 0,116 dengan tingkat signifikan sebesar $0,908 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Merger tiga bank syariah dapat memberikan dampak terhadap tingkat kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Maka dari itu untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia diperlukan strategi pemasaran yang baik. Berdasarkan jawaban

kuesioner responden masih belum mempercayai bahwa bank syariah menjalankan usahanya berdasarkan prinsip Islam dan tidak dibebankan bunga. Hal ini dikarenakan tingkat literasi masyarakat di Indonesia masih minim terutama mengenai ekonomi syariah masih rendah dan baru mencapai 8%.

Merger bank syariah menjadikan inklusi perbankan syariah yang lebih fokus. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan literasi masyarakat mengenai perbankan syariah, sebab masih tidak sedikit masyarakat yang belum mengenal dan memahami perbedaan dari perbankan syariah dengan bank konvensional. seringkali kendala yang dihadapi masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah dikarenakan masih banyak yang menganggap biaya pelayanan di perbankan syariah lebih mahal apabila disandingkan dengan bank konvensional.

Maka dari itu untuk meningkatkan literasi masyarakat umum terhadap lembaga perbankan atau keuangan Islam, Bank Syariah Indonesia membuat program literasi dan bekerja sama dengan berbagai pihak agar program literasi ekonomi syariah kepada masyarakat berhasil dan tepat sasaran. Bank Syariah Indonesia berkerjasama dalam menyelenggarakan seminar untuk memberikan informasi mengenai Bank Syariah Indonesia dan menyampaikan pemahaman mengenai perbankan syariah. Dengan adanya merger diharapkan dapat memperluas cakupan bank syariah terhadap masyarakat, terutama masyarakat kelas menengah ke bawah sehingga dapat meningkatkan urgensi masyarakat terhadap perbankan syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Riani, 2019) pengaruh persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah, menghasilkan kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap perbankan syariah dalam minat menabung. Hal ini juga berkaitan dengan hasil penelitian ini yaitu kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh peneliti ekonomi syariah *Institute For Development of Economics and Financing (INDEF)* Fauziah Rizki Yuniarati dalam (Alhusain, 2021) menghasilkan bahwa, preferensi masyarakat dalam menentukan pilihan layanan perbankan berlandas syariah Islam atau konvensional tidak sepenuhnya mendasar pada kepercayaan atau keyakinan terhadap agama dan prinsip syariah, melainkan karena akses pelayanan keuangan dan produk yang berbasis teknologi yang menjadi faktor utama masyarakat dalam memilih layanan perbankan.

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Persepsi Nasabah Tentang Merger Tiga Bank Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia.

Pernyataan hipotesis ketiga (H_3) dapat diterima, pelayanan berpengaruh positif terhadap persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi memiliki nilai 3,093 dan tingkat signifikansi bernilai

$0,002 < 0,05$. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa setiap kenaikan sebesar 3,093 akan mempengaruhi persepsi nasabah terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting dalam perusahaan jasa dan faktor yang memiliki pengaruh dalam pembentukan persepsi terhadap merger dari tiga bank syariah menghasilkan bank syariah Indonesia. Nasabah merupakan konsumen atau pelanggan yang akan memberikan penilaian terhadap penggabungan atas bank syariah, sehingga jika penilaian yang diberikan oleh nasabah itu positif terhadap pelayanan perbankan syariah yang di merger. Namun jika nasabah mengalami pelayanan yang tidak baik atau kualitas pelayanan setelah merger menurun dari yang diharapkan nasabah. Maka kualitas pelayanan bank syariah tidak baik. Oleh karena itu merger tiga bank syariah harus memberikan manfaat dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik agar nasabah selalu merasa puas dan ini akan berdampak positif bagi Bank Syariah Indonesia untuk memperoleh laba.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Irmawati, 2012) Hasil penelitian menunjukkan perbedaan kualitas pelayanan sebelum dan setelah merger, secara keseluruhan kualitas pelayanan setelah merger menunjukkan perubahan ke arah yang lebih baik (positif) yaitu meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini berkaitan dengan hasil yang didapatkan oleh peneliti, yaitu merger dari ketiga bank syariah menciptakan Bank Syariah Indonesia dengan hasil

penelitian bahwa kualitas pelayanan menunjukan ke arah yang lebih baik (positif).

Penelitian ini mendukung penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Setiawati, 2018) Persepsi Masyarakat Metro Pusat berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah. Hal ini berkaitan dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti, menunjukan hasil bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap merger tiga bank syariah sebagai Bank Syariah Indonesia. Persepsi nasabah apabila dicermati menurut segi kualitas pelayanan bank syariah telah relatif baik menurut aspek keramahan dan kesopanan, sebagai akibatnya hubungan yang baik menurut pelayanan karyawan kepada nasabah akan memberikan kenyamanan dan menaruh ketenangan bagi nasabah.