

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini telah menguji bagaimana persepsi nasabah terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia di Kota Bogor. Berdasarkan pengujian dan hasil analisis pada bab sebelumnya menunjukkan semakin baik merger berpengaruh maka semakin baik pula persepsi nasabah. Masyarakat Kota Bogor memiliki persepsi yang baik dengan di mergernya tiga bank syariah menjadi entitas baru yaitu Bank Syariah Indonesia.

Faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah yang baik terhadap merger dari tiga bank syariah diantaranya meningkatkan kualitas pelayanan, nasabah dapat memperoleh beragamnya pilihan produk pendanaan syariah, penguatan modal dan asset bank syariah serta terbebasnya biaya transfer antar ketiga perbankan syariah yang di merger karena sudah berada dalam entitas yang sama. Selain itu, banyak tersebarnya lokasi kantor cabang bank syariah yang ada di Kota Bogor dengan akses yang mudah dijangkau. Hal ini membuat nasabah semakin nyaman dalam menggunakan jasa layanan dari bank syariah yang ada di daerah Kota Bogor.

Penilaian nasabah tentang merger atas tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hal yang paling utama untuk mengetahui kekurangan serta kelebihan dari merger tiga bank syariah, sehingga nantinya Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan kualitas, kuantitas dan manajemen perbankan syariah yang lebih baik dan professional serta tetap berlandaskan pada prinsip syari'ah Islam.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kerangka penelitian ini hanya sebatas pada pengaruh variabel independen yaitu persepsi, kepercayaan dan pelayanan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Sedangkan masih ada beberapa kerangka penelitian lain yang dapat di teliti untuk menguji hubungan pengaruh persepsi dengan variabel lainnya.
2. Responden hanya terbatas pada masyarakat disekitar kota Bogor yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, tidak secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan dalam minat nasabah untuk menjawab kuesioner dengan menggunakan *google form* hal ini bisa terjadi karena kendala jaringan, lingkungan atau situasi yang tidak kondusif sehingga tidak mampu melihat secara keseluruhan.

## **C. Saran dan Implikasi Hasil Penelitian**

Penelitian ini memberikan bukti bahwa persepsi dan pelayanan bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan persepsi nasabah tentang merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Namun pada variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap merger tiga bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Maka dari itu Bank syariah perlu melakukan berbagai sosialisasi kepada masyarakat untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai perbankan syariah seperti produk di perbankan syariah dan informasi mengenai merger tiga bank syariah, sehingga kepercayaan nasabah atau

masyarakat terhadap bank syariah khususnya Bank Syariah Indonesia semakin baik.