

PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KENYAMANAN DAN TINGKAT KUALITAS PELAYANAN PASCA MERGER BANK SYARIAH INDONESIA

(Studi kasus pada nasabah Bank Syariah Indonesia)

Dewi Hurwardani, Nur Diana, Harun Al Rasyid

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Masyarakat (X) terhadap Kenyamanan (Y1) dan Tingkat Kualitas Pelayanan (Y2) pasca merger Bank Syariah Indonesia.

Jenis penelitian didesain dengan penelitian korelasional. Sampel penelitian adalah 70 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan metode kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Persepsi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap kenyamanan pasca merger Bank Syariah Indonesia. (2) Persepsi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: *Persepsi Masyarakat, Kenyamanan, Tingkat Kualitas Pelayanan, Merger Bank Syariah Indonesia.*

ABSTRACT:

This study aims to determine Public Perception (X) of Convenience (Y1) and Service Quality Level (Y2) after the merger of Indonesian Islamic Banks.

This type of research is designed with correlational research. The research sample is 70 respondents who are customers of Bank Syariah Indonesia using the questionnaire method. Data were analyzed using simple regression analysis. The results of the study show that: (1) Public perception has a significant positive effect on comfort after the merger of Bank Syariah Indonesia. (2) Public perception has a significant positive effect on the level of service quality after the merger of Bank Syariah Indonesia.

Keywords: *Public Perception, Convenience, Service Quality Level, Merger of Indonesian Sharia Banks.*

I. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam mengembangkan Keuangan Syariah, salah satunya melalui industri Perbankan Syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Pada tahun 2020 Perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan yang positif, status ketahanan Perbankan Syariah jadi semakin solid (OJK, 2020).

Dari segi kelembagaan, Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah terus meningkat tercermin dari jumlah Lembaga Keuangan Syariah yang terus bertambah. Pada statistik Perbankan Syariah di OJK terdapat 14 Bank Umum Syariah yang sah beroperasi. Begitu pula kuantitas Unit Usaha Syariah yang sesuai ketentuan syariah pada Bank Konvensional terdapat 20 Unit Usaha Syariah yang sah (OJK, 2020)

Akan tetapi terdapat permasalahan utama yang dihadapi dalam upaya pengembangan Bank Syariah di Indonesia. Permasalahan tersebut yaitu keterbatasan modal. Keterbatasan modal ini menjadi salah satu permasalahan utama dalam mengembangkan industri Perbankan Syariah, isu permodalan ini patut mendapat perhatian khusus karena kekuatan modal menjadi salah satu kunci keberhasilan usaha (Rulindo et al., 2019).

Peluang Perbankan Syariah menurut Masterplan Ekonomi Syariah (2018) untuk dapat berkembang pesat di Indonesia diantaranya mayoritas penduduk Muslim, layanan Perbankan Syariah sudah terjangkau luas, akan tetapi masih terbelang tinggi peluang Perbankan Syariah yang belum dimanfaatkan oleh industri, terutama dikarenakan keterbatasan permodalan.

Bersumber pada laporan *The State of Global Islamic Economy Report 2019-2020*, Indonesia berada di posisi ke-5 dari 73 negara sebagai ekonomi syariah terbesar di dunia. Hal tersebut merupakan langkah tepat yang dilakukan pemerintah untuk melakukan merger Bank Syariah.

Adapun dorongan dilakukannya merger Bank Syariah ada beberapa hal, pertama keterbatasan

modal dan persaingan antar Bank Syariah. Kedua untuk memperkuat sistem Keuangan Syariah di Indonesia dengan cara menciptakan sinergi yang baik demi meningkatkan layanan Bank Syariah. Ketiga sebagian besar pembiayaan Bank Syariah bersifat jangka pendek (Setiawati, 2021).

Dengan dilakukan merger Bank Umum Syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menjadi Bank Syariah Indonesia di tengah kondisi pandemi covid 19 ini, ditandai dalam Perppu No.1/2020 tentang kebijakan keuangan negara dan stabilitas sistem keuangan untuk penanganan pandemi *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) dan/atau dalam rangka menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian nasional dan/atau stabilitas Sistem Keuangan dan POJK No.18/POJK.03/2020 tentang perintah tertulis untuk penanganan permasalahan Bank (Imandiar, 2020).

Bank hasil merger ini memiliki posisi yang sangat penting dalam Industri Perbankan Syariah Indonesia. Sebelum merger, peringkat Bank Nasional, Ketiga anak BUMN Perbankan yaitu BSM berada di peringkat 15, BRI Syariah di peringkat 27 dan BNI Syariah di peringkat 31. Pasca terjadinya merger menjadi BSI maka posisinya langsung naik drastis ke peringkat 7 Bank Nasional berdasarkan aset (Setiawan, 2021).

Azizah et al (2021) mengatakan bahwa dampak dari merger tiga Bank Syariah, yaitu mengharuskan nasabah melakukan migrasi rekening. Apabila tidak melakukannya, maka akan dilakukan proses migrasi secara otomatis yang mengakibatkan kartu debit tidak bisa digunakan dulu dan harus ke kantor cabang yang mana ini menyulitkan nasabah.

Kompetisi yang semakin ketat dalam dunia Perbankan memandang perlu bagi setiap tata kelola dalam Perbankan supaya membenahi kinerja Bank secara terus menerus agar cakap menghadapi kompetisi tersebut, dengan memberikan kualitas layanan yang dapat memenuhi harapan para nasabahnya.

Menurut Rachmad (2009) persepsi yaitu suatu yang dinamis karena nasabah memiliki prinsip akan berpikir rasional dan mendasarkan persepsinya kepada pengalaman. Sehingga persepsi masyarakat merupakan faktor yang bisa mempengaruhi kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia dengan hal tersebut nasabah akan memutuskan untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia. Pelayanan yang kualitasnya baik dan sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah akan mempengaruhi nasabah kembali bertransaksi lagi maupun melakukan promosi kepada orang sekitar agar bertransaksi kepada Bank tersebut.

Akbar (2021) membuktikan kualitas layanan pasca merger berada di posisi tengah antara puas dan tidak puas. Sedangkan Hidayah (2019) mengungkapkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh positif terhadap kenyamanan. Adanya pengaruh yang signifikan dapat diartikan bahwa dengan semakin baiknya persepsi masyarakat maka kenyamanan layanan akan mengalami peningkatan di Bank Syariah Indonesia pasca merger, sehingga hal tersebut dapat dikatakan bahwa kenyamanan layanan diperoleh dari hasil persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia. sebagaimana faktor persepsi masyarakat merupakan faktor yang bisa meningkatkan kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia pasca merger terhadap nasabahnya.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Kenyamanan dan Tingkat Kualitas Pelayanan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia)”

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat ditarik pertanyaan penelitian terkait dengan latar belakang masalah sebelumnya, di antaranya:

- 1) Bagaimana persepsi masyarakat (nasabah Bank Syariah Indonesia) terhadap kenyamanan pasca merger Bank Syariah Indonesia?
- 2) Bagaimana persepsi masyarakat (nasabah Bank Syariah Indonesia) terhadap tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia?

Tujuan Penelitian

Melalui Rumusan masalah diatas dapat dilihat bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk:

- 1) Mengetahui persepsi masyarakat (nasabah Bank Syariah Indonesia) terhadap kenyamanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.
- 2) Mengetahui persepsi masyarakat (nasabah Bank Syariah Indonesia) terhadap tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Kegunaan teoritis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan hasil penelitian ilmiah ini dapat menjadi acuan atau bahan tambahan informasi dan bermanfaat sebagai sumber referensi untuk penelitian mendatang, terutama yang berkeinginan untuk mengkaji tentang kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

b. Bagi Bidang Ilmu

Dapat memberikan kontribusi pemahaman terhadap mata kuliah dasar-dasar bank syariah, sistem operasional bank syariah, manajemen bank syariah, dan aset liabilitas manajemen bank syariah terkait dengan pengaruh persepsi masyarakat terhadap kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi instansi Bank Syariah Indonesia

Dengan hasil penelitian ilmiah ini dapat memberikan gambaran tentang persepsi masyarakat terhadap kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan pasca merger bank syariah Indonesia, sehingga penelitian ini dapat menjadi acuan untuk memperbaiki operasional BSI kedepannya.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian Terdahulu

Akmaliah (2020) dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank BRI Kantor Cabang Manado” Hasil penelitian mengungkapkan bahwa koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 54.0%. Hal ini dapat di asumsikan bahwa pengaruh variabel X (Persepsi) terhadap variabel Y (Kualitas Pelayanan) adalah sebesar 54.0% sedangkan sisanya adalah 46.0% dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini.

Bulan et al (2018) melakukan studi tentang “Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Layanan dan Minat Beli di Kota Langsa (Ritel Tradisional vs Modern)” Hasil penelitian membuktikan persepsi konsumen secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan.

Ramadhan & Asih (2021) melakukan studi tentang “Studi Komparatif: Kualitas Layanan *Mobile Banking* BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia”. Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* yang dirasakan nasabah di Bank Syariah Indonesia lebih baik dibandingkan dengan BRI Syariah, sedangkan dilihat dari hasil data *free sample t-test*, layanan *mobile banking* di BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia secara menyeluruh mempunyai nilai layanan yang baik.

Darna (2021) juga meneliti “Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Sebagai Bank Hasil Merger” Hasil penelitian tersebut menunjukkan kualitas layanan Bank hasil merger tersebut sangat baik, mengungkapkan pelayanannya yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas merupakan faktor penting untuk perkembangan Bank Syariah.

Ode (2016) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi, Kenyamanan, Kualitas layanan, Dan *Islamic Branding* Terhadap Preferensi Nasabah Bank BRI Syariah Di Surabaya” Hasil penelitian menunjukkan Hasil uji F mengatakan bahwa Persepsi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya, artinya jika nasabah mempunyai persepsi layanan

yang baik, maka akan berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan Bank BRI Syariah.

Abdul-ramon & Ayorinde (2021) *“Impact Of Merger And Acquisition On Customer Service Quality of Deposit Money Banks In Nigeria”* Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa merger berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Bank uang simpanan di Nigeria ditinjau dari kualitas layanan pelanggan.

Hidayah, (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Tata Letak Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kenyamanan Pengunjung Wisata Kampung Coklat Kademangan Blitar” Hasil analisis dapat diketahui bahwa persepsi tata letak fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan Wisatawan Edukasi Kampung Coklat. Adanya pengaruh yang signifikan dapat diartikan bahwa dengan semakin baiknya persepsi tata letak fasilitas konsumen maka kenyamanan Wisatawan Edukasi Kampung Coklat akan mengalami peningkatan.

Landasan Teori

Persepsi Masyarakat

Azwar (2007) mengemukakan persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi. Sedangkan persepsi masyarakat tentang layanan dan produk Bank Syariah merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat (nasabah) tentang layanan dan produk Bank Syariah. Pemilihan produk Bank Syariah seringkali didasarkan pada informasi mengenai kenyamanan layanan dan keuntungan yang akan diperoleh oleh nasabah (Lukiyana et al., 2018).

Kenyamanan

Menurut Satwiko (2009) kenyamanan merupakan penilaian individu terhadap lingkungan sekitarnya dimana seseorang akan menilai kondisi lingkungan berdasarkan apa yang mereka rasakan. Otak akan merespons apakah kondisi tersebut dapat dikatakan nyaman atau tidak. Kenyamanan layanan menjadi aspek penting dalam penyedia jasa karena sedikit banyak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kenyamanan layanan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memenangkan kompetisi (Sari, 2016).

Tingkat Kualitas Pelayanan

Parasuraman (1996) mengungkapkan kualitas layanan adalah hasil dari evaluasi pelanggan saat ini dan pengalaman konsumsi dan diharapkan memiliki efek langsung dan positif pada pelanggan secara keseluruhan kepuasan.

Kualitas layanan dalam konteks Perbankan Syariah adalah kemampuan Perusahaan untuk menyediakan produk atau layanan seperti yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan di luar harapan konsumen (Asnawi et al., 2019).

Merger atau Migrasi

Pengertian merger dan migrasi dalam dunia perbankan atau usaha yaitu merger dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti penggabungan dua atau lebih perusahaan di bawah satu kepemilikan seperti penggabungan beberapa bank menjadi satu bank. Sedangkan migrasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu perpindahan sistem yang lama ke sistem yang baru seperti migrasi rekening.

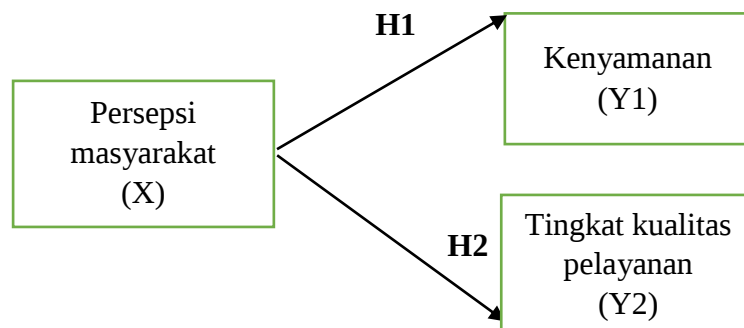
Merger adalah salah satu strategi yang dipakai bank untuk menumbuhkan dan mengembangkan perbankan. Dalam merger, perusahaan menggabungkan dan berbagi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai visi dan misi bersama. Pemegang saham dari perbankan gabungan biasanya tetap menjadi pemilik bersama dari perusahaan gabungan (Ramadan, 2021).

Bank Syariah Indonesia

Bank syariah Indonesia merupakan bank hasil penggabungan antara beberapa Bank Syariah milik negara Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank BRI Syariah (BRIS), Bank BNI Syariah (BNIS). Bank Syariah Indonesia (BSI) resmi beroperasi pada (01/02/2021), Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga Bank Syariah ini diharapkan bisa memberikan

pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian Nasional (Irawan et al., 2021).

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, penelitian ini menggambarkan bahwa terdapat 1 variabel independen yaitu persepsi masyarakat (X). Selain itu, terdapat 2 variabel dependen yaitu kenyamanan (Y1), tingkat kualitas pelayanan (Y2).

Hipotesis Penelitian

H1: Persepsi masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap kenyamanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

H2: Persepsi masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menguji hubungan variabel independen yaitu, persepsi masyarakat (X) terhadap variabel dependen yaitu kenyamanan (Y1), tingkat kualitas pelayanan (Y2).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada nasabah pengguna layanan Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari Januari 2022 s/d Juni 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia yang sudah memenuhi kriteria sebagai responden. Sampel dalam penelitian menggunakan rumus Maholtra dengan kriteria para nasabah Bank Syariah Indonesia ex-BNI Syariah, ex-BRI Syariah dan ex-Bank Syariah Mandiri:

1. Nasabah BSI
2. Pengguna layanan BSI
3. Kota Asal

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini membedakan antara variabel *dependent* dan variabel *independent*, yang masing-masing akan diuraikan seperti dibawah ini:

Variabel *independent*

Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat. Lukiyana et al (2018) menyatakan bahwa persepsi masyarakat tentang layanan dan produk Bank Syariah merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat (nasabah) tentang layanan dan produk Bank Syariah. Pemilihan produk Bank Syariah sering kali didasarkan pada informasi mengenai kenyamanan layanan dan keuntungan yang akan diperoleh oleh nasabah. Variabel ini di ukur dengan skala *likert* 5 poin.

Indikator persepsi masyarakat (nasabah) (Lukiyana et al., 2018) yaitu:

- a. Sikap
- b. Motif
- c. Kepentingan
- d. Pengalaman
- e. Pengharapan

Variabel *Dependent*

Variabel *Dependent* yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan kedalam 2 variabel sebagai berikut

Kenyamanan

Kenyamanan merupakan penilaian individu terhadap lingkungan sekitarnya dimana seseorang akan menilai kondisi lingkungan berdasarkan apa yang mereka rasakan. Otak akan merespons apakah kondisi tersebut dapat dikatakan nyaman atau tidak (Satwiko, 2009) . Variabel ini di ukur dengan skala *likert* 5 poin.

Menurut Poon indikator dalam kenyamanan yang bisa diimplementasikan dalam (Umar, 2014), yaitu:

- a. Bisa diakses dimanapun dan kapanpun
- b. Tidak menimbulkan adanya antrean
- c. Menghemat waktu
- d. Prinsip bagi hasil

Tingkat Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dalam konteks Perbankan Syariah adalah kemampuan Perusahaan untuk menyediakan produk atau layanan seperti yang diharapkan oleh konsumen atau bahkan di luar harapan konsumen (Asnawi et al., 2019). Variabel ini di ukur dengan skala *likert* 5 poin.

Parasuraman, et.al (1988) menyimpulkan bahwa ada lima indikator yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu (Astuti, 2012).

- a. Bukti Langsung (*Tangibles*): aspek yang terlihat secara fisik dalam Bank Syariah seperti peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi.
- b. Keandalan (*Reliability*): kemampuan Bank Syariah untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*): keinginan Bank Syariah untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat.
- d. Jaminan (*Assurance*): pengetahuan dan kesopanan karyawan Bank Syariah (baik verbal dan tulisan) dan kemampuan mereka memberikan rasa aman dan percaya kepada nasabah.
- e. Empati (*Emphaty*): kemampuan karyawan Bank Syariah untuk peduli dan memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari kuesioner yang telah diberikan ke responden yaitu para nasabah Bank Syariah Indonesia ex-BNI Syariah, ex-BRI Syariah dan ex-Bank Syariah Mandiri. Yang mana nasabah merupakan pengguna layanan Bank Syariah Indonesia.

Metode Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan (Sugiono,2016).

2. Uji Kualitas Data

Sebelum pengambilan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *kaiser meyer measure of sampling adequacy* (Kaiser MSA) yang disyaratkan agar data yang terkumpul dapat tepat dilakukan analisis faktor dengan nilai sebesar 0,5 (Suliyanto, 2011).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2016:170) mengatakan bahwa Reliabilitas mengarah pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut reliabel dan handal. Uji keandalan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat diterapkan pada objek penelitian yang sama secara berulang-ulang dan dapat menghasilkan mendekati ukuran sebelumnya, teknik yang digunakan untuk menguji Reliabilitas Konsistensi adalah *Alpha Cronbach* yaitu derajat ketepatan yang handal, ketelitian/akurasi yang ditinjau kan oleh instrumen pengukuran tekniknya menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan kriteria hasil pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Alpha Cronbach* hasil perhitungan $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliabel.
- 2) Jika nilai *Alpha Cronbach* hasil perhitungan $< 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah tidak reliabel.

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dapat digunakan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan tersebut terdistribusi normal atau tidak. Dengan melakukan pengujian data tersebut menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Adapun kriteria penilaiannya sebagai berikut :

- a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka dikatakan normal.
- b) Jika probabilitas $< 0,05$ maka dikatakan tidak normal.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Sebelum di uji dengan analisis regresi linier sederhana

Model regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini memiliki formula sebagai berikut:

$$\text{Model 1 } Y = a + b_1x_1 + e$$

$$\text{Model 2 } Y = a + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y1 = kenyamanan

Y2 = tingkat kualitas pelayanan

X = persepsi masyarakat

B = koefisien regresi

E = standar eror

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator di seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade terakhir.

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya ketiga Bank Syariah yang dimiliki bank BUMN, seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan ketiga Bank Syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global (Jannah, 2021).

2. Gambaran Umum Penyebaran Kuesioner

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan Bank Syariah Indonesia, adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang ditentukan oleh peneliti dengan jumlah 70 responden dengan kriteria nasabah pengguna layanan Bank Syariah Indonesia ex-BNI Syariah, ex-BRI Syariah dan ex-Bank Syariah Mandiri. Penyebaran kuesioner (Angket) dilakukan secara online dengan menggunakan Google Form di sebarakan melalui media Facebook & media WhatsApp yang mana merupakan nasabah pengguna layanan Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4.1
Deskripsi Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase %
Total kuesioner yang disebar	75	100%
Total kuesioner yang tidak diisi	5	7%
Total kuesioner yang tidak lengkap	0	0
Total kuesioner yang dapat diolah	70	93%

Sumber: Data Diolah 2022

Data dalam penelitian ini melalui kuesioner yang dibagikan kepada 75 responden yaitu nasabah pengguna layanan Bank Syariah Indonesia ex-BNI Syariah, ex-BRI Syariah dan ex-Bank Syariah Mandiri. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 24 pernyataan dan di setiap pernyataan terdiri dari 5 pilihan jawaban. Dasar penilaian kuesioner masing-masing jawaban yaitu dengan skala *likert* 5 poin dengan pola dari poin 1 menyatakan sangat tidak setuju sampai poin 5 sangat setuju. Kuesioner yang tidak diisi sebanyak 5 Sehingga, kuesioner yang dapat diolah sebanyak 70 sehingga tingkat responden *rate* adalah 93%.

3. Statistik Deskriptif

Tabel 4.2
Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Masyarakat	70	3	5	4.35	.580
Kenyamanan	70	3	5	4.39	.551
Tingkat Kualitas Pelayanan	70	3	5	4.39	.532
Valid N (listwise)	70				

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.2 menggambarkan deskripsi variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Masyarakat (X)

Jawaban responden untuk variabel persepsi masyarakat memiliki nilai *minimum* 3 dan nilai

maksimum 5 dan nilai rata-rata 4,35 serta standar deviasi 0,580 dengan jumlah pertanyaan 10.

2. Variabel Kenyamanan (Y1)

Jawaban responden untuk variabel kenyamanan memiliki nilai *minimum* 3 dan nilai *maksimum* 5 dan nilai rata-rata 4,39 serta standar deviasi 0,551 dengan jumlah pertanyaan 4.

3. Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan (Y2)

Jawaban responden untuk variabel tingkat kualitas pelayanan memiliki nilai *minimum* 3 dan nilai *maksimum* 5 dan nilai rata-rata 4,39 serta standar deviasi 0,532 dengan jumlah pertanyaan 10.

Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 4.3
Ringkasan Uji Validitas

Variabel	Indikator	R tabel	R Hitung	Keterangan
Persepsi Masyarakat (X)	X.1	0,2352	0.679	Valid
	X.2	0,2352	0.777	
	X.3	0,2352	0.765	
	X.4	0,2352	0.798	
	X.5	0,2352	0.855	
	X.6	0,2352	0.752	
	X.7	0,2352	0.798	
	X.8	0,2352	0.759	
	X.9	0,2352	0.748	
	X.10	0,2352	0.783	
Kenyamanan (Y1)	Y1.1	0,2352	0.721	Valid
	Y1.2	0,2352	0.792	
	Y1.3	0,2352	0.850	
	Y1.4	0,2352	0.791	
Tingkat Kualitas Pelayanan (Y2)	Y2.1	0,2352	0.734	Valid
	Y2.2	0,2352	0.779	
	Y2.3	0,2352	0.783	
	Y2.4	0,2352	0.837	
	Y2.5	0,2352	0.762	
	Y2.6	0,2352	0.743	
	Y2.7	0,2352	0.554	
	Y2.8	0,2352	0.674	
	Y2.9	0,2352	0.669	
	Y2.10	0,2352	0.625	

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1) Variabel Persepsi Masyarakat (X)

Dapat disimpulkan bahwa nilai R hitung dari masing-masing pernyataan dari nilai yang terendah 0,679 sampai 0,855 yang tertinggi > 0,2352 yang berarti nilai R hitung > R tabel dapat

dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat di variabel persepsi masyarakat yaitu valid.

2) Variabel Kenyamanan (Y1)

Dapat disimpulkan bahwa nilai R hitung dari masing-masing pernyataan dari nilai yang terendah 0,721 sampai 0,850 yang tertinggi $> 0,2352$ yang berarti nilai R hitung $> R$ tabel dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat di variabel Kenyamanan yaitu valid.

3) Variabel Tingkat Kualitas Pelayanan (Y2)

Dapat disimpulkan bahwa nilai R hitung dari masing-masing pernyataan dari nilai yang terendah 0,554 sampai 0,837 yang tertinggi $> 0,2352$ yang berarti nilai R hitung $> R$ tabel dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat di variabel tingkat kualitas pelayanan yaitu valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4
Ringkasan Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
Persepsi Masyarakat	0,924	Reliabel
Kenyamanan	0,797	Reliabel
Tingkat Kualitas Pelayanan	0,895	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.4 hasil pengujian variabel persepsi masyarakat, kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *cronbachs alfa* memiliki nilai lebih dari 0,6 maka data tersebut reliabel dan bisa digunakan dalam penelitian.

2. Uji Normalitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Persepsi Masyarakat	Kenyamanan	Tingkat Kualitas Pelayanan
N		70	70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4.35	4.39	4.39
	Std. Deviation	0.580	0.551	0.532
	Absolute	.131	.146	.147
Most Extreme Differences	Positive	.131	.128	.147
	Negative	-.130	-.146	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.093	1.224	1.230
Asymp. Sig. (2-tailed)		.183	.100	.096

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.5 diatas maka variabel kenyamanan (X) memiliki nilai *Kolmogorov-smirnov Z* sebesar 1.093 dengan signifikan 0,183. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig $0,183 > \alpha$ (0,05) dinyatakan berdistribusi normal.

Variabel kenyamanan (Y1) memiliki nilai *Kolmogorov-smirnov Z* sebesar 1,224 dengan signifikan 0,100. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig $0,100 > \alpha$ (0,05) dinyatakan berdistribusi normal.

Variabel tingkat kualitas pelayanan (Y2) memiliki nilai *Kolmogorov-smirnov Z* sebesar 1.230 dengan signifikan 0,96. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,96 > \alpha (0,05)$ dinyatakan berdistribusi normal.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.5
Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.681	1.266		3.698	.000
	Persepsi masyarakat	.296	.029	.780	10.273	.000

a Dependent Variable: Kenyamanan

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Pada tabel diketahui nilai *constant* (a) sebesar 4.681, sedang nilai b (koefisien regresi) sebesar 0.296 sehingga persamaan regresi linier sederhana model pertama adalah sebagai berikut :

$$\text{Model 1 } Y = a + b_1x_1 + e$$

$$Y = 4.681 + 0,296 X_1 + e$$

Sign (0,000)

Keterangan:

Y1 = kenyamanan

Y2 = tingkat kualitas pelayanan

X = persepsi masyarakat

B = koefisien regresi

E = standar eror

Tabel 4.6
Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.813	2.526		3.885	.000
	Persepsi masyarakat	.784	.058	.855	13.617	.000

a Dependent Variable: Tingkat kualitas pelayanan

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Pada tabel diketahui nilai *constant* (a) sebesar 9.813, sedang nilai b (koefisien regresi) sebesar 0.784 sehingga persamaan regresi linear sederhana model kedua adalah sebagai berikut :

$$\text{Model 2 } Y = a + b_2x_2 + e$$

$$Y = 9.813 + 0,784 X_2 + e$$

Sign (0.000)

Keterangan:

Y1 = kenyamanan

Y2 = tingkat kualitas pelayanan

X = persepsi masyarakat

B = koefisien regresi

E = standar eror

4. Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Tabel 4.7
Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203.819	1	203.819	105.538	.000(a)
	Residual	131.324	68	1.931		
	Total	335.143	69			

ANOVA(b)

a Predictors: (Constant), Persepsi masyarakat

b Dependent Variable: Kenyamanan

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Hasil pengujian secara simultan pada tabel menunjukkan nilai F hitung sebesar 105.538 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) yang artinya H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat (X) berpengaruh terhadap kenyamanan(Y1).

Tabel 4.8
Uji F (Simultan)

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1426.372	1	1426.372	185.415	.000(a)
	Residual	523.114	68	7.693		
	Total	1949.486	69			

a Predictors: (Constant), Persepsi masyarakat

b Dependent Variable: Tingkat kualitas pelayanan

Sumber :Data Diolah SPSS 2022

Pada tabel kedua hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 185.415 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) yang artinya H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat (X) berpengaruh terhadap tingkat kualitas pelayanan (Y2).

2. Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 4.9
Uji Koefisien Determinasi (R2)
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780(a)	.608	.602	1.390

a Predictors: (Constant), Persepsi masyarakat

b Dependent Variable: Kenyamanan

Sumber: Data DiolahSPSS 2022

Dari tabel 4.9 diketahui bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,602. Hal ini berarti sebesar 60,2% variabel kenyamanan dipengaruhi oleh variabel persepsi masyarakat sedangkan sisanya sebesar 39,8% ($100\% - 60,2\%$) dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi (R2)
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855(a)	.732	.728	2.774

a Predictors: (Constant), Persepsi masyarakat

b Dependent Variable: Tingkat kualitas pelayanan

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Dari tabel 4.10 diketahui bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,728. Hal ini berarti sebesar 72,8% variabel tingkat kualitas pelayanan dipengaruhi oleh variabel persepsi masyarakat sedangkan sisanya sebesar 27,2% (100% – 72,8%) dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Uji t (Parsial)

Tabel 4.11
Uji t (Parsial)
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.681	1.266		3.698	.000
	Persepsi masyarakat	.296	.029	.780	10.273	.000

a Dependent Variable: Kenyamanan

Sumber : Data Diolah SPSS 2022

Berdasarkan uji secara parsial yang terdapat pada tabel 4.11 maka dihasilkan keterangan sebagai berikut :

1. Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap kenyamanan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia.

Hasil t uji persepsi masyarakat (X) sebesar 10.273 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan t lebih kecil dibandingkan 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H1 diterima. Dapat disimpulkan variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4.12
Uji t (Parsial)
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.813	2.526		3.885	.000
	Persepsi masyarakat	.784	.058	.855	13.617	.000

a Dependent Variable: Tingkat kualitas pelayanan

Sumber: Data Diolah SPSS 2022

Berdasarkan uji secara parsial yang terdapat pada tabel 4.12 maka dihasilkan keterangan sebagai berikut :

1. Pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia.

Hasil t uji persepsi masyarakat (X) sebesar 13.617, dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan t lebih kecil dibandingkan 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H2 diterima. Dapat disimpulkan variabel Persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

Diskusi

1. Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Kenyamanan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa penelitian ini mengungkapkan variabel persepsi masyarakat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat.

Penelitian ini menunjukkan persepsi masyarakat tersebut mempunyai hubungan yang positif dengan kenyamanan layanan. Hal ini dibuktikan dari jawaban responden berdasarkan nasabah Bank Syariah Mandiri sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia dengan pernyataan yang diberikan oleh peneliti bahwa persepsi masyarakat mengenai petugas Bank Syariah Indonesia pasca merger bersikap sopan, tenang dan menghargai nasabah dan juga sikap antusias petugas Bank Syariah Indonesia pasca merger dalam melayani nasabah mampu menjadi pendengar yang baik atas keluhan nasabah sehingga dengan hal ini nasabah akan merasakan kenyamanan.

Berdasarkan tanggapan responden oleh nasabah BRI Syariah sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia dengan pernyataan yang diberikan bahwa persepsi masyarakat terkait semakin mudah prosedur dan persyaratan pembukaan rekening di Bank Syariah Indonesia pasca merger maka akan semakin nyaman nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia.

Kemudian jawaban responden dari nasabah Bank BNI Syariah sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia dengan pernyataan yang diberikan bahwa persepsi masyarakat tentang biaya pembukaan rekening di Bank Syariah Indonesia pasca merger bertambah murah dengan hal tersebut, maka akan bertambah kenyamanan layanan nasabah Bank Syariah Indonesia. Yang berarti bahwa jika nasabah mempunyai persepsi layanan yang baik, maka akan berpengaruh terhadap kenyamanan layanan di Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2019) yang menunjukkan bahwa Hasil analisis dapat diketahui bahwa persepsi tata letak fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan Wisatawan Edukasi Kampung Coklat. Hal ini dikarenakan persepsi tata letak fasilitas konsumen semakin baik sehingga kenyamanan Wisatawan Edukasi Kampung Coklat akan mengalami peningkatan.

2. Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Pasca Merger Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Pengujian ini dapat diartikan bahwa H_2 diterima dengan pernyataan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh terhadap tingkat kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia. Artinya semakin baik persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia maka semakin baik pula tingkat kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia.

Hal ini sesuai dengan tanggapan responden nasabah Bank Syariah Mandiri sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia dengan pernyataan yang diberikan, bahwasanya persepsi masyarakat mengenai reputasi Bank Syariah Indonesia pasca merger merupakan salah satu bank yang memperoleh tingkat kepercayaan yang baik dari masyarakat dengan demikian semakin baik persepsi masyarakat terkait reputasi Bank Syariah Indonesia maka akan semakin baik pula tingkat kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap nasabahnya.

Berdasarkan jawaban responden nasabah BRI Syariah sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia dengan pernyataan yang telah dibagikan, bahwa persepsi masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia pasca merger tidak menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi sehingga hal tersebut memunculkan pandangan positif pada masyarakat dengan menerapkan sistem bagi hasil maka akan semakin baik kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia.

Menurut jawaban responden nasabah BNI Syariah sebelum merger menjadi Bank Syariah Indonesia dengan pernyataan bahwa persepsi masyarakat terkait Bank Syariah Indonesia pasca merger tidak menjalankan praktik monopoli melainkan memudahkan nasabah dalam bertransaksi dengan hal tersebut dapat dikatakan dengan tidak menjalankan praktik monopoli dalam bisnis Bank Syariah Indonesia maka akan semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia.

Artinya semakin baik persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia maka semakin baik pula tingkat kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Akmaliah (2020), yang mana hasil penelitian mengungkapkan bahwa koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 54.0%. Hal ini dapat di asumsikan bahwa pengaruh variabel X (Persepsi) terhadap variabel Y (Kualitas Pelayanan) adalah sebesar 54.0%. Hal ini dikarenakan bahwa bank BRI KC Manado telah berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan kemudahan terhadap nasabahnya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan persepsi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap kenyamanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan persepsi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di dapatkan, selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran untuk subjek penelitian dan untuk peneliti selanjutnya:

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa melakukan penelitian untuk menambah variabel independen seperti variabel *islamic branding* dan variabel kemudahan yang dapat mempengaruhi variabel kenyamanan dan tingkat kualitas pelayanan pasca merger Bank Syariah Indonesia, sehingga Bank Syariah Indonesia dapat memperbaiki & meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Disarankan untuk peneliti yang akan datang dalam pengambilan sampel harus lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner secara langsung dan diawasi terhadap responden untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, Mf Arrozi, Maslichah Maslichah, and Nur Diana. "The Benefits of Accounting Information On The Intention of Stocks Selections In Indonesia Stock Exchange (IDX)." *The Indonesian Journal of Accounting Research* 20.1 (2017).
- Abdul-ramon, O. A., & Ayorinde, A. O. (2021). *Impact Of Merger And Acquisition On Customer Service Quality Of Deposit Money*. 01, 1–13.
- Akmaliah, N. (2020). Pengaruh Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Di Bank Bri Kantor Cabang Manado - *IAIN Manado Repository*. <http://repository.iain-manado.ac.id/159/>
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2019). The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Article in Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2017-0033>
- Astuti, H. J. (2012). Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model). *Jurnal Media Ekonomi*, 7(1), 1–20.
- Bulan, T. P. L., Chandra, R., & Amilia, S. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Layanan dan Minat Beli di Kota Langsa (Ritel Tradisional vs Modern). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 138–149. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V9I2.762>
- Hidayah, Z. R. (2019). *Pengaruh Persepsi Tata Letak Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kenyamanan Pengunjung Wisata Kampung Coklat Kademangan Blitar - Brawijaya Knowledge Garden*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/173841/>
- Imandiar, Y. (2020). OJK Terbitkan Kebijakan Untuk Tindak Lanjutan Kebijakan Perppu Nomor 1 Tahun 2020. 12 Mei, 2019(1), 2020. <https://finance.detik.com/moneter/d-5011291/ojktbitkankebijakan-untuktindaklanjutanperppuno1-tahun2020>
- Irawan, H., Dianita, I., & Mulya, A. D. S. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan

- Ekonomi Nasional. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.47435/ASY-SYARIKAH.V3I2.686>
- Jannah, N. A. AL. (2021, November). *Profil PT Bank Syariah Indonesia Tbk*. <https://dataindonesia.id/arsip/detail/profil-pt-bank-syariah-indonesia-tbk>
- Lukiyana, L., Astuti1, V., Fkip, P. A., & Murwani, J. (2018). Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Produk Tabungan IB Hasanah Wadiah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank BNI Syariah Madiun. *FIPA : Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 6(2). <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/591>
- Ode, P. (2016). *Pengaruh Persepsi, Kenyamanan, Kualitas Layanan, dan Islamic Branding Terhadap Preferensi Nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya*.
- OJK. (2020). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI) tahun 2020*.
- Ramadan, muhammad raau. (2021). Merger Bank Syariah Dan Pengembangan UMKM Di Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(6), 7–24. <http://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/290>
- Ramadhan, M. Z. J., & Asih, V. S. (2021). Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1(3), 578–583. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/ijem/article/view/3492>
- Rulindo, R., Tamanni, L., Cintokowati, C., & Farhan, Z. M. (2019). Kajian Konversi, Merger, Holding, dan Pembentukan Bank BUMN Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(1), 1689–1699. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techsoc.2016.08.001> <https://medium.com/idols-of-the-theatre/the-problems-with-colonial-science-and-technology-transfer-5eb6bd7c0800> <https://www.dawsonera.com/readonline/9781848133815> <https://publication/uuid/F4832ADD-8D>
- Sari, errina junita puspita. (2016). *Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Hubungan Dan Kenyamanan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop Di Surabaya*. Perpustakaan Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Setiawan, moch sapto. (2021). *pemegang saham media internal kementerian BUMN edisi 2*. Kementerian Badan Usaha Milik Negara. <https://bumn.go.id/media/buletin>
- Setiawati, R. (2021). Bank Syariah Indonesia Dalam Memperkuat Sistem Keuangan Syariah Indonesia. *Institut Manajemen Koperasi Indonesia*. <http://repository.ikopin.ac.id/id/eprint/1341>