

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) PASCA MERGER

Nurul Laily Abdulloh Putri^{1*}, Wahyu Dwi Warsitasari²

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

nurullaily.putri93@gmail.com¹ warsitasari@gmail.com²

ABSTRACT

The merger of three state-owned Islamic banks namely BRI Syariah Bank, BNI Syariah and Mandiri Syariah into one entity under the name Bank Syariah Indonesia (BSI) in early February 2021 resulted in various changes both from the internal and external sides of the company. One of the parties who feel the impact of this merger is the customer from the three Sharia Banks, this study aims to determine the effect of the bank's performance which in this case is seen from the quality of service and customer satisfaction on the level of customer trust after the merger. This research uses quantitative methods and data collection is done through the distribution of questionnaires for primary data. The sampling technique used is purposive sampling, with respondents in this study totaling 100 customers with predetermined characteristics. Then the data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis, the results showed that service quality and customer satisfaction had a significant effect on the level of customer confidence in Bank Syariah Indonesia (BSI) after the merger.

Keywords: *Bank Syariah Indonesia, Merger, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust*

ABSTRAK

Merger dari tiga Bank BUMN Syariah yakni Bank BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah menjadi satu entitas dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI) pada awal bulan Februari 2021 lalu mengakibatkan berbagai perubahan baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan. Salah satu pihak yang merasakan dampak dari adanya merger ini adalah pihak nasabah dari ketiga legesi Bank Syariah tersebut, penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kinerja bank yang dalam hal ini dilihat dari kualitas layanan serta kepuasan nasabah terhadap tingkat kepercayaan nasabah pasca terjadinya merger. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner untuk data primer. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah dengan karakteristik yang telah ditentukan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca adanya merger.

Kata Kunci: Bank Syariah Indonesia, Merger, Kualitas layanan, Kepuasan Nasabah, Kepercayaan Nasabah

A. PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi serta peluang besar untuk dapat menjadi negara terdepan di bidang ekonomi islam terutama bidang keuangan syariah. Indonesia memiliki pangsa pasar yang besar, namun perbankan syariah baru berkontribusi sebesar 4,81% terhadap *market share* dengan pertumbuhan asset sekitar 11,97% pada Juni 2016 dan naik menjadi 6,52% dengan pertumbuhan asset sebesar 12,22% pada September 2021¹. Hal ini seringkali menjadi perhatian dari banyak pihak, maka dari itu keuangan syariah di Indonesia masih perlu dikembangkan sehingga dapat mengimbangi pertumbuhan keuangan konvensional. Dimana salah satu cara yang bisa ditempuh untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan menciptakan bank-bank syariah baru, tetapi dengan catatan modal maupun aset yang dimiliki juga cukup besar. Serta memiliki pondasi yang kuat baik dari sisi keuangan maupun sistem dalam organisasinya, maka dari itu cara efektif yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan merger atau penggabungan bank.

Merger dalam dunia perbankan bukanlah hal yang asing, dimana sebelumnya sudah banyak bank yang melakukannya seperti Bank Danamon dengan Bank Permata, Bank Hana dan Bank

¹ snapshot perbankan syariah (www.ojk.go.id) Diakses pada 27 April 2022, 07.32)

Hagakita yang bergabung dengan Rabobank, Bank Niaga dengan Bank Lippo dan lain sebagainya². Tepat pada tanggal 1 Februari 2020 kemarin presiden Joko Widodo telah meresmikan beroperasikannya Bank Syariah Indonesia (BSI) di istana negara pada pukul 13.30 WIB, dimana BSI merupakan merger atau gabungan dari tiga bank besutan BUMN yakni Bank BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah. Dengan hadirnya Bank ini diharapkan dapat membawa dampak yang positif terhadap perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, dengan aset mencapai Rp. 214,6 Triliun dan dan modal inti lebih dari Rp. 20,4 Triliun dengan lebih dari 1000 kantor cabang dan 2000 karyawan pasca merger menjadikan BSI digadang-gadang akan menjadi Top 10 bank syariah global. Selain itu penggabungan dari tiga bank syariah ini sekaligus menegaskan bahwa pemerintah sangat serius dalam memperhatikan perkembangan layanan berbasis syariah yang mampu bertahan di tengah kondisi ekonomi Indonesia yang masih mengalami pergolakan akibat diterjang pandemi covid 19³.

Merger sendiri merupakan istilah yang umum digunakan untuk menggambarkan konsolidasi antar perusahaan atau asetnya, pengertian lain dari merger adalah proses penggabungan dua perseroan atau lebih menjadi satu dimana perusahaan yang melakukan merger dapat mengambil alih semua aset dan kewajiban perusahaan yang menerima merger⁴. Dalam UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat (9) UUPT menjelaskan bahwa merger adalah perbuatan hukum yang dilakukan suatu perseroan untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain, dimana akibatnya aktiva dan passiva perseroan beralih karena hukum tersebut⁵. Perbankan syariah mengambil peran penting sebagai fasilitator pada

² Herwin Kurniawan, "Analisis Return On Asset (ROA) Beberapa Bank Pasca Merger Di Indonesia", Jurnal Ilmiah WIDYA, Vol.3 No.2 (September-Desember 2015), 73-79.

³ Sejarah Perusahaan (www.bankbsi.co.id Diakses pada 27 April 2022, 08.00)

⁴ Wiwin Muchtar Wiyono, "Cakrawala Hukum Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah", Cakrawala Hukum, Vol.23 No.1 (Maret 2021), 69-70

⁵ (website www.bpkp.go.id)

seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tentunya juga harus selalu melakukan inovasi baik pada produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan dari tahun ke tahun. Merger ini sendiri merupakan salah satu upaya yang dilakukan pihak bank untuk dapat meningkatkan nilai yang diberikan kepada nasabah, agar dapat mempertahankan loyalitas nasabah diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan jasa yang berkualitas sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Dengan adanya merger dari beberapa perbankan syariah yakni BNI Syariah, BRI syariah, dan Mandiri Syariah tentunya akan ada penyesuaian atau bahkan perubahan yang cukup signifikan. Seperti proses adaptasi nilai dan budaya bank hasil merger, harmonisasi governance yang sudah ada di masing-masing bank agar dapat dikombinasikan dengan lebih baik, pemetaan produk dan layanan ekisting, proses migrasi nasabah, serta melengkapi produk dan layanan agar dapat bersaing dengan bank konvensional⁶. Hal ini dapat memberikan dampak baik positif maupun 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 dari merger. Para nasabah dari masing-masing bank sebelum melakukan merger akan mulai menilai apakah dengan adanya penyatuan tersebut akan meningkatkan kinerja dari bank terutama dari sisi kualitas layanan atau malah sebaliknya, harapan terhadap kualitas jasa yang semakin baik tentunya menjadi tuntutan nasabah dengan adanya penyatuan atau merger tersebut.

Selain itu persaingan yang semakin ketat dewasa ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan harus terus berusaha untuk dapat memberikan nilai yang terbaik bagi konsumennya, hal ini menjadikan kualitas sebagai salah satu bagian yang perlu mendapatkan perhatian lebih dari manajemen perusahaan dalam menjalankan strategi operasinya. Konsumen tentu akan berusaha mendapatkan produk yang berasal dari perusahaan yang mampu memberikan pelayanan terbaik kepadanya, hal ini berarti citra

⁶ Wiwin Muchtar Wiyono, *Op.cit.*, hal 71.

kualitas perusahaan yang baik adalah dilihat dari persepsi pengguna jasa bukan dari pihak penyedia jasa⁷. Sehingga orientasi kepuasan pelanggan harus menjadi barisan terdepan dalam visi dan misi suatu perusahaan. Definisi kualitas layanan jasa sendiri menurut Tjiptono dkk adalah⁸ level keunggulan yang diharapkan oleh perusahaan serta upaya pengendalian terhadap level keunggulan tersebut dalam rangka memenuhi keinginan dari pelanggan.

Produk berkualitas memiliki peran yang penting dalam membentuk tingkat kepuasan dari nasabah, Kotler (2007) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu produk setelah membandingkan antara prestasi produk tersebut dengan harapan atau bisa juga disebut antara ekspektasi dari nasabah dengan realita yang terjadi di lapangan. Dimana salah satu nilai penentunya adalah dari nilai pelayanan yang diberikan kepada pihak penyelenggara jasa. Setiap nasabah tentu selalu ingin mendapatkan nilai tertinggi, dimana nasabah akan membentuk suatu harapan nilai dan kemudian bertindak atas dasar harapan dari nilai tersebut. Setelah itu nasabah akan mengetahui apakah penawaran tersebut benar-benar memenuhi harapan nilainya atau tidak, dan hal ini akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah⁹.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yeboah, Asirifi, & Ampad¹⁰ menunjukkan bahwa merger dan akuisisi memberikan dampak baik terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dimana faktor kenyamanan dan daya tanggap menjadi menjadi pendorong utamanya. Dalam studi lebih lanjut juga disebutkan bahwa dalam hal jangkaun produk dan kualitas layanan yang ditawarkan menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah merger dan akuisisi, sehingga hal ini dapat mendorong efisiensi ekonomi melalui

⁷ I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati, "Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Pt. Cimb Niaga Cabang Denpasar (Studi Komparasi Sebelum Dan Setelah Merger)" E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, (2012), 141.

⁸ Tjiptono dkk, *Service, Quality, and Satisfaction* (Yogyakarta:2005)

⁹ I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati, *Op.cit.*, hal 142.

¹⁰ Johnson Yeboah dkk, "The Impact of Mergers and Acquisitions on Service Quality of Banks in Ghana: Case Study of Ecobank and Access Bank Ghana", *International Journal of Business and Management*, Vol. 10 No. 12 (2015), 178.

perbaikan biaya dan pemberian layanan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Shaik, Umar, & Kumar¹¹ menjelaskan bahwa merger memiliki dampak positif maupun negatif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu dengan merger dan akuisisi yang dilakukan, bank dapat memberikan cakupan administrasi yang lebih luas dan memberikan lebih banyak layanan yang inovatif sehingga nasabah sangat puas dengan hal tersebut. Sedangkan kebaruan dalam penelitian ini adalah tidak hanya membahas tentang perubahan tingkat kualitas layanan ataupun kepuasan nasabah saja, melainkan juga pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepercayaan nasabah pasca merger. Dengan menggunakan kuisisioner dalam bentuk pertanyaan yang mewakili setiap indikator dari kualitas layanan dan kepuasan nasabah, sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Jombang.

Tujuan yang ingin diraih dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari tingkat kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah terhadap tingkat kepercayaan dari nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger yang telah dilakukan. Adapun manfaat teoritis dari peneliti ini adalah untuk menambah wawasan mengenai pengaruh dari kinerja pelayanan bank yang dalam hal ini dilihat dari tingkat kualitas layanan serta kepuasan nasabah terhadap kepercayaan nasabah pasca adanya merger yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan penelitian yang sejenis di masa mendatang. Sedangkan untuk manfaat praktis dari penelitian ini adalah diperuntukkan untuk dunia perbankan khususnya perbankan syariah sebagai bahan evaluasi untuk lebih memperhatikan terkait kualitas layanan serta kepuasan nasabah karena hal tersebut merupakan jaminan terbaik untuk menciptakan dan memelihara kepercayaan nasabah serta

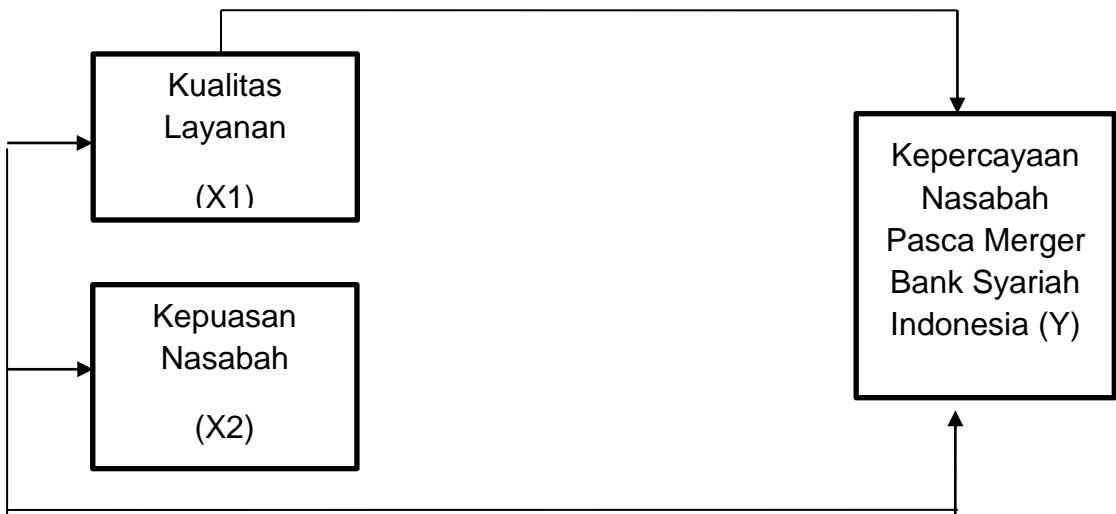
¹¹ Salaudddeen Shaik dkk, "An Impact of Mergers & Takeovers of Public Sector Banks in Enhancing Customer Satisfaction", *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, Vol.8 No.2 (Juli 2019), 6421.

merupakan pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Berdasarkan pemaparan diatas, berikut adalah hipotesis yang diambil oleh penulis:

H₁ : Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger

H₂ : Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger

Kerangka Teori



B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dimana metode ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka mulai dari tahap pengumpulan, penafsiran data, hingga penampilan hasilnya. Kemudian data yang diperoleh akan diolah dan dianalisis untuk mendapatkan sebuah informasi, sumber data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan oleh peneliti melalui penyebaran kuisisioner baik secara online maupun offline kepada responden yang terpilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sampel yang ada dalam penelitian ini akan difokuskan terhadap seluruh nasabah tabungan, giro dan deposito (funding) PT. Bank Syariah Indonesia, sehingga nasabah

pembiayaan tidak termasuk kedalamnya. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel yang diteliti harus memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Dikarenakan dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, untuk itu agar dapat menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Lemeshow dkk, 1997):

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal 5% (1,96)

moe = *margin of error maximal*, adalah tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi yakni sebesar 5%.

Sehingga sampel populasi yang dibutuhkan adalah sebanyak 96 orang nasabah, namun untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden/nasabah. Dengan kriteria nasabah Bank Syariah Indonesia yang dapat menjadi responden penelitian sebagai berikut:

1. Nasabah bukan Sumber Daya Insani Bank Syariah Indonesia (karyawan Bank BSI).
2. Nasabah berdomisili di Kabupaten Jombang Jawa Timur.
3. Pendidikan minimal SMA dengan pertimbangan mampu untuk menjawab pertanyaan.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert untuk menghasilkan data ordinal dengan empat jenjang alternatif jawaban agar tidak terjadi kecenderungan pemilihan alternatif tengah (netral). Untuk instrumen pada variabel kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima poin utama yakni Reabilitas (Reability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Emphaty), dan Bukti fisik (Tangibles). Sedangkan pada variabel kepuasan nasabah terdiri dari kualitas layanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya. Untuk teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas

menggunakan aplikasi SPSS dan minitab, dimana kedua uji ini dilakukan untuk meyakinkan bahwa kuisioner yang telah disusun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala serta menghasilkan data yang valid.

selanjutnya adalah analisis regresi ganda untuk mengetahui hasil dari persamaan regresi, uji F, uji t, dan koefisien determinasi serta untuk membuktikan diterima atau ditolaknya hipotesis. Pada penelitian ini akan difokuskan pada apakah Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Nasabah. Terakhir adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan baik dalam estimasi, tidak bias, serta konsisten.

C. PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah setiap butir pertanyaan dapat secara tepat mengungkap variabel yang dikur, dengan menggunakan aplikasi SPSS terbukti bahwa semua butir soal dalam kuisioner dikatakan valid karena nilai signifikansinya $< 0,05$. Sedangkan pada Uji Reliabilitas diperoleh hasil Cronbach's Alpha = $0.9730 > 0,7$ sehingga dapat dikatakan reliabel dan layak untuk diteliti. Mengenai latar belakang atau profil dari responden di gambarkan dalam bentuk tabel presentase sebagai berikut:

Tabel 1. Pendidikan Responden

| Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|-------------------|---------------|-------------------|
| SMA | 80 | 80% |
| S1 | 20 | 20% |
| S2 | 8 | 8% |
| S3 | 2 | 2% |
| Total | 100 | 100% |

Tingkat pendidikan nasabah paling banyak diisi oleh lulusan SMA dengan presentase sebesar 80%, sedangkan untuk lulusan S1 sebesar 20%, S2 sebesar 8% dan S3 sebesar 2%.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|------------|-------------|
| Laki-Laki | 23 | 23% |
| Perempuan | 77 | 77% |
| Total | 100 | 100% |

Sedangkan hasil deskriptif dari jenis kelamin menunjukkan bahwa 23% dari responden berjenis kelamin laki-laki sedangkan 77% lainnya berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya adalah uji multikolinearitas, uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur yang sama. Karena seharusnya antara variabel-variabel bebas yang akan dianalisis tidak diperbolehkan mengandung aspek, indikator, ataupun dimensi yang sama karena apabila antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang sama maka koefisien regresi yang didapat menjadi tidak bermakna. Dilihat dari hasil VIF dibawah dapat dilihat bahwa nilai VIF-nya < 5 sehingga dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

| | Nilai | |
|---|------------|-------|
| | Std. Error | VIF |
| Constant | .1.515 | |
| Kualitas Layanan | .078 | 2.445 |
| Kepuasan Nasabah | .139 | 2.445 |
| *Constant (Dependent Variabel) : Kepercayaan Nasabah | | |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Setelah itu adalah uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda, analisis regresi

linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap kepercayaan nasabah. Dimana hasil persamaan regresi linier berganda yang didapatkan adalah sebagai berikut: $Y = 4,44 + 0,398 X_1 + 0,599 X_2$. Kemudian pada tabel dibawah dapat dilihat hasil dari Uji F dimana didapatkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan f hitung sebesar 95.253 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent yakni kualitas layanan dan kepuasan nasabah secara simultan atau keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent yakni kepercayaan nasabah.

Tabel 4. Hasil Uji F

| | Nilai | |
|------------|----------|-------------------|
| | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
| Regression | 95.253 | .000 ^b |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Setelah Uji F diteruskan dengan Uji t dimana didapatkan nilai signifikansinya $< 0,05$ maka variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y), jika menggunakan t hitung dengan t tabel maka nilai t hitung $>$ t tabel (1.98472) sehingga variabel dependent berpengaruh positif terhadap variabel independent.

Tabel 5. Hasil Uji T

| | Nilai | |
|------------------|----------|-------------|
| | <i>T</i> | <i>Sig.</i> |
| Constant | 2.931 | .004 |
| Kualitas Layanan | 5.082 | .000 |
| Kepuasan Nasabah | 4.300 | .000 |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Selanjutnya yang dilakukan adalah mencari koefisien determinasi yang berfungsi untuk menunjukkan besarnya prosentase variasi dari variabel dependent yang dapat dijelaskan oleh variabel independent, dengan kata lain semakin tinggi nilai dari R^2 maka semakin baik model prediksi yang diajukan dalam penelitian. Dari hasil perhitungan SPSS di dapatkan bahwa nilai dari adjusted R Square(adj) = 0,656.

Kemudian untuk uji asumsi klasik yang pertama digunakan adalah Uji Normalitas yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi ketika hendak melakukan perhitungan analisis statistika, hal ini dikarenakan model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residul yang terdistribusi secara normal. Dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov diketahui bahwa data yang diambil memiliki distribusi yang normal, dibuktikan dengan nilai yang tertera pada kolom Kolmogorov Smirnov $> 0,05$.

Table 6. Hasil Uji Normalitas

| | Kolmogorov Smirnov |
|------------------|-------------------------------|
| Kualitas Layanan | 1.176 |
| Kepuasan Nasabah | 1.964 |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji asumsi klasik selanjutnya adalah Uji Heterokedastisitas, dimana uji ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya bias atau penyimpangan dalam dalam suatu model analisis regersi. Model penelitian yang baik adalah yang tidak memiliki gejala heterokedastisitas, uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya adalah menggunakan teknik *Glejser*. Teknik *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel independent dengan nilai absolut residualnya, dari tabel dibawah ini dapat kita lihat bahwa nilai signifikansi antara variabel bebas dengan variabel absolut residual lebih dari 0,05 ($Sig > 0,05$) maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

| | Nilai | |
|------------------|-----------------|--------------------|
| | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
| Constant | -.022 | .982 |
| Kualitas Layanan | 1.868 | .065 |
| Kepuasan Nasabah | -.722 | .442 |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji Autokorelasi merupakan uji asumsi klasik terakhir, yang digunakan untuk mengetahui korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut tempat dan waktu. Dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Untuk metode pengujian yang digunakan adalah menggunakan metode uji Durbin Watson, dengan nilai dari Durbin-Watson statistic = 1.83746. Untuk menghitungnya harus dicari terlebih dahulu nilai dari dL dan dU dari tabel statistik Durbin Watson. T=100 (jumlah responden) dan k=2 (jumlah variabel bebas), maka dL= 1,65404 dan dU= 1,69439.

$$\begin{aligned}(4-d) &= 4-1,83746 \\ &= 2,16254\end{aligned}$$

maka, $d > dL$ dan $d > dU$ atau $dU < d < 4-d$ ($1,69439 < 1,83746 < 2,16254$), sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi baik positif ataupun negatif.

2. Pembahasan

Dari hasil uji regresi yang telah dilakukan didapatkan hasil konstanta (Y) adalah sebesar 4.44 yang dapat dilihat dari persamaan $Y = 4,44 + 0,398 X_1 + 0,599 X_2$, sehingga jika tidak terdapat variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah maka tingkat kepercayaan nasabah akan sebesar 4,44 satuan. Untuk variabel kualitas layanan (X_1) mempengaruhi kepercayaan nasabah dengan koefisien positif sebesar 0,398 dan kepuasan nasabah (X_2) mempengaruhi kepercayaan nasabah dengan koefisien positif sebesar 0,599. Yang berarti apabila kualitas layanan meningkat sebesar satu satuan maka tingkat kepercayaan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,398 begitupun juga dengan tingkat kepuasan nasabah, sehingga dapat disimpulkan jika kualitas layanan dan kepuasan nasabah meningkat maka tingkat kepercayaan nasabah juga akan ikut meningkat.

Pada Uji T didapatkan hasil bahwa tingkat signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 dan masing-masing variabel independent terbukti memberikan pengaruh secara signifikan

terhadap variabel dependent, sehingga H_1 (Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pasca adanya merger Bank Syariah Indonesia) dan H_2 (Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pasca adanya merger Bank Syariah Indonesia) diterima. Untuk Uji F yang digunakan untuk menguji apakah semua variabel independent secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependent, dengan kriteria penerimaan hipotesis adalah jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Dengan signifikansi sebesar 0,00 maka dapat dipastikan bahwa kedua variabel independent yakni kualitas layanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan dari nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger yang telah dilakukan.

Selain itu dari hasil koefisiensi determinasi dapat kita simpulkan jika variabel independent (kualitas layanan dan kepuasan nasabah) memberikan pengaruh sebesar 65,6 % terhadap tingkat variabel dependent (kepercayaan nasabah), sedangkan sisanya sebesar 34,5% dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Misalnya seperti hubungan interpersonal, loyalitas, dan lain sebagainya.

Kepercayaan sangat penting untuk membangun dan membina hubungan jangka panjang dengan nasabah, terlebih lagi dalam *commitment trust theory* yang dipopulerkan oleh Morgan & Hunt (1994)¹² bahwa kepercayaan diyakini memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi komitmen. Banyak indikator yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dari seorang nasabah, salah satunya adalah tingkat kualitas layanan yang diberikan dan tingkat kepuasan yang di dapatkan nasabah. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Harris dan Goode (2004) yang mengatakan

¹² Rahmat Madjid, "Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi" *The International Journal Of Engineering And Science (IJES)*, Vol.2 No.5 (Mei 2013), 52

bahwa kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi tingkat kepercayaan. Sandip dan Kailash¹³ juga mendukung dengan hasil penelitian mereka dimana dimensi kualitas layanan seperti assurance-emphaty, reliability, dan tangibles secara signifikan memprediksi kepercayaan dan komitmen nasabah. penelitian lain yang dilakukan oleh Pramana I & Rastini¹⁴ juga membuktikan jika kepercayaan nasabah dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepercayaan yang diterima.

Sedangkan dasar teori untuk menilai pengaruh hubungan kepuasan nasabah terhadap tingkat kepercayaan nasabah adalah konsep pemasaran relasional (*relationship marketing*) yang dikemukakan oleh Barnes (2001)¹⁵, ia mengatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Dimana kepercayaan bertindak sebagai mediasi, hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sehingga secara tidak langsung kedua variabel yakni kepuasan dan kepercayaan tersebut saling terkait atau saling mempengaruhi dimana jika pelanggan merasa puas maka otomatis mereka akan lebih percaya begitupun sebaliknya. Steven A. Taylor¹⁶ juga mengungkapkan bahwa kepercayaan dapat berinteraksi dengan kepuasan dengan cara yang lebih kompleks seperti halnya pada kualitas layanan.

¹³ Sandip Ghosh Hazra dan Kailash B L Srivastava, "Impact of Service Quality on Customer Loyalty, Commitment and Trust in the Indian Banking Sector" The IUP Journal of Marketing Management, Vol.8, No.3&4 (November 2009), 89.

¹⁴ I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri" E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5 No.1 (2016), 730-731

¹⁵ Rahmat Madjid, *Op.cit.*, 55.

¹⁶ Steven A. Taylor, "Assessing the Use of Regression Analysis in Examining Service Recovery in the Insurance Industry: Relating Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Trust" Journal of Insurance Issues, Vol.24, No.1&2 (Oktober 2011), 48-50.

Selain itu teori penelitian lain dilakukan oleh Ardiyanto R¹⁷ dan Madjid¹⁸ dimana keduanya konsisten mengatakan bahwa jika kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah

D. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Bahwasanya kualitas layanan dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca merger, hal ini dikarenakan baik H₁ maupun H₂ diterima. Dan kedua variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah pasca merger pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Menurut (Tjiptono dan Chandra et al., 2005) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik atau memuaskan dan sebaliknya jika layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan akan dipersepsikan buruk.

Menurut penelitian yang ditulis oleh I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati¹⁹, menyebutkan terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kualitas layanan maupun kepuasan nasabah ke arah yang baik (positif) setelah adanya merger yang dilakukan pada perbankan, yang otomatis juga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dari nasabah terhadap munculnya bank hasil dari merger tersebut. Hal ini dikarenakan pihak bank pasti akan berusaha untuk memperbaiki tingkat kualitas pelayanan serta membangun kepercayaan para nasabah dari masing-masing bank sebelum merger agar sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki oleh nasabah akibat adanya merger yang dilakukan. Selain itu dari

¹⁷ Roesdian Bayu Ardiyanto, Skripsi: "*Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank Bri Syariah Surakarta*" (Surakarta:UMS, 2013), 12.

¹⁸ Ibid, hal 2.

¹⁹ I Gusti Ayu Putu Grace Sally Irmawati, hal 156

penelitian yang dilakukan oleh Asri Marlina²⁰, juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan nilai yang baik pasca merger yang mereka lakukan dengan nilai rata-rata berada pada interval 3,40 – 4,19. Sehingga kedua hal tersebut harus mendapatkan perhatian yang serius dari pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk dapat terus bersaing di kancah global, dikarenakan kualitas pelayanan merupakan salah satu jaminan terbaik dalam menciptakan serta mempertahankan kesetiaan nasabah.

Dari uraian di atas dapat kita lihat bahwasanya penelitian tentang merger merupakan salah satu topik yang sangat menarik untuk digali lebih dalam lagi, dikarenakan masih sedikitnya literatur yang membahasnya. Ditambah lagi Bank Syariah Indonesia (BSI) baru berdiri pada tahun 2020, sehingga masih membutuhkan banyak masukan untuk dapat terus berkembang dan berubah kearah yang lebih baik. Oleh karena itu penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan untuk penelitian-penelitian sejenis kedepannya terutama dibidang kinerja keuangan ataupun strategi yang akan digunakan oleh Bank BSI untuk menghadapi persaingan ditingkat global.

²⁰ Asri Marlina, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank Syariah Indonesia Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta *The Effects Of Service Quality On The Customers’ Satisfaction In The Post Of The Merger Of Indonesia Sharia Banks In Province Of Special District Of Yogyakarta*” (Yogyakarta:Ull, 2021) hal 58.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, L., & Handayani, T. “Percepatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Melalui Implementasi Tata Kelola Syariah” *Law and Justice* Vol.2, no.2, 124–134 (2018).
<https://doi.org/10.23917/laj.v2i2.3417>
- Ayu, G., Grace, P., & Irmawati, S. “Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga Cabang Denpasar (Studi Komparasi Sebelum dan Setelah Merger)” (2012).
(<https://www.neliti.com/publications/248282/analisis-kualitas-layanan-dan-kepuasan-nasabah-pt-cimb-niaga-cabang-denpasar-stu>)
- Dalvin Vinoth Kumar, A., Annie Christila, S., & Shakeela, N. An “Impact of Mergers & Takeovers of Public Sector Banks in Enhancing Customer Satisfaction. Parent selection for IPv6 enabled routing protocol for low power lossy network” *International Journal of Recent Technology and Engineering*” Vol.8, No.2, 6418-6421 (2019).
<https://doi.org/10.35940/ijrte.B2319.078219>
- Hazra, S. G., & Srivastava, K. B. L. “Impact of Service Quality on Customer Loyalty, Commitment and Trust in the Indian Banking Sector” *The IUP Journal of Marketing Management*, Vol.8, No.3 & 4, (2009)
<https://www.researchgate.net/publication/228215227>
- Jhon M.E, & Sadli, H. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 1990.
- Karim, K. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (T. Lestari, Ed.). CV. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020.
- Kurniawan, H. “Analisis Return On Asset (ROA) Beberapa Bank Pasca Merger di Indonesia” In *Jurnal Ilmiah WIDYA* Vol. 73 (2015).
http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_283232772808.pdf

- Madjid, R. "Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty At Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi" *The International Journal Of Engineering And Science*, Vol.2, Issue.5 (2013) www.theijes.com
- Marlina, A. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta *The Effects of Service Quality on The Customers' Satisfaction in The Post of The Merger of Indonesia Sharia Banks in Province of Special District of Yogyakarta* Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi" (2021). Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/36411>
- Mubarok, A. "Pengaruh Faktor Tingkat Pendidikan, Pengalaman Memimpin Dan Skala Usaha Terhadap Penerapan Sistem Informasi Akuntansi (Penelitian pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah "BMT" di Daerah Tegal)" Vol.7, no.10, 11–15 (2011). <http://e-journal.upstegal.ac.id/index.php/Sosekhum/article/view/397>
- Nastity Handayany, G. *Kualitas Pelayanan Kefarmasian dan Kepuasan Pasien* (Amirullah, Ed.). Malang: Media Nusa Creative, 2020.
- Novaldi, D., Iqbal Fasa, M., & Monalya, L. "Analisis Kondisi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Akibat Merger Bank Syariah Indonesia" *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol.6, no. 3 (2021). <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Pramana, I. G. Y. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali" *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.1 (2016). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/18248/11928>

- Purnomo, R. A. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS (P. C. Ambarwati, Ed.). Ponorogo: CV. Wade Group, 2016.
- Sa'adah, L., & Fajarul Munir, A. *Kualitas layanan, Harga, Citra Merk, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Simamora, B. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Sugiarti, D., Ekonomi, F., & Terbuka, U. "Dimensi Carter Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia: Studi Komparatif Sebelum dan Setelah Merger" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7, no.3 1696–1704 (2021).
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3660>
- Sultoni, H., Mardiana, K., & Muhammadiyah Tulungagung, S. "Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* Vol. 08 (2021).
<http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>
- Syukron, A. "Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia." *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* Vol.3, No.2 (2013).
<http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/economic/article/view/785>
- Tarigan, J., Yenewan, S., & Natalia Wibisono, G. *MERGER DAN AKUISISI: dari perspektif strategis dan kondisi Indonesia (pendekatan Konsep dan Studi Kasus)*. Yogyakarta: Ekuilibria, 2017.
- Taylor, S. "Assessing the Use of Regression Analysis in Examining Service Recovery in the Insurance Industry: Relating Service Quality" In *Article in Journal of Insurance Issues* (2011).
<https://www.researchgate.net/publication/227651295>
- Tjiptono, Fandy, & Candra, G. *Service, Quality, and Satisfaction*. Andy Offset, (2005)
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. *Uji Persyaratan Analisis* (T. Fitkorius, Ed.). Lumajang: Klik Media, 2020.

- Widjaja, G. *Merger Dalam Perspektif Monopoli*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Wiyono, W. M. “Cakrawala Hukum Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah Bumn Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah.” *Cakrawala Hukum* Vol.23, no.1, 65–73 (2021). <https://doi.org/10.51921/chk.v23i1.142>
- Yeboah, J., K. Asirifi, E., & Ampadu, S. (2015). “The Impact of Mergers and Acquisitions on Service Quality of Banks in Ghana: Case Study of Ecobank and Access Bank Ghana.” *International Journal of Business and Management* Vol.10, no.12, 167 (2015). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n12p167>