

SKRIPSI

**PENGARUH *MERGER* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP
TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH
(Studi Kasus Nasabah *Ex*-BNI Syariah KC Mataram)**



OLEH:

Muftihatul Uyun
NIM. 170502033

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2022**

**PENGARUH *MERGER* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP
TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH
(Studi Kasus Nasabah *Ex*-BNI Syariah KC Mataram)**

Skripsi

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram
Untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**



OLEH:

**Muftihatul Uyun
NIM. 170502033**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2022**

SURAT PERSETUJUAN BIMBINGAN

Skripsi oleh: Muftihatul Uyun, NIM: 170502033 dengan judul, “Pengaruh *Merger* Bank Syariah Indonesia terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Nasabah *Ex-BNI* Syariah KC Mataram)”. Telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 16 April 2022

Dibawah bimbingan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Pembimbing I

Pembimbing II

Perpustakaan UIN Mataram

Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag
NIP. 196505141997031003

Any Tsalatul Fitriyah, S.Si., M.Si
NIP. 199006162015032007

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 16 April 2022

Hal: Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Mataram

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, kami berharap bahwa skripsi saudara:

Nama : Mufihatul Uyun
NIM : 170502033
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Merger* Bank Syariah Indonesia terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Nasabah *Ex*-BNI Syariah KC Mataram)

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag
NIP. 196505141997031003

Any Tsalatul Fitriyah, S.Si., M.Si
NIP. 199006162015032007

PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi oleh Muftihatul Uyun, NIM: 170502033 dengan judul “Pengaruh *Merger* Bank Syariah Indonesia terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Nasabah *Ex-Bni* Syariah KC Mataram)” telah dipertahankan di depan dewan penguji Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 15 Juni 2022

Dewan Penguji

Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag
(Ketua Sidang/Pemb. I)

Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si
(Sekertaris Sidang/Pemb. II)

Dewi Sartika Nasution, M.Ec
(Penguji I)

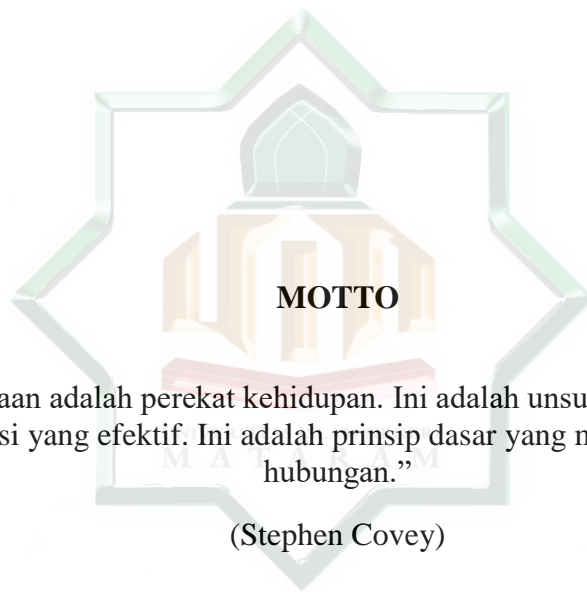
Lalu Suprawan, M.E.I
(Penguji II)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag
NIDP 197111102002121001



MOTTO

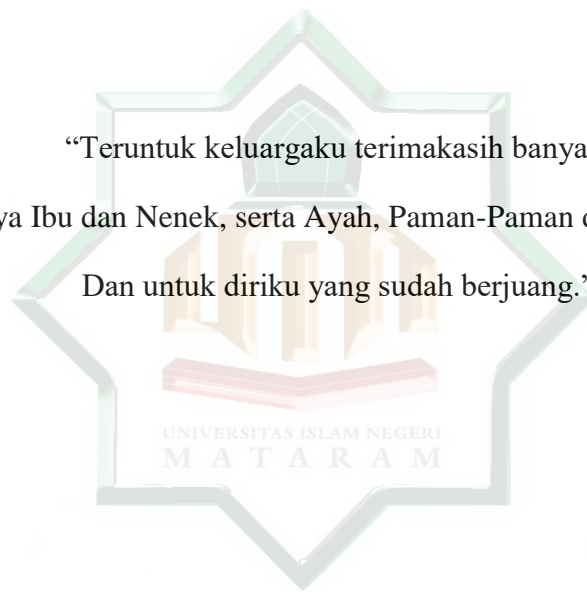
“Kepercayaan adalah perekat kehidupan. Ini adalah unsur terpenting dalam komunikasi yang efektif. Ini adalah prinsip dasar yang memegang semua hubungan.”

(Stephen Covey)

Perpustakaan **UIN Mataram**

PERSEMBAHAN

“Teruntuk keluargaku terimakasih banyak.
Khususnya Ibu dan Nenek, serta Ayah, Paman-Paman dan Bibi-Bibiku.
Dan untuk diriku yang sudah berjuang.”



Perpustakaan **UIN Mataram**

KATA PENGANTAR

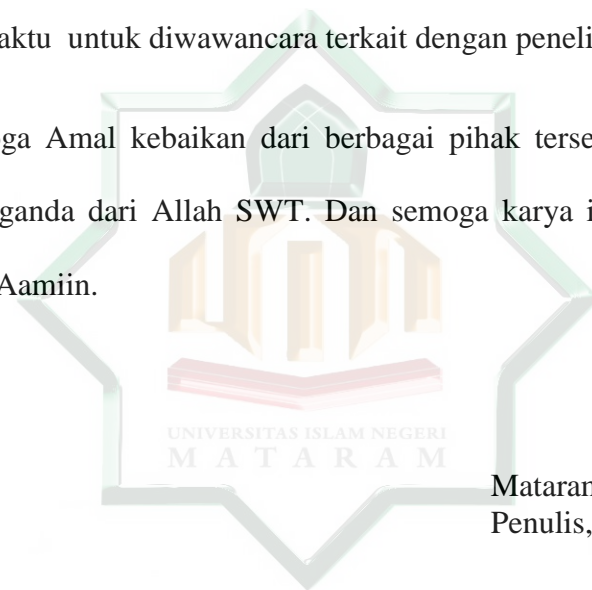
Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag. sebagai Pembimbing I dan Any Tsalasatul Fitriyah, S.Si., M.Si. sebagai Pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail terusmenerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai;
2. Dr. Sanurdi, M.SI. sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Imronjana Syapriatama, M.SEI. sebagai Sekertaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Prof. Dr. H. Masnun, M. Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.

5. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, nasehat, dan bimbingan selama menuntut ilmu di UIN Mataram.
6. Teruntuk keluargaku terimakasih banyak. Khususnya Ibu dan Nenek, serta Ayah, Paman-Paman dan Bibi-Bibiku.
7. Dan terimakasih kepada Nasabah *ex*-BNI Syariah yang menyempatkan diri dan memberi waktu untuk diwawancara terkait dengan penelitian ini.

Semoga Amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat-ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Aamiin.



Mataram, 15 Juni 2022
Penulis,

Perpustakaan UIN Mataram

Muftihatul Uyun
NIM. 170502033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
NOTA DINAS PEMBIMBINGAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teori	6
1. <i>Merger</i>	6
a. Definisi <i>Merger</i>	7
b. Keunggulan dan Kelemahan <i>Merger</i>	9
c. Tipe <i>Merger</i>	10
d. Motif dan Alasan <i>Merger</i>	11
e. Perlindungan Para Pihak dalam <i>Merger</i> Bank	16
2. Kepercayaan Nasabah	18
a. Pengertian Kepercayaan	18
b. Elemen-Elemen Penting dari Kepercayaan	20
c. Komponen-Komponen Kepercayaan	20

B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Berpikir	25
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Populasi dan Sampel	27
C. Ruang lingkup dan <i>Setting</i> Penelitian	29
D. Variabel Penelitian	29
E. Desain Penelitian	30
F. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian	30
G. Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian	31
H. Teknik Analisis Data	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reabilitas	33
3. Uji Regresi Linear Sederhana	33
4. Uji Hipotesis	34
a. Uji Signifikan Parsial atau Uji T	34
b. Uji Simultan atau Uji F	35
c. Koefisien Determinan R^2 (uji <i>R square</i>)	35
5. Uji Normalitas	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum <i>Merger</i> Bank Syariah Indonesia	37
B. Karakteristik Responden	40
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	41
2. Berdasarkan Usia	41
3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
C. Analisis Data dan Interpretasi Data	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reabilitas	44
3. Uji Regresi Linear Sederhana	45
4. Uji Hipotesis	46
a. Uji Signifikan Parsial atau Uji T	46
b. Uji Simultan atau Uji F	47
c. Koefisien Determinan R^2 (uji <i>R square</i>)	47
5. Uji Normalitas	48
D. Pembahasan	51
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55

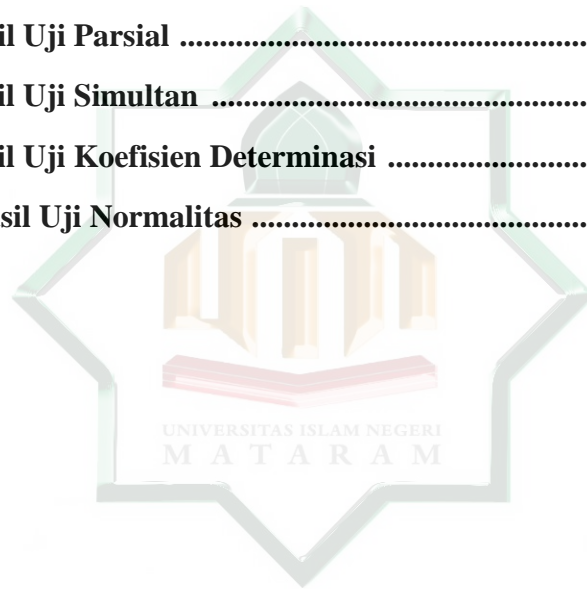
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	61
CURRICULUM VITAE	79



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.5 Hasil uji Reabilitas	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Linear Sederhana	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	49



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	50
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal Probability Plot</i> Uji Normalitas	50



Perpustakaan **UIN Mataram**

**Pengaruh *Merger* Bank Syariah Indonesia terhadap Tingkat Kepercayaan
Nasabah (Studi Kasus Nasabah *Ex*-BNI Syariah KC Mataram)**

Oleh:

**Muftihatul Uyun
170502033**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah (studi kasus nasabah *ex*-BNI Syariah KC Mataram). Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah *ex*-BNI Syariah KC Mataram dengan sampel sebanyak 100 nasabah yang ditetapkan dengan menggunakan rumus slovin. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan angket yang disebarikan kepada 100 nasabah. Hasil uji analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel *merger* memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan nasabah *ex*-BNI Syariah KC Mataram sebesar 0,263. Pengaruh *merger* terhadap tingkat kepercayaan nasabah dapat dilihat dari hasil koefisien regresi linear sederhana sebesar 0,263 yang berarti jika variabel tingkat *merger* menunjukkan kenaikan sebesar 1% maka jumlah kenaikannya yaitu 0,263%. Penelitian ini memiliki nilai determinasi (R^2) sebesar 0,071, artinya kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 71%, sedangkan sisanya (100% - 71% = 29%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak di teliti. Hasil uji t (parsial) menunjukkan nilai sebesar 2,735 dan variabel *merger* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

Kata Kunci: *Merger*, Nasabah, Kepercayaan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank berdasarkan syariah adalah lembaga perbankan yang sistem operasinya berdasarkan syariah islam. Dalam operasi bank islam menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan tuntutan syariah islam, tidak menggunakan bunga. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang sebagaimana dimaksud, Bank syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Bank syariah akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepercayaan bagi nasabah. Terciptanya kepercayaan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya memberikan kesan yang baik bagi nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga

¹ Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan syariah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

perantara, bank mendasarkan kegiatan usahanya pada kepercayaan masyarakat. Maka bank juga disebut sebagai lembaga kepercayaan masyarakat (*agent of trust*). Selain itu bank juga berfungsi bagi pembangunan perekonomian nasional (*agent of development*) dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional.²

Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut. Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah karena pada dunia perbankan kepercayaan adalah faktor yang sangat penting. Melalui kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap bank maka bank dapat menghimpun loyal terhadap bank tersebut.³

Dilihat dari karakter Bangsa Indonesia yang memiliki jumlah rakyat yang mayoritas muslim, maka bisa disimpulkan bahwa negara Indonesia memberikan solusi terbaik dengan membentuk bank syariah sebagai bank pilihan bagi umat muslim khususnya dan rakyat Indonesia pada umumnya untuk melakukan transaksi perbankan secara syaria'i.

Namun setelah dilakukan *review* oleh pemerintah, maka perkembangan bank-bank syariah yang telah dibentuk dengan tujuan memberikan kontribusi yang baik dari segi ekonomi rakyat Indonesia umumnya dan umat muslim khususnya belum mencapai target yang

² Hasibuan, S.P Melayu, *Manajemen Sumberdaya Manusia, Edisi Revisi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 25.

³ Endang Tri Wahyuni, "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah", *jurnal perbankan*. Vol. 4, Nomor 2, hlm. 684-685.

signifikan, sehingga pemerintah mengambil kebijakan untuk dilakukan *merger* (penggabungan) dari bank-bank syariah tersebut.

Merger didefinisikan oleh Pringle dan Harris “*Merger is a combination of two or more firm in which one company survives under its own name while any others cease to exist as legal entities*”. Jadi pada dasarnya *merger* adalah suatu keputusan untuk mengkombinasikan/menggabungkan dua atau lebih perusahaan menjadi satu perusahaan baru. Dalam konteks bisnis, *merger* adalah suatu transaksi yang menggabungkan beberapa unit ekonomi menjadi satu unit ekonomi yang baru.

Proses *merger* umumnya memakan waktu yang cukup lama, karena masing-masing pihak perlu melakukan negosiasi, baik terhadap aspek-aspek permodalan maupun aspek manajemen, sumber daya manusia serta aspek hukum dari perusahaan yang baru tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati dengan judul Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga cabang Denpasar (studi komparasi sebelum dan setelah *merger*) menunjukkan bahwa *Merger* bank menjadi satu nama baru tentunya juga berdampak positif/negatif terhadap perilaku nasabah yang sebelumnya menjadi nasabah pada masing-masing bank. Hal ini setidaknya berdampak pada tingkat keyakinan dan kepercayaan nasabah terhadap munculnya bank hasil *merger*. *Merger* bank memang berpotensi meningkatkan kekayaan pemilik bank, meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasi, mengurangi risiko, dan meningkatkan kekuatan pasar. Disamping itu para nasabah masing

masing yang melakukan *merger* akan mulai menilai apakah dengan penyatuan bank tersebut akan meningkatkan kualitas layanan atau sebaliknya. Karena dari sisi kepercayaan nasabah, bank yang melakukan *merger* akan berusaha untuk membangun persepsi para nasabah dari masing-masing bank yang menyatu tersebut. Harapan terhadap kualitas jasa yang semakin baik tentunya menjadi tuntutan nasabah dengan adanya penyatuan bank.⁴

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Ex-BNI Syariah KC Mataram)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah?

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian ini, peneliti menganggap perlu membatasi masalah yang akan diteliti. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti yang terkait dengan pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepuasan nasabah.

⁴ I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati, “*Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga cabang Denpasar (studi komparasi sebelum dan setelah merger)*”, *jurnal*, Vol. 6, Nomor 2, 2013.

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, terutama pengetahuan tentang pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

b. Manfaat secara praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan, masukan atau saran bagi Bank Syariah Indonesia. Sebagai masukan untuk karyawan agar lebih memperhatikan nasabah untuk mendapatkan tingkat kepercayaan nasabah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Merger*

Perkembangan *merger* dalam sejarah mengalami pasang surut. Namun, pasang surutnya *merger* mempunyai korelasi positif dengan pasang surutnya bisnis di negara yang bersangkutan. Artinya, pada saat keadaan bisnis dan ekonomi suatu negara sedang *booming*, maka pada prinsipnya *merger* pun banyak dilakukan. Sebaliknya, pada saat ekonomi dalam keadaan resesi, maka kegiatan *merger* pun menurun. Hal ini adalah wajar karena *merger* dipandang sebagai salah satu cara memperluas usaha yang tentu memerlukan *cost* dan modal dimana *cost* dan modal tersebut segan dikeluarkan orang jika prospek bisnis ditempat tersebut tidak baik.⁵

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 Perseroan Terbatas (UUPT) merupakan tonggak sejarah hukum tentang *merger*. Hal ini disebabkan Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas tersebutlah yang mulai mengatur *merger* yang lumayan komprehensif di tingkat undang-undang. Sebelumnya ada pengaturan *merger*, hal tersebut baru bersifat sektoral dan level pengaturannya pun masih ada pada tingkat dibawah undang-undang. Oleh karena itu, sejarah hukum tentang *merger* dari

⁵ Munir Fuady, *Hukum Tentang Merger (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007)*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2008), hlm. 13.

perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat dibagi kedalam dua periode, yaitu Periode Pra-UUPT dan Periode Pasca-UUPT.⁶

Penggabungan bank merupakan dampak globalisasi yang membuat perusahaan mengembangkan strategis agar tetap dapat mengikuti persaingan usaha. Strategis yang dikembangkan oleh bank dapat dilakukan melalui dua cara yaitu secara internal maupun eksternal. Secara internal dapat dilaksanakan dengan mengembangkan perusahaan dari dalam seperti peningkatan kapasitas produksi, efisiensi biaya atau mencari pasar baru. Sedangkan strategi eksternal adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan menggabungkan dua perusahaan atau lebih yang sebut dengan *merger*.⁷

Alasan utama mengapa bank-bank melakukan *merger* yaitu untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Karena untuk *merger* ini berlaku rumus $2+2=5$. Kelebihan satu poin ini disebabkan adanya tambahan sinergi dari perusahaan-perusahaan yang *merger* tersebut.⁸

a. Definisi *Merger*

Merger berasal dari bahasa latin “*mergerer*” yang berarti bergabung, bersama, menyatu, berkombinasi dan menyebabkan hilangnya karena terserap atau tertelan sesuatu. *Merger* merupakan suatu proses di dalam pengambil alihan yang dilakukan suatu

⁶ *Ibid*, hlm. 19.

⁷ Margaretha Seliana Dewi, Aditia Trihastuti, *Penilaian Kualitas Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Antara Sebelum dan Sesudah Merger Bank Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri TBK*, *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, Vol. 1, Nomor 1, 2016, hlm. 22.

⁸ Munir Fuady, *Hukum Tentang Merger (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007)*, (Bandung: PT CITRA ADITYA BAKTI, 2008), hlm. 165.

perusahaan terhadap seluruh operasi dari entitas usaha lain yang mana entitas yang sudah diambilalih itu akan dibubarkan.⁹

Menurut Sartono *merger* adalah kombinasi antara dua atau lebih perusahaan yang melebur menjadi satu perusahaan baru. *Merger* biasa digunakan dalam perusahaan sebagai proses penggabungan suatu usaha. *Merger* dapat dilakukan baik secara internal maupun eksternal. *Merger* internal terjadi ketika perusahaan sasaran berada dalam satu kepemilikan group yang sama sedangkan *merger* eksternal terjadi ketika perusahaan sasaran berada dalam group kepemilikan yang berbeda.¹⁰

Dalam strategi bisnis *merger* didefinisikan oleh Hitt sebagai sebuah strategi dimana dua perusahaan setuju untuk menyatukan kegiatan operasionalnya dengan basis yang relatif seimbang, karena mereka memiliki sumber daya dan kapabilitas yang secara bersama-sama dapat menciptakan keunggulan kompeteti yang lebih kuat.¹¹

Lebih lanjut Sudarsanam mengatakan bahwa dalam *merger* perusahaan-perusahaan yang menggabungkan dan membagi sumber data yang mereka miliki untuk mencapai tujuan bersama, dan para pemegang saham dari perusahaan-perusahaan yang bergabung

⁹ Floyd A. Beams, *Akuntansi Keuangan Lanjutan Di Indonesia*, terj. Amir Abadi Yusuf, (Jakarta: Salembang Empat, 2000), hlm. 36.

¹⁰ Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, edisi ke empat, (Yogyakarta: BEF, 2001), hlm. 365.

¹¹ Michael A. Hitt, dkk, *Manajemen Strategi*, terj. Tim Salemba Empat, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 295.

tersebut seringkali tetap dalam posisi pemilik bersama entitas yang digabungkan.¹²

b. Keunggulan dan Kelemahan *Merger*

Menurut Moin alasan mengapa perusahaan mau melakukan merger adalah karena mereka mengetahui bahwa merger memiliki keunggulan dan manfaat, yaitu:¹³

- 1) Mendapatkan *cashflow* dengan cepat (karena produk dan pasar sudah diketahui secara jelas)
- 2) Memperoleh kemudahan pembiayaan karena kreditor lebih percaya dengan perusahaan yang telah berdiri dan mapan
- 3) Memperoleh karyawan yang berpengalaman
- 4) Mengurangi resiko kegagalan bisnis
- 5) Menghemat waktu untuk memasuki bisnis baru
- 6) Memperoleh infrastruktur untuk mencapai pertumbuhan yang lebih cepat.

Namun *merger* juga memiliki kelemahan, yaitu:

- 1) Proses integritasnya tidak mudah
- 2) Meningkatnya kompleksitas birokrasi
- 3) Kesulitan menentukan nilai perusahaan target secara akurat
- 4) Tidak selalu menjamin peningkatan nilai perusahaan
- 5) Tidak menjamin peningkatan kemakmuran pemegang saham.

¹² P.S. sudarsanam, *Merger dan Akuisisi*, (Yogyakarta: ANDI, 1999), hlm. 1.

¹³ Abdul Moin, *Merger, Akuisisi dan Divestasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm. 52.

Merger tidak hanya memberikan dampak signifikan terhadap lingkungan internal mikro perusahaan melainkan juga terhadap lingkungan makro ekonomi. Pada umumnya *merger* memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap terhadap *stakeholder* (pemegang saham, karyawan, direksi atau manajemen, *supplier*, konsumen, kreditor, pesaing, dan masyarakat).

c. Tipe *Merger*

Moin mengklasifikasikan *merger* berdasarkan aktivitas ekonominya menjadi lima tipe:¹⁴

1) *Merger* Horizontal

Merger antara dua atau lebih perusahaan yang bergerak dalam industri yang sama, sebelum dilakukan *merger* awalnya perusahaan-perusahaan ini saling bersaing satu sama lain pada pasar atau industri yang sama.

2) *Merger* Vertikal

Integrasi yang melibatkan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam tahapan-tahapan proses produksi atau operasi, *merger* vertikal ini dilakukan jika perusahaan berada diindustri hulu menuju hilir atau sebaliknya. *Merger* vertikal biasanya dilakukan untuk mengintegrasikan usaha terhadap pemasok dan pengguna produk demi stabilisasi pasokan dan pengguna.

3) *Merger* Konglomerat

¹⁴ *Ibid*, hlm. 54.

Merger dua atau lebih perusahaan yang masing-masing bergerak dalam industri yang saling tidak berkaitan, *merger* konglomerat ini dapat terjadi jika perusahaan berusaha untuk mendiversifikasi bidang bisnisnya dengan cara memasuki bidang bisnis yang berbeda sama sekali dengan bidang bisnis semulanya.

4) *Merger* Ekstensi Pasar

Merger yang dilakukan dua atau lebih perusahaan untuk secara bersama-sama memperluas area pasar, *merger* ini memiliki tujuan utama untuk memperkuat jaringan pemasar bagi produk tiap perusahaan karena target ekstensi pasar ini biasanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lintas negara upaya ekspansi dan penetrasi pasar.

5) *Merger* Ekstensi Produk

Merger yang dilakukan oleh dua perusahaan untuk memperluas lini produk masing-masing perusahaan sehingga perusahaan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

d. **Motif dan Alasan *Merger***

Motif utama perusahaan melakukan *merger* menurut Brigham dan Houston adalah sinergi, pertimbangan pajak, pembelian aktivitas dibawah pengantiannya, diversifikasi, insentif pribadi manajer, nilai residual.¹⁵ Selain dari beberapa motif tersebut, Sinuraya juga mengemukakan alasan-alasan dilakukannya *merger*. Alasan-

¹⁵ Eugene F. Brigham dan J. Houston, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, terj. Tim Salemba Empat (Jakarta: Salemba Empat, 2004), cet. Ke-10, hlm. 201.

alasan tersebut mungkin tidak *mutually exclusive* tetapi dipertimbangkan bersama-sama yaitu untuk bisa beropersai dengan lebih ekonomis, memperoleh manajemen yang lebih baik, penghematan pajak yang belum dimanfaatkan, untuk memanfaatkan dana yang menganggur.¹⁶ *Merger* merupakan suatu kegiatan penggabungan usaha yang banyak dilakukan oleh perusahaan dalam negeri maupun luar negeri.¹⁷

Moin berpendapat secara garis besarnya motif *merger* adalah:¹⁸

1) Motif Ekonomi

Esensi dari tujuan perusahaan pada prespektif manajemen keuangan adalah seberapa besa perusahaan mampu menciptakan *value creation* bagi perusahaan dan pemegang saham. *Merger* memiliki motif ekonomi yang tujuan jangka panjangnya untuk mencapai peningkata nilai. Untuk mewujudkannya maka seluruh aktivitas dan pengambilan keputusan perusahaan harus diarahkan untuk mecapai tujuan tersebut.

2) Motif Sinergi

Sinergi yang berasal dari bahasa latin *synergos* yang memiliki arti bekeja sama, dalam konteks merger diartikan sebagai

¹⁶ Murthada Sinuraya, *seri Teori Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1999), hlm. 41.

¹⁷ Payamta dan Setiawan, “*Analisis Pengaruh Keputusan Merger dan Akusisi terhadap Perubahan Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia*”, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 7, Nomor 3, 2004, hlm. 245.

¹⁸ Abdul Moin, *Merger, Akusisi dan Divestasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm. 56.

hasil ekstra yang diperoleh jika dua perusahaan atau lebih melakukan kombinasi bisnis. Salah satu motivasi perusahaan melakukan merger adalah untuk menciptakan sinergi, karena sinergi ini tidak dapat diperoleh jika perusahaan bekerja terpisah. Sinergi memiliki beberapa bentuk yaitu; sinergi operasi (ketika perusahaan hasil kombinasi mampu mencapai efisiensi biaya dengan cara memanfaatkan sumber daya perusahaan secara optimal), sinergi finansial (ketika perusahaan hasil merger memiliki struktur modal yang kuat yang dapat menurunkan biaya modal perusahaan), sinergi manajerial (ketika terjadi transfer kapabilitas manajerial dan *skill*), sinergi teknologi dan sinergi pemasaran.

3) Motif Diversifikasi

Strategi pemberagaman bisnis yang bertujuan untuk mendukung aktivitas bisnis dan operasi perusahaan untuk mengamankan atau menguatkan posisi bersaing. Selain memberikan manfaat diversifikasi juga dapat memberikan kerugian berupa subsidi silang.

4) Motif Non-Ekonomi

Motif yang berasal dari kepentingan personal ini baik dari manajemen perusahaan atau dari pemilik perusahaan juga memiliki motif lain, yaitu kepentingan pribadi eksekutif perusahaan dan ambisi untuk membangun kerajaan bisnis untuk dapat menguasai berbagai sektor industri.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menjelaskan alasan-alasan *merger* baik dari sisi keunggulan maupun kelemahannya. Alasan dilakukannya *merger* diuraikan menggunakan konsep dari berbagai aliran pemikiran, yaitu:¹⁹

1. *Industrial Organization Economics (IO Economics)*

IO Economics memiliki dua pemikiran yaitu, pertama *the market power school* yang mana menjelaskan bahwa *merger* dilakukan atas dasar motif *monopoly* namun penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa *merger* tidak lagi menjadi alasan utama melakukan *merger*. Kedua, *the efficiency school* menjelaskan alasan utama melakukan *merger* adalah ekspansi pasar.

2. *Financial Theory*

Teori keuangan ini menjelaskan *merger* dilakukan untuk mendiversifikasi resiko, namun pandangan tersebut telah berubah dengan adanya keyakinan bahwa penurunan resiko dengan diversifikasi tidak lagi bernilai bagi investor.

3. *Managerial Economics*

Managerial economics menggunakan teori keagenan untuk menjelaskan teori ini. Manajer memiliki kebebasan sesuai dengan kebijaksanannya pada perusahaan publik, yang mereka dapat menggunakan untuk kepentingan sendiri. Terjadinya *merger*

¹⁹ Muhammad Syaicu, *Merger dan Akuisisi : Alternatif Meningkatkan Kesejahteraan Pemegang Saham, Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 3, Nomor 2, 2006, hlm. 60.

diakibatkan para manajer punjak menginginkan bertambahnya pengaruh, kekuasaan, prestise dan status.

4. *Strategic Management*

Penelitian ini menfokuskan *merger* sebagai cara untuk meningkatkan kinerja. Penelitian ini menfokuskan pada pentingnya *merger* sebagai cara untuk meningkatkan kinerja. Penelitian ini menfokuskan konsekuensi strategi *merger* yang tidak menguntungkan, seperti adanya penurunan untuk mengembangkan kemampuan-kemampuan inovasi.

Penggabungan bank dilakukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan namun selain itu ada alasan lain yang mendorong bank untuk melakukan *merger* dengan bank lain, yaitu:²⁰

1. Pertumbuhan atau diverifikasi yang umumnya dikarenakan untuk mendapatkan pertumbuhan yang cepat.
2. Senergi yang diharapkan dapat menghasilkan skala ekonomi untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar.
3. Meningkatkan daya pinjam perusahaan.
4. Ingin menambah keterampilan dan mengembangkan teknologinya.
5. Dengan *merger* diharapkan dapat menutupi kerugian pajak dan dapat meningkatkan pendapatan.
6. Meningkatkan likuiditas pemilik, karena assumsinya bahwa dengan bergabungnya beberapa perusahaan akan menghasilkan sahan yang

²⁰ Indriatmini Neogroho, *Merger Merupakan Tantangan atau Peluang Bagi Perekonomian Indonesia*, *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 2, Nomor 3, 2017, hlm. 547.

likuid dari pada perusahaan yang terpisah atau kecil dan kemudian untuk melindungi diri dari pengambilalihan akibat hutang perusahaan karena beban hutang ini, kewajiban perusahaan menjadi terlalu tinggi ditanggung oleh bidang perusahaan yang berminat.

e. Perlindungan Para Pihak dalam Merger Bank

Perlindungan hukum terhadap nasabah, Marulak Pardede mengungkapkan bahwa dalam sistem perbankan Indonesia, mengenai perlindungan terhadap nasabah penyimpan dana dapat dilakukan melalui dua cara yaitu:²¹ Perlindungan secara implisit (*implicit deposit protection*), Perlindungan secara eksplisit (*explicit deposit protection*). Dari cara perlindungan terhadap nasabah tersebut menjadi dua sub-indikator dari indikator *merger* yaitu pengetahuan, dimana pengetahuan ini mencangkup tentang persepsi nasabah tentang perlindungan para pihak dalam *merger* Bank Syariah Indonesia.

Kepentingan para nasabah penyimpan dana merupakan suatu hal yang penting dalam pembahasan ini.²² Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, hal ini dijamin oleh Pasal 126 ayat 1 UUPT yang menentukan bahwa perbuatan hukum penggabungan, pengambilalihan, atau pemisahan wajib memperhatikan kepentingan; a) Perseroan, pemegang saham minoritas, karyawan Perseroan; b) kreditor dan mitra usaha lainnya dari Perseroan; dan c) masyarakat dan persaingan sehat dalam melakukan usaha. Pada pasal 123 ayat 4

²¹ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana media Group, 2008). Hlm. 133

²² Andrian Sutedi, *Hukum Perbankan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), hlm. 124.

UUPT, bagi perusahaan tertentu yang akan melakukan penggabungan harus mendapat persetujuan dari instansi terkait. Perusahaan tertentu adalah perusahaan yang memiliki bidang usaha khusus, antara lain lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Dan yang dimaksud dengan instansi terkait adalah OJK untuk penggabungan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan.

Setiap perbuatan hukum yang dilakukan oleh subjek hukum akan menimbulkan akibat hukum tertentu bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini akibat hukum dari penggabungan (merger) perseroan terhadap keberadaan perseroan terbatas yang diambil alih adalah karena hukum (Pasal 122 ayat 1 dan ayat 2 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas). Maka bagi pemegang saham Perseroan Terbatas yang menggabungkan diri hanya berhak memiliki saham terbatas dari perseroan gabungan tersebut.

Secara hukum, perjanjian penyaluran dana dapat secara otomatis menjadi milik atau berlanjut pada bank penerima merger (*survivor*). Demikian pula pasiva, baik berupa modal maupun dana pihak ketiga lainnya sebagai simpanan atau tabungan dan deposito serta rekening pasiva lainnya menjadi hak bank hasil merger.

Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 Pasal 1 ayat 1 menyatakan, penggabungan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu badan usaha atau lebih untuk menggabungkan diri

dengan badan usaha lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari badan usaha yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada badan usaha yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan usaha yang menggabungkan berahir karena hukum.

2. Kepercayaan Nasabah

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Morgan dan Hunt dalam Dharmmesta berpendapat bahwa ketika suatu pihak mempunyai keyakinan (*confidence*) bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada trust.²³

Kepercayaan dianggap sebagai hal yang penting untuk menjaga hubungan dan meningkatkan hubungan dan mengurangi persepsi resiko secara efektif. Kepercayaan juga dianggap sebagai pondasi hubungan *inter personal* sebagai persyaratan untuk kerjasama dan sebagai dasar untuk stabilitas hubungan dalam institusi sosial dan pasar.²⁴

²³ Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20, Nomor 3, 2005, hlm. 27

²⁴ Muhammad Nasrullah Yusuf, *Strategi Nilai Jasa dan Kepercayaan Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 98.

Kepercayaan nasabah dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak dipercaya. Kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.²⁵

Kepercayaan nasabah adalah pengetahuan nasabah mengenai obyek, atributnya dan manfaatnya.²⁶ Kepercayaan objek dapat berupa produk, orang perusahaan dan segala sesuatu dimana orang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada nasabah.²⁷

Kepercayaan nasabah dinyatakan sebagai komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan diantara semua pihak yang berkaitan. Melalui kepercayaan yang terbangun diantara berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis memungkinkan, bisnis bisa

²⁵ Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Jurnal ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20, Nomor 3, 2005, hlm. 116.

²⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 165-166.

²⁷ Nurul Widayanti, "Pengaruh Kecerdasan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan", *Jurnal Ekuitas*, Vol.12, 2008, hlm. 74-79.

terjalin dengan lebih insensif mengingat masing-masing pihak memiliki kepercayaan untuk bisa memenuhi tanggung jawabnya.²⁸

b. Elemen-Elemen Penting dari Kepercayaan:²⁹

- 1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu, watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- 2) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- 3) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

c. Komponen-Komponen Kepercayaan:³⁰

- 1) *Kredibilitas*, yang berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya.
- 2) *Reliabilitas*, yang berarti sesuatu yang bersifat *reliable* atau dapat diandalkan.
- 3) *Intimacy* adalah kata yang berhubungan dengan *integritas* yang berarti karyawan yang memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat.

²⁸ Yohana Neysa setyawan dan Edwin Japarianto, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman dan Aksebilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, Nomor 1, 2014, hm. 2.

²⁹ Khusnul khotimah, "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyaltass Nasabah Menabung pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jaya Pura", *Jurnal Manajemen dan Akutansi*, Vol. 4, Nomor 1, 2017, hlm. 1-9.

³⁰ Fasochah, "Analisis Pengaruh kepercayaan dan Kualitass Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Mediasi di RS darul Istiqomah Kaliwungu Kendal", *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol. 2, Nomor 13, 2013, hlm. 22.

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai harapan nasabah bahwa perusahaan penyedia jasa dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi janjinya. Kepercayaan nasabah dibentuk melalui dua bagian, sebagai berikut:

- 1) *Trusting Belief* adalah persepsi pihak yang percaya (nasabah) terhadap pihak yang dipercaya (bank) yang mana perusahaan memiliki karakteristik yang menguntungkan nasabah. Ada beberapa bagian yang membangun *trusting belief*, yaitu: *Benevolence* (keyakinan), *Integrity* (integritas), *Competence* (kompetensi).
- 2) *Trusting Intention* adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang bergantung pada orang lain dalam suatu situasi. Ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain, yaitu: *Willingness to depend* dan *Subjective probability of depend*.³¹

B. Penelitian Terdahulu

1. Suwardi. 2010. Tinjauan problematika merger perbankan. Bertujuan untuk dilakukannya peninjauan *merger* perbankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Indonesia selalu menekankan *merger* antar bank, sehingga perbankan Indonesia membentuk kualifikasi yang mengerucut dengan struktur perbankan sebagai berikut: 2 sampai 3 bank dalam skope internasional dengan modal > Rp. 50 triliun, 20 s/d 30 bank

³¹ Fransisca Andreani, "Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis", *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, Nomor 1, 2015.

skope nasional dengan modal Rp. 10 triliun s/d Rp. 50 triliun, 30 s/d 50 bank yang kegiatan usahanya terfokus pada segmen tertentu sesuai dengan kapabilitas dan kompetensi masing-masing bank dengan modal antara Rp. 100 miliar s/d Rp. 10 triliun, BPR dan bank dengan kegiatan usaha terbatas, modal < Rp. 100 miliar. Persamaan penelitian terletak pada pembahasan tentang merger, dan perbedaannya adalah penulis membahas tentang kepercayaan nasabah pada salah satu bank yang telah di merger sedangkan pada penelitian Suwardi membahas problematika pada merger tersebut.³²

2. Dian Efriyenty. 2020. *Analysis of financial rations before and after merger PT. Cimb Niaga Tbk.* Tujuan penelitian ini untuk mengetahui naik atau turun nilai finansial sebelum dan sesudah merger pada Bank CIMB Niaga. Hasil penelitian menyatakan bahwa perbandingan rasio keuangan FLM cenderung mengalami kenaikan dikarenakan juga LDR naik dimana banyak nasabah yang menyalurkan kredit serta berdampak pada keuntungan perbankan dalam bentuk ROA. Permasalahan atau kendala yang dihadapi sebelum dan sesudah merger, ada beberapa karyawan yang melepaskan sahamnya pada proses merger serta banyaknya peralihan debt dan asset. Persamaan penelitian terletak pada pembahasan tentang merger dan perbedaannya yaitu peneliti meneliti pengaruh merger terhadap kepercayaan nasabah sedangkan penelitian Dian Efriyenty membahas

³² Suwardi, "Tinjauan Problematika Merger Perbankan", *Jurnal*, Vol. 6, Nomor 2, 2010.

keadaan nilai finansial sebelum dan sesudah merger pada Bank CIMB Niaga.³³

3. Wustari L. H. Mangundjaya. 2012. Peran kepercayaan, keterbukaan dan sinergi pada proses integrasi merger dan akuisisi (studi pada perusahaan BUMN). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang berperan pada efektivitas proses integritas pada salah sebuah perusahaan BUMN yang sedang melakukan proses M&A. Metode dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan pengambilan data berdasarkan wawancara, FGD, dan kegiatan pengembangan organisasi melalui pendekatan *Whole System Transformation*. Persamaan penelitian ini terletak pada kepercayaan setelah dilakukannya merger dan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan.³⁴
4. Ajeng Fitriani. 2019. Kepercayaan nasabah terhadap bank syariah (studi kasus BPRS aman syariah sekampung). Bertujuan untuk meneliti tentang kepercayaan nasabah terhadap bank syariah pada BPRS aman syariah sekampung. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pengambilan data berdasarkan wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian yang didapat bahwa Tanggung Jawab sosial (CSR) di Bank Aman Syariah dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah BPRS Aman Syariah terbentuk karena visi misi BPRS Aman Syariah yaitu mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak

³³ Dian Efriyenty, "Analysis of Financial Rtions Before and After Merger PT. CIMB Niaga TBK", *Jurnal Perspektif*, Vol. 4, Nomor 2, 2020, hlm. 130-134.

³⁴ Wustari L.H.Mangundjaya, "Peran Kepercayaan, Keterbukaan dan Sinergi pada Proses Integrasi Merger dan Akuisisi (Studi pada Perusahaan BUMN)", *Proceedings Temu Ilmiah Ikatan Psikologi Sosial*, Vol. 6, Nomor 3, 2012.

hanya menguntungkan kepada nasib namun lebih menekankan kepada usaha, selain itu faktor yang membentuk kepercayaan nasabah terhadap BPRS aman Syariah ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Persamaan terletak pada pembahasan tentang kepercayaan nasabah pada suatu instansi, dan perbedaannya terletak pada metode penelitian.³⁵

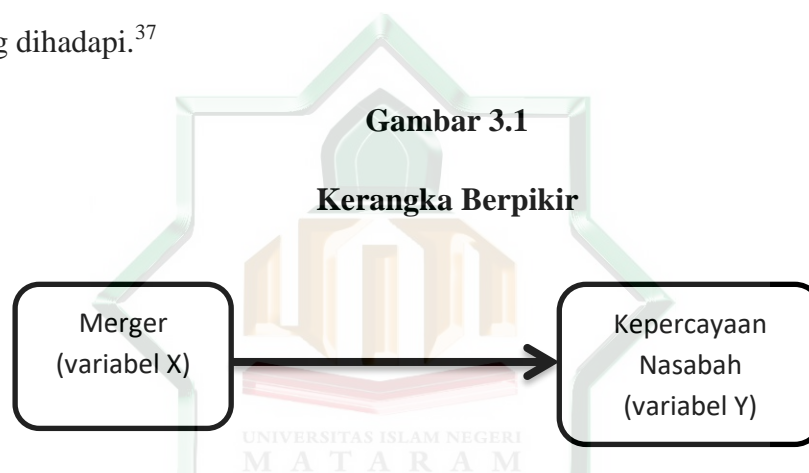
5. Dina Wahyu Normalita. 2018. Pengaruh merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bertujuan untuk menganalisis pengaruh merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar pada perusahaan yang melakukan merger dan akuisisi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio (DER)* *Return On Asset (ROA)* dan *return* saham menunjukkan perbedaan yang signifikan setelah merger dan akuisisi dilakukan. Sementara variabel rasio keuangan lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan pada saat sesudah merger dan akuisisi dilakukan. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan perbedaannya adalah peneliti meneliti tentang merger terhadap tingkat kepercayaan nasabah sedangkan Dina Wahyu

³⁵ Ajeng Fitriani, “Kepercayaan Nasabah terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

Normalita meneliti tentang pengaruh merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar.³⁶

C. Kerangka Berpikir

Menurut Soerdjono Soekamto kerangka berpikir adalah suatu konsep yang berisikan hubungan kausal antara *variable* bebas dengan *variable* terikat dalam rangka memberi jawaban sementara terhadap masalah yang dihadapi.³⁷



Indikator *merger* yaitu pengetahuan nasabah terkait merger (perlindungan hukum dalam merger bank terhadap nasabah) yang dibagi dua: Perlindungan secara implisit (*implicit deposit protection*) dan perlindungan secara eksplisit (*explicit deposit protection*).³⁸ Sedangkan indikator dari kepercayaan nasabah yaitu: Pertama, *trusting belief* yang terdiri dari *benevolence* (keyakinan), *integrity* (integritas), *comppetensce* (kompetensi).

³⁶ Dina Wahyu Normalita, "Pengaruh merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia", (Skripsi, Fakultas Ekonomi, 2018)

³⁷ Soedardjono Soekamto, *Prosedur Peneliiian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1989), hlm. 131.

³⁸ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana media Group, 2008). Hlm. 133

Kedua, *trusting intetion* terdiri dari *wilingness to depen* dan *subjective probability of depen*.³⁹

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sumardi Suryabrata hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.⁴⁰ Hipotesisi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀ : Tidak ada pengaruh merger BSI terhadap tingkat kepercayaan nasabah

H_a : Ada pengaruh merger BSI terhadap tingkat kepercayaan nasabah



Perpustakaan UIN Mataram

³⁹ Fransisca Andreani, "Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis", *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, Nomor 1, 2015.

⁴⁰ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1987), hlm. 21.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, adalah yang didasarkan pada rangkaian kondisi, digunakan untuk meneliti masyarakat dan sampel tertentu, metode pengambilan sampel secara acak, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data kuantitatif dan statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang diberikan.⁴¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. `Lehmann dan Muri Yusuf berpendapat bahwa, deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskriptifkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.⁴²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), hlm. 14.

⁴² Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 62.

kesimpulannya.⁴³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah *Ex-BNI* Syariah yang berjumlah 23.803 jiwa .

2. Sampel

Warwick mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari suatu hal yang luas, khusus dipilih untuk mewakili keseluruhan.⁴⁴ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *convenience random sampling*. Artinya adalah teknik pengambilan sampel dengan pendekatan responden yang mudah ditemui dan mau menjadi narasumber, data itulah yang menjadi rujukan peneliti.⁴⁵ Menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, pendapat Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah elemen/anggota sampel

N = jumlah elemen/anggota populasi

e = *error level* (tingkat kesalahan), catatan: umumnya digunakan 1% atau

0,01, 5 % atau 0,05 dan 10% atau 0,1.⁴⁶

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{23.803}{1+23.803(10\%)^2} = \frac{23.803}{239,03} = 99,5$$

Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 nasabah.

⁴³ Sugiyono, *Metode...*, hlm. 61.

⁴⁴ Muri Yusuf, *Metode...*, hlm. 150.

⁴⁵ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), hlm. 126.

⁴⁶ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 158.

C. Ruang lingkup dan *Setting* Penelitian

1. Rung Lingkup Penelitian

Ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu seputar pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah.

2. *Setting* Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berbentuk pengaruh merger Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah, jadi penelitian ini akan difokuskan pada nasabah *Ex-BNI* Syariah setelah dilakukannya *merger* menjadi Bank Syariah Indonesia.

D. Variabel Penelitian

Menurut Arikunto, variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi suatu titik perhatian dalam penelitian.⁴⁷

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Ditunjukkan dengan simbol X, variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah merger (X).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Dan ditunjukkan dengan simbol Y, variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan Nasabah (Y).

⁴⁷ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 50.

E. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah gambaran secara jelas tentang hubungan antara variabel, pengumpulan data dan analisis data, sehingga dengan desain yang baik, peneliti maupun orang lain yang berkepentingan mempunyai gambaran tentang bagaimana keterkaitan antar variabel, bagaimana mengukurnya.⁴⁸ Dalam penelitian ini, desain penelitian yang digunakan adalah survey.

F. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto, instrumen penelitian adalah sesuatu yang penting dan strategis kedudukannya dalam pelaksanaan penelitian.⁴⁹ Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk yang lengkap dengan jawabannya sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan pengetahuan dan karakteristik dirinya dengan memberikan tanda ceklist.⁵⁰ Dalam angket tertutup pertanyaan atau pernyataan telah memiliki alternatif jawaban (*option*) yang tinggal dipilih oleh responden.⁵¹ Dan dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.⁵²

⁴⁸ Sandu Siyoto & Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 98.

⁴⁹ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Mathode*, (Kuningan: Hidayatul Qur'an Kuningan, 2019), hlm. 73.

⁵⁰ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Jawa Barat: Alfabeta, 2014), hlm. 27.

⁵¹ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016), hlm. 78.

⁵² *Ibid*, hlm. 100.

G. Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁵³ Untuk mendapatkan data yang diperbolehkan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa kuesoener yang diberikan kepada nasabah *Ex-BNI Syariah*. Adapun metode yang di gunakan dalam pengumpulan data ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data primer, sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵⁴ Untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁵
- 2) Data sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁵⁶ Untuk memperoleh data sekunder dalam penelitian ini, peneliti melakukan dokumentasi berupa mengambil gambar responden (jika responden memberi izin). Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar atau karya-karya

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 224.

⁵⁴ *Ibid*, hlm. 137.

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 142.

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 137.

monumental dari seseorang dokumen yang berbentuk karya misalnya seni, yang dapat berupa gambar. Patung, film dan lain-lain.⁵⁷

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas internal dapat dilakukan dengan berkonsultasi atau menggunakan pendapat orang yang ahli dibidangnya (*expert judgement*), menggunakan analisis faktor, atau membandingkan dengan program yang ada dan validitas eksternal dapat dilakukan dengan membandingkan standar yang pernah terjadi.⁵⁸ Rumus korelasi produk moment.⁵⁹

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum X$ = Jumlah skor total variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antar skor X dan Y

$\sum X^2$ = Variabel merger

$\sum Y^2$ = Variabel kepercayaan Nasabah

N = Jumlah sampel.⁶⁰

⁵⁷ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 90.

⁵⁸ Zainatul Mufarrikoh, *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji validasi)*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 18.

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 317.

⁶⁰ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1992), hlm. 206.

Kriteria uji: Tolak H_0 jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, terima H_0 jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan konsistensi pemahaman responden terhadap instrumen pada variabel. Dalam hal ini, penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrumen, peneliti menggunakan rumus *cronbachs alpa* sebagai berikut.⁶¹

$$r_a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

Keterangan:

r_a = Koefisien reliabilitas variabel

k = Banyaknya indikator/item

s_i^2 = Varians pada masing-masing item

s^2 = Varians skor responden

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana yang berguna untuk menguji antara variabel terikat (X) terhadap variabel bebas (Y). Berikut rumus tahapan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut.⁶²

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel responden atau variabel akibat (*dependent*)

⁶¹ Zainatul Mufarrikoh, *Statistika...*, hlm. 18.

⁶² Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 261.

a = Harga Y ketika harga $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel *dependent* yang didasarkan pada perubahan variabel *independent*.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Selain itu nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut.⁶³

$$a = \frac{(\sum X_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial atau Uji T

Uji signifikan parsial digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.⁶⁴ Rumusan hipotesisnya:

$H_0 : \alpha = 0$ (tidak ada pengaruh antar variabel X terhadap Y)

$H_0 : \alpha \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

- 1) Jika $\alpha > 5\%$ maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) atau H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

⁶³ *Ibid*, hlm. 262.

⁶⁴ Suharyadi, *Statistika...*, hlm. 228.

- 2) Jika $\alpha < 5\%$ maka keputusan adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan atau Uji F

Uji F atau uji global digunakan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (X), dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat (Y). Uji global juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol.⁶⁵ Rumusan hipotesisnya:

$H_0 : \alpha = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

$H_a : \alpha \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

- 1) Jika $\alpha > 5\%$ maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0).
- 2) Jika $\alpha < 5\%$ maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0).

c. Koefisien Determinan R^2 (uji R square)

R square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persen, yang artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2)

⁶⁵ *Ibid*, hlm. 225.

merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.⁶⁶

Nilai R^2 akan berkisar dari 0 sampai 1. Apabila $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas X menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterapkan oleh varians bebas dari persamaan regresi X.

5. Uji Normalitas

Menurut Ghozali uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.⁶⁷ Berikut ini rumus yang digunakan pada uji normalitas adalah:⁶⁸

$$Z = \frac{(X_i - \bar{X})}{s}$$

Keterangan:

Z = Simpangan baku

X_i = Data ke i dari suatu kelompok data

\bar{X} = Rata-rata kelompok

s = Simpangan baku

⁶⁶ Suharyadi dan Purwanto S.K, *statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 217.

⁶⁷ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hlm. 19.

⁶⁸ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 77.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Merger Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dana pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun.⁶⁹

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah menjadidi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI).⁷⁰ Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah

⁶⁹ Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI). <https://www.bankbsi.co.id/>. Diakses pada: Senin, 18 Maret 2022.

⁷⁰ *Ibid.*

melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.⁷¹

Penggabungan usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan ataupun perseroan mempunyai alasan sendiri bagi perusahaan yang melakukan penggabungan. Begitu pula penggabungan bank yang dilakukan oleh BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BNI Syariah yang menjadi Bank Syariah Indonesia juga memiliki alasan tersendiri. Dalam Ringkasan Rancangan Gabungan Antara ketiga bank tersebut pelaksanaan *merger* bank syariah BUMN memiliki beberapa alasan, yaitu:⁷²

1. Dengan pelaksanaan *merger* bank syariah BUMN lebih efisiensi dalam penggalangan dana, operasional. Pembiayaan, dan belanja.
2. *Merger* bank syariah BUMN membuktikan bank syariah memiliki prospek yang cerah dan perbankan syariah mampu bertahan ditengah pengaruh pandemi covid-19.
3. Aset yang dimiliki bank syariah BUMN makin besar dan kuat.

⁷¹ *Ibid.*

⁷² Lida Puspaningtyas, “Tujuh Alasan Penting Merger Bank Syariah BUMN”, diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qi6gay440/7-alasan-pentingnya-merger-bank-syariah-bumn> pada tanggal 14 Desember 2021.

4. Bank hasil *merger* memiliki potensi menjadi 10 bank syariah teratas secara global berdasarkan kapitalis pasar.
5. Bank BUMN hasil *merger* akan memiliki produk yang lengkap.
6. Pelaksanaan *merger* tidak hanya menjadi upaya dan komitmen pengembangan ekonomi syariah namun juga menjadi pilar baru kekuatan ekonomi nasional, mendorong Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah global.
7. *Merger* memudahkan akses semua kalangan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan jasa keuangan yang sesuai prinsip-prinsip syariah.

Negara Republik Indonesia mempunyai komposisi penduduk muslim yang cukup tinggi. Meskipun demikian tingkat penetrasi syariah dengan aset perbankan secara umum di Indonesia pada tahun 2019 masih cukup rendah, yaitu 8%. Penetrasi aset syariah negara Indonesia tergolong rendah dibandingkan dengan negara-negara lain yang mempunyai penduduk muslim yang tinggi sama seperti Indonesia seperti negara Malaysia, Kuwait, Burnei dan Saudi Arabia yang rata-rata di atas 50%. Hal ini mendorong OJK membentuk suatu bank syariah yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan penetrasi aset syariah di negara Indonesia.⁷³

OJK mempunyai alasan lain melakukan *merger* pada bank syariah BUMN yaitu selain meningkatkan penetrasi aset syariah, OJK juga belum

⁷³ Berdasarkan Persetujuan dari Menteri Hukum dan HAM pada tanggal 21 Oktober 2020, dari rancangan penggabungan BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.

menemukan bank syariah Indonesia yang memiliki kemampuan baik dari segi finansial maupun teknologi untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan meraih pangsa pasar⁷⁴ syariah yang saat ini belum terjamaah, khususnya pangsa pasar yang dapat diraih hanya oleh bank yang memiliki skala besar.⁷⁵

Untuk menjangkau skala yang besar bank juga harus memiliki pangsa pasar yang besar pula agar dapat mengimbangi kebutuhan nasabah yang semakin banyak. Dengan *merger* Bank Syariah Indonesia maka akan membentuk daya saing yang cukup tinggi dan ragam produk keuangan yang semakin berkembang dapat menjangkau nasabah lebih luas lagi sehingga dapat bersaing secara global dengan 10 bank syariah terbesar di dunia.⁷⁶

Selain itu OJK melakukan *merger* pada bank BUMN juga sejalan dengan upaya pemeritahan mewujudkan ekosistem hal, dimana dengan adanya bank syariah dengan skala yang besar akan dapat menjadi pilar penting dalam menyukseskan integrasi keuangan syariah di Indonesia.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah *ex-BNI* Syariah berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir.

⁷⁴ Pangsa pasar adalah suatu bagian atas semua permintaan yang menggambarkan golongan pelanggan berdasarkan ciri-ciri tertentu.

⁷⁵ Rancangan Penggabungan, hlm. 2.

⁷⁶ *Ibid.*

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid Laki-Laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden adalah perempuan dengan jumlah 52 orang atau 52%, sedangkan laki-laki berjumlah 48 orang atau 48%. Dapat disimpulkan bahwa nasabah yang menjadi responden berdominan perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Dari penelitian mengenai usia berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada 100 nasabah *ex*-BNI Syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid 18-25 tahun	37	37%
26-32 tahun	25	25%
33-38 tahun	19	19%
>38 tahun	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, sebagian besar responden berusia 18-25 tahun dengan jumlah 37 orang atau 37%, usia 26-32 tahun berjumlah 25 orang atau 25%, usia 33-38 tahun dan >38 tahun mempunyai jumlah yang sama yaitu 19 orang atau 19%. Disimpulkan bahwa responden yang berusia 18-25 tahun lebih mendominan, selanjutnya disusul oleh responden yang berusia 26-32 tahun kemudian responden berusia 33-38 tahun dan >38 tahun dengan jumlah yang sama.

3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A **Pendidikan Terakhir**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	MA/SMA/SMK	48	48%
	D3	23	23%
	S1	29	29%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebagian besar pendidikan terakhir responden adalah MA/SMA/SMK berjumlah 48 orang atau 48%, lulusan D3 berjumlah 23 orang atau 23% dan lulusan S1 berjumlah 29 orang atau 29%. Dapat disimpulkan responden yang berpendidikan terakhir MA/SMA/SMK yang mendominan, kedua yaitu lulusan S1 dan yang ketiga lulusan D3.

C. Analisis Data dan Interpretasi Data

1. Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian dengan 20 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: tingkat kepercayaan = 95% ($\alpha = 5\%$), derajat kebebasan ($df = n-2 = 100-2 = 98$), didapat r tabel = 0,1654. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pernyataan dikatakan valid. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti, hasil pengujian validitas diketahui bahwa nilai r hitung keseluruhan indikator/pernyataan yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r tabel ($>0,1654$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Merger	M1	0,576	> 0,1654	Valid
2		M2	0,759	> 0,1654	Valid
3		M3	0,298	> 0,1654	Valid
4		M4	0,197	> 0,1654	Valid
5		M5	0,331	> 0,1654	Valid
6		M6	0,793	> 0,1654	Valid
7		M7	0,793	> 0,1654	Valid
8		M8	0,576	> 0,1654	Valid
9		M9	0,185	> 0,1654	Valid
10		M10	0,223	> 0,1654	Valid
11	Kepercayaan Nasabah	KN1	0,585	> 0,1654	Valid
12		KN2	0,526	> 0,1654	Valid
13		KN3	0,619	> 0,1654	Valid
14		KN4	0,679	> 0,1654	Valid
15		KN5	0,229	> 0,1654	Valid
16		KN6	0,308	> 0,1654	Valid
17		KN7	0,548	> 0,1654	Valid
18		KN8	0,426	> 0,1654	Valid
19		KN9	0,501	> 0,1654	Valid
20		KN10	0,603	> 0,1654	Valid

Sumber: Hasil Out Put SPSS Statistik Versi 26 (hasil olahan), 2021.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran konsisten tetap yang akan di uji secara statistik.

Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cut of Valeu	Keterangan
1	Merger (X)	0,638	> 0,60	Reliabel
2	Kepercayaan naasabah (X)	0,634	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Out Put SPSS Statistik Versi 26 (hasil olahan), 2021.

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), ini artinya menunjukkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil uji regresi sederhana adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.602	3.090		7.637	.000
	TotalX	.263	.096	.266	2.735	.007

Sumber: Hasil perhitungan SPSS versi 26, 2021.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier sederhana pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa:

Koefisien untuk variabel *merger* (X) sebesar 0,263 yang berarti jika variabel tingkat *merger* menunjukkan kenaikan sebesar 1 satuan maka jumlah kenaikannya yaitu 0,263.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial atau Uji T

Uji t ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Uji t dalam hasil perhitungan statistik *Ordinary Least Square (OLS)* ditunjukkan pada t hitung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A **Tabel 4.7**

Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.602	3.090		7.637	.000
	TotalX	.263	.096	.266	2.735	.007

Sumber: Hasil perhitungan SPSS versi 26, 2021.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, maka hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26 diperoleh sebagai berikut; pengaruh *merger* terhadap tingkat kepercayaan nasabah, hasil uji empiris menunjukkan t hitung 2,735 dan p value (sig)

sebesar 0,007 atau 0,7% yang nilainya dibawah alpha 5%. Artinya *merger* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

b. **Uji Simultan atau Uji F**

Uji simultan bertujuan untuk menguji seluruh variabel bebas X yaitu *merger* berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat Y yaitu Kepercayaan Nasabah.

Tabel 4.8
Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Mode		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.907	1	42.907	7.487	.007 ^b
	Residual	562.003	98	5.735		
	Total	604.910	99			

Sumber: Hasil perhitungan SPSS versi 26, 2021.

Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 7,487 dengan tingkat probability (sig) 0,007 yang dibawah alpha 5%. Hal ini berarti variabel independen *merger* berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah.

c. **Koefisien Determinan R² (uji R square)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase perubahan atau variasi dari variabel dependen dan variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.266	.071	.061	2.395

Sumber: Hasil perhitungan SPSS versi 26, 2021.

Berdasarkan tabel *output* SPSS *Model Summary* di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Koefisien korelasi (R) sebesar 0,266, artinya ada hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen (karena mendekati 1).
- 2) Koefisien determinan (R²) sebesar 0,071, artinya kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 71%, sedangkan sisanya (100% - 71% = 29%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak di teliti.

5. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai nilai residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.10**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38260245
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.051
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 ^c

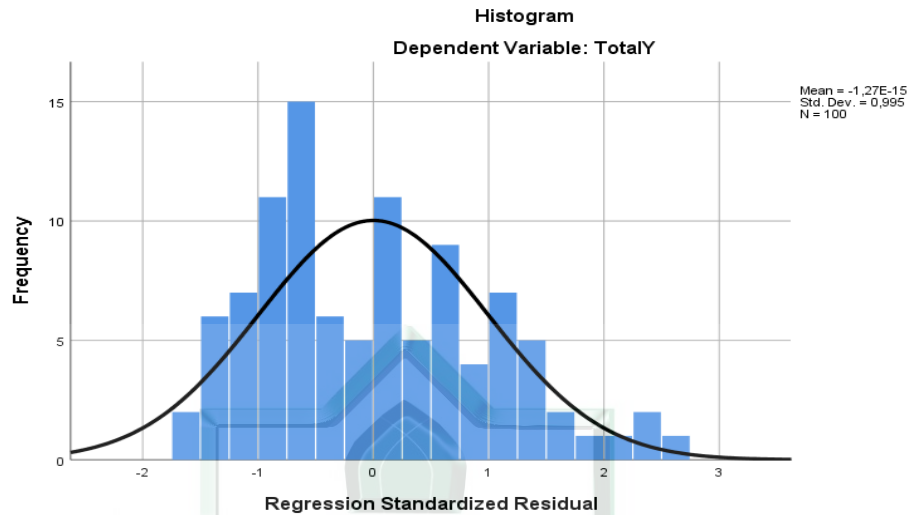
Sumber: Hasil perhitungan SPSS versi 26, 2021.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan pada uji kolmogorov-smirnov adalah 0,173. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel *merger* terhadap tingkat kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan.

Untuk mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran titik-titik pada sumbu diagonal grafik.⁷⁷ Analisis grafik dilakukan dengan melihat histogram dan *normal probability plot*. Hasil pengujian normalitas dengan analisis SPSS versi 26 dilihat pada gambar berikut:

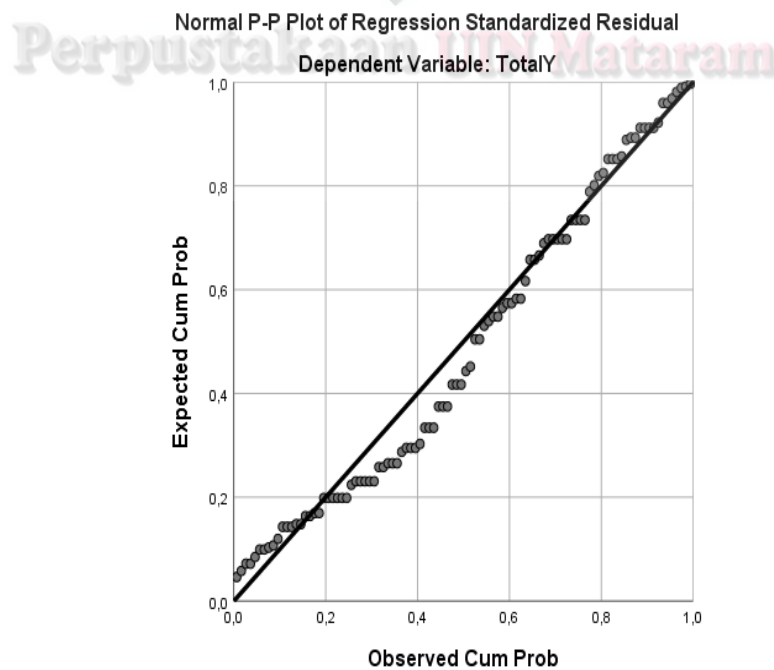
⁷⁷ Iman Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Undip, 2016), hlm. 36.

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Dengan melihat tampilan grafik histogram di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal dan berbentuk simetris. Selain grafik histogram, normalitas juga dapat dideteksi dengan menggunakan grafik *normal probability plot*.

Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot Uji Normalitas



Pada grafik *normal probability plot* terlihat titik-titik menyebar menghimpit disekitar garis diagonal, serta mengikuti arah garis diagonal. Dari kedua grafik tersebut dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

D. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel *merger* terhadap variabel kepercayaan nasabah dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan (probabilitas). Hasil pengujian menunjukkan bahwa *merger* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Dilihat dari tingkat signifikansi variabel *merger* 0,007 adalah $< 0,05$ atau 5%.

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan besaran koefisien regresi variabel *merger* adalah 0,263 bertanda positif, artinya *merger* berbanding lurus atau searah terhadap kepercayaan nasabah dan hasil uji statistik T_{test} (uji parsial) menunjukkan nilai signifikansi *merger* sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05. Artinya *merger* BSI berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah *ex-BNI Syariah KC Mataram*.

Pengajuan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 7,487 dengan tingkat probabilitas (sig) 0,007 yang dibawah alpha 5%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang menyatakan “terdapat pengaruh yang signifikan *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah *ex-BNI Syariah KC Mataram*”.

Indikator-indikator dan subindikator dari variabel *merger* sudah tercapai dan terealisasi dalam menunjukkan kepercayaan nasabah. Hasil pengujian dari variabel *merger* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah *ex-BNI Syariah KC Mataram*. Bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah setelah *merger* maka semakin besar pendapatan yang akan diterima. Hal ini disebabkan karena tingkat kepercayaan nasabah merupakan sumber utama yang sangat dikedepankan, juga sangat mendukung untuk bertambahnya nasabah setelah *merger* dilakukan.

Menurut Hitt, *merger* merupakan sebuah strategi dimana dua perusahaan setuju untuk menyatukan kegiatan operasionalnya dengan basis yang relatif seimbang, karena mereka memiliki sumber daya dan kapabilitas yang secara bersama-sama dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih kuat.⁷⁸

Merger sangat mempengaruhi kepercayaan Nasabah karena Kepentingan nasabah penyimpan dana dari suatu bank yang akan mengambil alih, besar kemungkinan akan menghadapi bahaya dalam hal banknya melakukan merger dengan bank lain. Sering merger tidak menghasilkan yang diharapkan. Seringkali merger menimbulkan kesulitan pada bank yang mengambil alih. Implementasi merger yang tidak baik, akan menyebabkan keangsuran hidup dari bank yang mengambil alih setelah melakukan merger, menjadi terseok-seok. Kesulitan lain dapat timbul karena tidak

⁷⁸ Iswi Haryanti, dkk, *Merger, Konsolidasi, Akuisisi, dan Pemisahan Perusahaan (Cara Cerdas Mengembangkan dan Memajukan Perusahaan)*, (Jakarta: Visimedia, 2011), hlm. 19.

diketuinya secara pasti dan tepat jenis dan besarnya masalah yang tersembunyi (*hidden problem*) termasuk pertanggungjawaban dari bank yang menjadi sasaran merger. Maka dari itu, Bank yang melakukan merger tersebut haruslah bisa meyakini nasabah atau mendapat kepercayaan nasabah agar nasabah tidak berpindah ke bank lain, dan kepentingan nasabah dari bank yang menjadi sasaran merger harus pula diperhatikan sebagaimana hal itu diharuskan pada Pasal 126 ayat (1) huruf a UUPT.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati dengan judul Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga cabang Denpasar (studi komparasi sebelum dan setelah *merger*) menunjukkan bahwa *Merger* bank menjadi satu nama baru tentunya juga berdampak positif/negatif terhadap perilaku nasabah yang sebelumnya menjadi nasabah pada masing-masing bank. Hal ini setidaknya berdampak pada tingkat keyakinan dan kepercayaan nasabah terhadap munculnya bank hasil *merger*. *Merger* bank memang berpotensi meningkatkan kekayaan pemilik bank, meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasi, mengurangi risiko, dan meningkatkan kekuatan pasar. Disamping itu para nasabah masing-masing yang melakukan *merger* akan mulai menilai apakah dengan penyatuan bank tersebut akan meningkatkan kualitas layanan atau sebaliknya. Karena dari sisi kepercayaan nasabah, bank yang melakukan *merger* akan berusaha untuk membangun persepsi para nasabah dari masing-masing bank yang menyatu tersebut. Harapan terhadap

kualitas jasa yang semakin baik tentunya menjadi tuntutan nasabah dengan adanya penyatuan bank.⁷⁹



Perpustakaan UIN Mataram

⁷⁹ I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati, "Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga cabang Denpasar (studi komparasi sebelum dan setelah merger)", *jurnal*, Vol. 6, Nomor 2, 2013.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah *ex-BNI* Stariah KC Mataram. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan. *Merger* terhadap tingkat kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan, pengaruh *merger* terhadap tingkat kepercayaan nasabah dapat dilihat dari hasil koefisien regresi linear sederhana sebesar 0,263 yang berarti jika variabel tingkat *merger* menunjukkan kenaikan sebesar 1% maka jumlah kenaikannya yaitu 0,263%. Penelitian ini memiliki nilai determinasi (R^2) sebesar 0,071, artinya kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 71%, sedangkan sisanya ($100\% - 71\% = 29\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Semakin tinggi pengaruh positif yang diberikan bank terhadap tingkat kepercayaan nasabah setelah dilakukannya merger maka akan semakin besar juga loyalitas nasabah terhadap bank dan nasabah pun akan semakin meningkat.

B. Saran

Bedasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank syariah Indonesia diharapkan setelah melakukan *merger* agar pihak bank hendaknya melakukan survey berkala mengenai bagaimana dan

sejauh mana tingkat kepercayaan nasabah karena untuk meningkatkan kepercayaan nasabah bank harus mempertahankan kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi dan selalu memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui peningkatan kemampuan karyawan bank dalam melayani nasabah, sosialisasi, promosi dan lain sebagainya guna meningkatkan kualitas kinerja operasional yang akan berdampak pada kepercayaan nasabah tersebut.

2. Bagi nasabah hendaknya mempelajari juga bagaimana prosedur dalam *merger* agar lebih mudah dalam menelaah seperti apa *merger* dan bagaimana operasi bank setelah *merger*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah *ex-BNI* Syariah dan hendaknya untuk memperluas penelitian dengan menambahkan variabel lain sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pengaruh *merger* Bank Syariah Indonesia terhadap tingkat kepercayaan nasabah.
4. Bank Syariah Indonesia diminta fokus pada tujuan awal pendirian untuk meningkatkan daya saing dan *market share* keuangan syariah. Selanjutnya, bank ini harus bisa mengembangkan produk syariah (termasuk manajemen risiko) atas produk berakad *mudharabah/musharakah* sehingga porsi pembiayaan lebih merata dan tidak didominasi pembiayaan *murabahah*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Moin, *Merger, Akuisisi dan Divestasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, edisi ke empat. Yogyakarta: BEF, 2001.
- Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers, 1992.
- Andrian Sutedi, *Hukum Perbankan*. Jakarta: Sinar Grafika, 2007.
- Eugene F. Brigham, Houston J. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, terj. Tim Salemba Empat. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Floyd A. Beams, *Akuntansi Keuangan Lanjutan Di Indonesia*, terj. Amir Abadi Yusuf. Jakarta: Salembang Empat, 2000.
- Hasibuan, S.P Melayu, *Manajemen Sumberdaya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana media Group, 2008.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Undip, 2016.
- Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Mathode*. Kuningan: Hidayatul Qur'an Kuningan, 2019.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Michael A. Hitt, dkk, *Manajemen Strategi*, terj. Tim Salemba Empat. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Muhammad Nasrullah Yusuf, *Strategi Nilai Jasa dan Kepercayaan Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Munir Fuady, *Hukum Tentang Merger (Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007)*. Bandung: PT CITRA ADITYA BAKTI, 2008.

- Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Murthada Sinuraya, *seri Teori Manajemen Keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1999.
- P.S. sudarsanam, *Merger dan Akuisisi*. Yogyakarta: ANDI, 1999.
- Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Jawa Barat: Alfabeta, 2014.
- Sandu Siyoto & Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Soedardjono Soekamto, *Prosedur Peneliian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1989.
- Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2016.
- Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Suharyadi dan Purwanto S.K, *statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006.
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1987.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan syariah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Zainatul Mufarrikoh, *Statistika Pendidikan (Konsep Sampung dan Uji validasi)*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020.

Jurnal

Darsono, L.I. dan Dharmmesta, B.S., “Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20, Nomor 3, 2005.

Dian Efriyenty, “Analysis of Financial Rtions Before and After Merger PT. CIMB Niaga TBK”, *Jurnal Perspektif*, Vol. 4, Nomor 2, 2020.

Endang Tri Wahyuni, “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah”, *jurnal perbankan*. Vol. 4, Nomor 2.

Fasochah, “Analisis Pengaruh kepercayaan dan Kualitass Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Mediasi di RS darul Istiqomah Kaliwungu Kendal”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol. 2, Nomor 13, 2013.

Fransisca Andreani, “Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis”, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, Nomor 1, 2015.

Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati, “Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga cabang Denpasar (studi komparasi sebelum dan setelah merger)”, *jurnal*, Vol. 6, Nomor 2, 2013.

Indriatmini Neogroho, *Merger Merupakan Tantangan atau Peluang Bagi Perekonomian Indonesia*, *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 2, Nomor 3.

Khusnul khotimah, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitass Nasabah Menabung pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jaya Pura”, *Jurnal Manajemen dan Akutansi*, Vol. 4, Nomor 1, 2017.

Margaretha Seliana Dewi, Aditia Trihastuti, *Penilaian Kualitas Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Antara Sebelum dan Sesudah Merger Bank Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri TBK*, *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, Vol. 1, Nomor 1, 2016.

Muhammad Syaicu, *Merger dan Akuisisi: Alternatif Meningkatkan Kesejahteraan Pemegang Saham*, *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 3, Nomor 2, 2006.

Nurul Widayanti, “Pengaruh Kecerdasan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan”, *Jurnal Ekuitas*, Vol.12, 2008.

Payamta dan Setiawan, “Analisis Pengaruh Keputusan Merger dan Akuisisi terhadap Perubahan Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia”, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 7, Nomor 3, 2004.

Suwardi, “Tinjauan Problematika Merger Perbankan”, *Jurnal*, Vol. 6, Nomor 2, 2010.

Wustari L.H.Mangundjaya, “Peran Kepercayaan, Keterbukaan dan Sinergi pada Proses Integrasi Merger dan Akuisisi (Studi pada Perusahaan BUMN)”, *Proceedings Temu Ilmiah Ikatan Psikologi Sosial*, Vol. 6, Nomor 3, 2012.

Yohana Neysa setyawan dan Edwin Japariato, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman dan Aksebilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, Nomor 1.

Skripsi

Ajeng Fitriani, “Kepercayaan Nasabah terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Negeri Metro, 2019)

Dina Wahyu Normalita, “Pengaruh merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi, 2018)

Website

Lida Puspaningtyas, “Tujuh Alasan Penting Merger Bank Syariah BUMN”, diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/qi6gay440/7-alasan-pentingnya-merger-bank-syariah-bumn> pada tanggal 14 Desember 2021.

Berdasarkan Persetujuan dari Menteri Hukum dan HAM pada tanggal 21 Oktober 2020, dari rancangan penggabungan BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.

Web Resmi Bank Syariah Indonesia (BSI). <https://www.bankbsi.co.id/>. Diakses pada: Senin, 18 Maret 2022.



LAMPIRAN

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian

Foto saat penjelasan penelitian dan pengisian kuesioner responden



Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

PENGARUH *MERGER* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN NASABAH

(Studi Kasus Nasabah *Ex-BNI Syariah Kc Mataram*)

A. Identitas Responden

Sebelum menjawab pertanyaan di kuesioner ini, mohon untuk mengisi data dan lingkari pilihan jawaban tersebut. (jawaban akan dirahasiakan)

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Umur:
 - a. 18-25 tahun
 - b. 26-32 tahun
 - c. 33-38 tahun
 - d. > 38 tahun
3. Pendidikan terakhir:
 - a. MA/SMA/SMK
 - b. D3
 - c. S1
 - d. S2



B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda silang (X) pada kolom jawaban yang tersedia berdasarkan pernyataan yang sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Saudara-i:

1. Sangat setuju (SS) : 4
2. Setuju (S) : 3
3. Kurang setuju (KS) : 2
4. Tidak setuju (TS) : 1

- **Variabel *Merger***

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS
Pengetahuan <i>merger</i> (perlindungan hukum dalam <i>merger</i> bank terhadap nasabah): <i>Implicit deposit protection</i> (perlindungan secara implisit)					
1	Nasabah percaya terhadap pengawasan yang dilakukan oleh Bank saat <i>Merger</i>	4	3	2	1
2	Nasabah mendapatkan pembinaan dari Bank yang melakukan <i>Merger</i>	4	3	2	1
3	<i>Merger</i> dilakukan dengan pengawasan yang efektif sehingga dapat menghindari terjadinya kegagalan	4	3	2	1
4	<i>Merger</i> yang dilakukan bank tidak boleh merugikan kepentingan para Nasabah	4	3	2	1
5	Bank melakukan <i>Merger</i> menggunakan prinsip kehati-hatian yang berasaskan Demokrasi Ekonomi agar tidak merugikan Nasabah	4	3	2	1
Pengetahuan <i>merger</i> (perlindungan hukum dalam <i>merger</i> bank terhadap nasabah): <i>Explicit deposit protection</i> (perlindungan secara eksplisit)					
6	Nasabah yakin Bank akan mengganti rugi atas kegagalan yang dialami	4	3	2	1
7	Nasabah harus sabar dengan proses waktu ganti rugi yang dilakukan Bank	4	3	2	1
8	Bank tetap menjamin simpanan nasabah apabila bank mengalami kegagalan	4	3	2	1
9	Apabila terjadi kegagalan bank jumlah penggantian simpanan dilakukan dengan aturan tentang batas pertanggunggaan	4	3	2	1
10	Nasabah percaya bahwa kegagalan yang dialami Bank merupakan salah satu hal ketidaksengajaan	4	3	2	1

- **Variabel Kepercayaan Nasabah**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS
<i>Trusting Belief: Benevolence (Keyakinan)</i>					
1	Nasabah yakin BSI menghasilkan produk/layanan yang berkualitas	4	3	2	1
2	Produk/layanan BSI mampu meyakini Nasabah untuk menggunakannya dengan aman	4	3	2	1
<i>Trusting Belief: Integrity (Integritas)</i>					
3	BSI mampu menjaga kepercayaan Nasabah dalam menggunakan produk/layanan	4	3	2	1
4	BSI tidak mengumbar atau merahasiakan identitas Nasabah	4	3	2	1
<i>Trusting Belief: Competence (Kompetensi)</i>					
5	Karyawan BSI melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien	4	3	2	1
6	BSI memiliki Karyawan yang tanggap dalam mengurus masalah Nasabah	4	3	2	1
<i>Trusting Intention: Willingness to depend (Kemauan untuk bergantung)</i>					
7	Nasabah bersedia memberikan kepercayaan kepada BSI untuk mengurus permasalahan yang (mungkin) terjadi	4	3	2	1
8	Nasabah bersedia menerima risiko apabila BSI mengalami penurunan (kebangkrutan)	4	3	2	1
<i>Trusting Intention: Subjective probability of depend (probabilitas subjektif dari ketergantungan)</i>					
9	Nasabah bersedia mengikuti saran atau permintaan BSI dalam melakukan transaksi	4	3	2	1
10	Nasabah bersedia memberikan informasi pribadi (KTP atau sebagainya) kepada pihak BSI	4	3	2	1

Lampiran 3. Data Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir
1	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
2	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
3	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
4	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
5	Laki-laki	18-25 tahun	D3
6	Perempuan	18-25 tahun	D3
7	Perempuan	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
8	Laki-laki	26-32 tahun	S1
9	Laki-laki	33-38 tahun	D3
10	Perempuan	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
11	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
12	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
13	Perempuan	18-25 tahun	D3
14	Laki-laki	26-32 tahun	D3
15	Perempuan	>38 tahun	S1
16	Laki-laki	>38 tahun	MA/SMA/SMK
17	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
18	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
19	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
20	Perempuan	18-25 tahun	S1
21	Laki-laki	18-25 tahun	D3
22	Laki-laki	>38 tahun	D3
23	Laki-laki	>38 tahun	MA/SMA/SMK
24	Perempuan	26-32 tahun	S1
25	Perempuan	26-32 tahun	D3
26	Perempuan	33-38 tahun	S1
27	Perempuan	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
28	Perempuan	26-32 tahun	S1
29	Perempuan	>38 tahun	D3
30	Laki-laki	18-25 tahun	S1
31	Laki-laki	18-25 tahun	S1
32	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
33	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
34	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
35	Perempuan	>38 tahun	S1
36	Perempuan	26-32 tahun	D3

37	Perempuan	33-38 tahun	S1
38	Perempuan	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
39	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
40	Perempuan	>38 tahun	MA/SMA/SMK
41	Perempuan	>38 tahun	S1
42	Perempuan	18-25 tahun	S1
43	Laki-laki	>38 tahun	MA/SMA/SMK
44	Laki-laki	18-25 tahun	S1
45	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
46	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
47	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
48	Laki-laki	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
49	Laki-laki	33-38 tahun	D3
50	Laki-laki	26-32 tahun	D3
51	Perempuan	26-32 tahun	S1
52	Perempuan	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
53	Laki-laki	33-38 tahun	S1
54	Laki-laki	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
55	Laki-laki	>38 tahun	S1
56	Laki-laki	18-25 tahun	D3
57	Laki-laki	18-25 tahun	S1
58	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
59	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
60	Perempuan	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
61	Perempuan	26-32 tahun	D3
62	Perempuan	>38 tahun	MA/SMA/SMK
63	Laki-laki	>38 tahun	MA/SMA/SMK
64	Laki-laki	18-25 tahun	S1
65	Laki-laki	26-32 tahun	S1
66	Laki-laki	26-32 tahun	S1
67	Laki-laki	>38 tahun	MA/SMA/SMK
68	Laki-laki	>38 tahun	D3
69	Perempuan	18-25 tahun	S1
70	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
71	Perempuan	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
72	Perempuan	33-38 tahun	S1
73	Perempuan	18-25 tahun	S1
74	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
75	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK

76	Perempuan	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
77	Perempuan	>38 tahun	S1
78	Laki-laki	33-38 tahun	S1
79	Laki-laki	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
80	Laki-laki	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
81	Laki-laki	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
82	Perempuan	26-32 tahun	S1
83	Perempuan	26-32 tahun	D3
84	Perempuan	33-38 tahun	D3
85	Perempuan	>38 tahun	D3
86	Perempuan	>38 tahun	S1
87	Perempuan	26-32 tahun	D3
88	Perempuan	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
89	Laki-laki	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
90	Laki-laki	>38 tahun	S1
91	Laki-laki	26-32 tahun	D3
92	Laki-laki	33-38 tahun	S1
93	Perempuan	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
94	Perempuan	>38 tahun	D3
95	Perempuan	26-32 tahun	D3
96	Laki-laki	18-25 tahun	MA/SMA/SMK
97	Laki-laki	33-38 tahun	MA/SMA/SMK
98	Laki-laki	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
99	Laki-laki	26-32 tahun	MA/SMA/SMK
100	Perempuan	26-32 tahun	D3

Lampiran 4. Data Jawaban Responden

Variabel X (*Merger*)

No	<i>Merger (X)</i>										TotalX
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	
1	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	30
7	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	36
8	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
13	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
14	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	34
15	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
16	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	33
17	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	33
18	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	26
19	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
20	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
21	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	28
22	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	36
23	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
24	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	34
25	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	32
26	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
27	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
28	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	31
29	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
30	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	35
31	4	3	2	3	2	3	3	4	3	4	31
32	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
33	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
34	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32

35	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	36
36	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
37	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
38	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
39	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
40	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	34
41	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
42	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	30
43	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
45	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
46	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	32
47	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	34
48	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
49	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	33
50	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
51	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
52	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
53	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	32
54	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
55	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
56	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
58	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
59	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	34
60	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	31
61	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	32
62	2	2	4	4	4	2	2	2	3	3	28
63	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	28
64	4	2	2	3	3	2	2	4	4	4	30
65	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	30
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
67	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	27
68	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	37
69	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	34
70	4	2	3	3	3	2	2	4	3	3	29
71	2	3	3	4	3	3	3	2	4	3	30
72	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
73	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34

74	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
75	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
76	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	28
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
78	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	35
79	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	33
80	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	35
81	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	31
82	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34
83	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
84	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
85	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
87	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32
88	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
89	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	28
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34
92	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	27
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
96	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
97	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
98	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	31
99	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	30
100	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	34

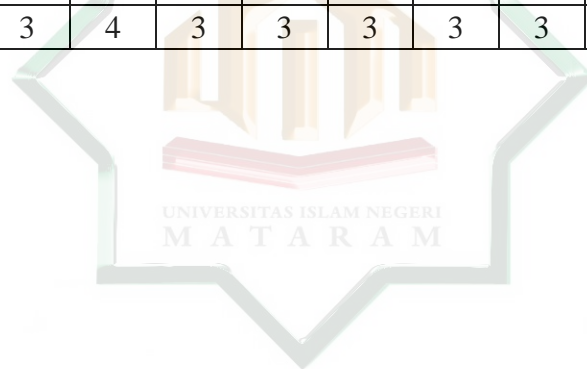
Variabel Y (Kepercayaan Nasabah)

No	Kepercayaan Nasabah (Y)										Total Y
	KN 1	KN 2	KN 3	KN 4	KN 5	KN 6	KN 7	KN 8	KN 9	KN 10	
1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34
3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	34
5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
6	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29

7	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	30
8	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	35
9	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
10	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
11	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
12	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
14	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
15	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
16	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
17	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
18	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	33
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
21	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
22	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	30
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
24	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34
28	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	35
29	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
30	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
31	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
32	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	28
33	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	28
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	36
36	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	30
37	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
38	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
41	2	4	4	3	3	3	3	2	4	3	31
42	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	28
43	2	4	4	4	3	3	4	2	4	3	33
44	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	28
45	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32

46	2	3	3	4	3	3	4	2	3	2	29
47	4	2	2	3	3	3	3	4	2	4	30
48	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
49	2	3	3	4	4	3	4	2	3	2	30
50	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
51	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
52	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	34
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
54	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	33
55	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
56	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	35
57	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
58	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
59	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
60	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
61	2	4	2	3	4	3	3	4	4	2	31
62	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	33
63	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	31
64	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	33
65	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
67	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	31
68	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
70	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	30
71	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
73	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
75	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35
76	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
77	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
78	3	4	3	3	4	2	3	4	4	3	33
79	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
80	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	35
81	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	35
82	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	30
83	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
84	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33

85	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	30
86	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	35
87	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35
88	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	34
89	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	31
90	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	30
91	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
92	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
93	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	30
94	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	33
95	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
96	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	32
97	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
98	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
99	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
100	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	33



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Merger	M1	0,576	> 0,1654	Valid
2		M2	0,759	> 0,1654	Valid
3		M3	0,298	> 0,1654	Valid
4		M4	0,197	> 0,1654	Valid
5		M5	0,331	> 0,1654	Valid
6		M6	0,793	> 0,1654	Valid
7		M7	0,793	> 0,1654	Valid
8		M8	0,576	> 0,1654	Valid
9		M9	0,185	> 0,1654	Valid
10		M10	0,223	> 0,1654	Valid
11	Kepercayaan Nasabah	KN1	0,585	> 0,1654	Valid
12		KN2	0,526	> 0,1654	Valid
13		KN3	0,619	> 0,1654	Valid
14		KN4	0,679	> 0,1654	Valid
15		KN5	0,229	> 0,1654	Valid
16		KN6	0,308	> 0,1654	Valid
17		KN7	0,548	> 0,1654	Valid
18		KN8	0,426	> 0,1654	Valid
19		KN9	0,501	> 0,1654	Valid
20		KN10	0,603	> 0,1654	Valid

Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas

Variabel *Merger*

Case Processing Summary			Reliability Statistics		
		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items
Case	Valid	100	100.0	.638	10
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	100	100.0		

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Variabel Kepercayaan Nasabah

Case Processing Summary			Reliability Statistics		
		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items
Case	Valid	100	100.0	.634	10
	Excluded ^a	0	.0		
	Total	100	100.0		

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.602	3.090		7.637	.000
	TotalX	.263	.096	.266	2.735	.007

a. Dependent Variable: TotalY

Lampiran 8. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.602	3.090		7.637	.000
	TotalX	.263	.096	.266	2.735	.007

a. Dependent Variable: TotalY

Lampiran 9. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.907	1	42.907	7.487	.007
	Residual	562.003	98	5.735		
	Total	604.910	99			

- a. Dependent Variable: TotalY
 b. Predictors: (Constant), TotalX

Lampiran 10. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.266	.071	.061	2.395

- a. Predictors: (Constant), TotalX
 b. Dependent Variable: TotalY

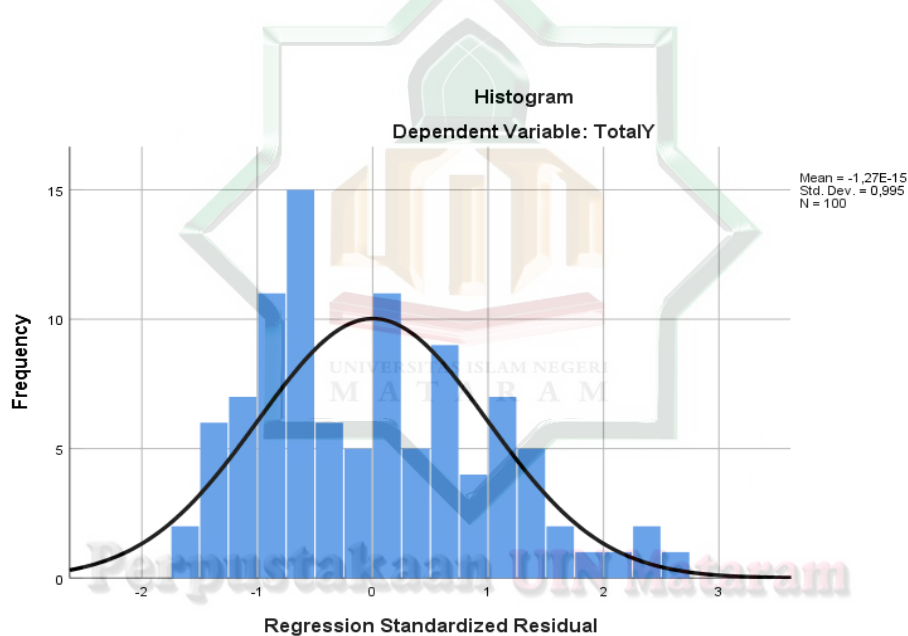
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

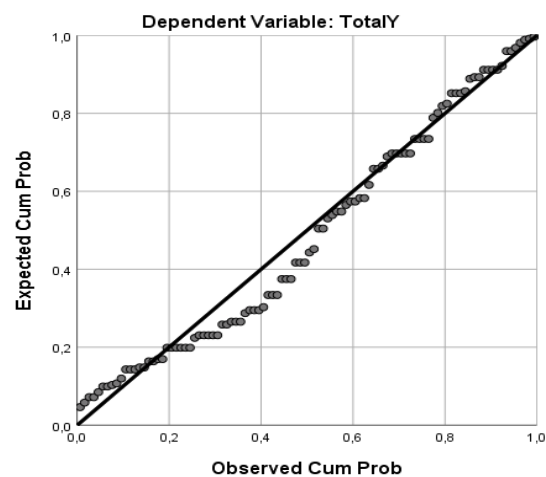
Lampiran 11. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38260245
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.051
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 ^c



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



CURRICULUM VITAE

Nama : Muftihatul Uyun

NIM : 170502033

Jurusan : Perbankan Syariah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, tanggal lahir : Bima, 11 Juni 1999

Alamat : Jl. Lintas Parado

Email : uyunmuftihatul@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

Tahun	Sekolah/Instansi
2005-2011	MIN 8 BIMA
2011-2014	MTsN 1 KOTA BIMA
2014-2017	MAN 1 KOTA BIMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram