

Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Masyarakat Tentang Merger Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia

Rana Zaenatul Laela¹, Akhmad Arif Rifan^{2*}

¹Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia.

*Email: akhmad.rifan@pbs.uad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengetahuan dan persepsi tentang merger bank syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria responden berusia minimal 18 tahun dan berdomisili di Yogyakarta, teknik pengambilan sampel purposive sampling. Peneliti menggunakan analisis linier berganda dengan alat analisis data SPSS versi 26. Hasil penelitian ini secara parsial variabel pengetahuan tentang merger bank syariah dan persepsi tentang merger bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia. Secara simultan atau bersama - sama variabel pengetahuan dan persepsi tentang merger bank syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Kata kunci: Pengetahuan Merger Bank Syariah; Persepsi Merger Bank Syariah; Minat menjadi nasabah; Bank Syariah Indonesia

Pendahuluan

Islamic Banking atau Bank Syariah yakni badan usaha yang melaksanakan aktivitas bisnisnya tidak bergantung pada bunga. Dalam beroperasi bank syariah dengan nasabah memiliki misi kebersamaan. Hal ini menghasilkan bank syariah yang bisa menjalankan kegiatannya secara sehat serta dapat memberikan kesejahteraan untuk para nasabah. Sistem bagi hasil sebagai pengganti sistem bunga dinilai dapat mengurangi dampak negatif yang berasal dari sistem bunga, seperti beban - beban bunga yang berlebih pada nasabah yang tidak bisa membayar saat jatuh tempo, serta sedikitnya peluang pada kaum ekonomi bawah untuk mengembangkan usahanya (Susanti, 2017).

Setelah (PT. BMI) berdiri menjadi bank syariah sah pertama, maka sejak itu penduduk Indonesia baru mengetahui dan memakai jasa perbankan berlandaskan syariah pada tahun 1992. Awalnya bank ini kurang populer serta kinerjanya stagnan. Ditahun 1988 saat Indonesia dimasa krisis ekonomi, Bank Muamalat menunjukkan kemampuannya untuk bertahan pada waktu itu, hal ini membuat bank syariah diincar oleh para nasabah. Bank Syariah di Indonesia tumbuh

dengan pesat, dibuktikan dengan bank syariah yang tumbuh diseluruh Indonesia. Di tahun tersebut juga, pemerintah telah menentukan UU Bank Nomor 7 Tahun 1992 lalu diperluas dalam PP Nomor 72 Tahun 1992 terkait Bank Syariah, didalamnya terdapat aturan bagi hasil selaku sumber hukum bank syariah di Indonesia (Marpaung, 2021).

UU Nomor 21 Tahun 2008 terkait hal di atas menyatakan bahwa seluruh bagian yang memiliki hubungan terhadap Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk forum dan aktivitas komersial sesuai dengan prinsip aturan Islam. Sebagai badan perantara dan fasilitator jasa keuangan bank syariah bekerja berlandaskan prinsip dan aturan yang mengangkat nilai-nilai Islam, dan yang paling utama adalah terhindar dari bunga (riba), terhindar dari aktivitas yang mendatangkan keuntungan besar, misalnya judi (maysir), terhindar dari aktivitas yang tidak jelas dan meragukan (gharar), teguh akan prinsip keadilan serta memberikan dana untuk aktivitas bermanfaat yang sifatnya syah (Yusuf, 2017).

Hal umum yang membedakan Bank Konvensional dan Bank Syariah yaitu pengembalian dan pembagian keuntungan pada nasabah sehingga terbentuklah sistem bunga di bank konvensional dan bagi hasil di bank syariah (Marimin & Romdhoni, 2017). Adanya bank konvensional dan bank syariah berperan setrategis sebagai financial intermediaries bagi penyaji jasa pembayaran. Sehingga, kedua jenis bank tersebut mempunyai ciri-ciri berbeda, sehingga akan mempengaruhi perilaku calon nasabah terhadap produk perbankan konvensional dan hukum syariah (Jannah, 2014).

Faktor yang paling mendasar dalam mempengaruhi nasabah agar menentukan jenis bank yaitu pengetahuan. Pengetahuan merupakan informasi yang diperoleh melalui media seperti majalah, televisi, internet, radio, iklan, surat kabar, brosur, pengumuman, atau bahkan melalui pengalaman seseorang. Meskipun di Indonesia mayoritas beragama muslim akan tetapi masih banyak sekali masyarakat yang kurang mengetahui perkembangan Bank Syariah di negara ini (Assegaf, 2021).

Ketika dilakukan perbandingan dengan bank konvensional, kinerja bank syariah masih dikatakan rendah. Maka dari itu salah satu langkah yang diusahakan yaitu menggabungkan tiga Bank BUMN menjadi satu kesatuan Bank Syariah Indonesia agar kuat bersaing dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah meningkat. Dengan adanya hal itu besar harapannya kekayaan yang didapatkan menjadi lebih tinggi serta dapat tersebar dipangsa pasar yang luas (Muharam, 2014).

Secara resmi penggabungan yang dilakukan pemerintah pada awal tahun 2021 yaitu tiga Bank Syariah BUMN terdiri dari Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah yang di marger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Maka dari itu kelebihan - kelebihan dari setiap

bank disatukan atau digabungkan agar terciptanya layanan yang semakin sempurna, pencapaian yang semakin luas, serta mewadahi modal yang semakin baik. Merger tiga bank BUMN berdampak positif pada kualitas perbankan syariah di Indonesia, seperti jumlah modal yang besar dan memiliki potensi profitabilitas yang menjanjikan (Krismaya, 2021).

Arti merger yaitu menggabungkan dua korporasi atau lebih dan cuma satu korporasi bisa hidup selaku badan hukum, sedangkan korporasi lain memberhentikan kegiatan. Penggabungan ini diharapkan dapat jadi suatu hal baik, dan jadi dampak baru pembangunan ekonomi nasional yang membawakan kontribusi pada kemakmuran rakyat. Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah syariah di Indonesia yang modern dan universal, serta memberi kebaikan bagi seluruh alam (Rahmatan Lil'Aalamin) (Arinta, 2017).

Merger dapat membantu memecahkan salah satu permasalahan yang ada di bank syariah yaitu permodalan. Memiliki modal besar akan memberi dorongan untuk bank syariah guna membantu dalam pendanaan yang semakin tinggi. Tujuan pemerintah membentuk tiga Bank BUMN menjadi Bank Syariah Indonesia yaitu untuk memperluas keuangan syariah di Indonesia. Terdapat peluang setelah adanya seperti meningkatnya aset dan tantangan merger dalam masa pandemi seperti risiko pembiayaan (Fiqri et al., 2021). Persepsi merupakan tahap di mana seorang memilih, merancang, dan menafsirkan informasi yang kemudian membuat sesuatu yang bermakna. Persepsi dikatakan juga sebagai suatu proses yang dimulai dengan adanya stimulan dan mempengaruhi indera manusia lalu mewujudkan suatu respon. Hasil penelitian diperoleh (Setiawati, 2021). mempunyai kesimpulan jika persepsi masyarakat terkait merger 3 Bank Syariah, ternyata sudah diketahui dan didukung serta keyakinan masyarakat bahwa bank syariah akan lebih maju dan besar.

Menurut (Basthomi, 2021). menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia tentu saja tidak semudah seperti apa yang dibayangkan, karena kesadaran masyarakat akan pengetahuan tentang produk dan adanya merger di bank syariah masih sangat minim. Tahap awal dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar bank syariah setelah merger adalah melakukan penelitian terkait pengetahuan dan persepsi masyarakat terhadap merger selaku faktor yang menetapkan minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif yang mana dalam meneliti memakai data yakni angka guna menganalisa keterangan terkait apa yang hendak di ketahui. Penelitian ini diawali pada teknik pengumpulan data secara menetapkan instrumen penelitian, menetapkan metode yang akan dipakai, lalu meluas kuisioner kepada beberapa responden yang menjadi sampel pada

penelitian ini, serta menganalisa atau menguji data yang telah di himpun, kemudian dapat ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Meidisa & Susanti, 2008). Populasi dalam penelitian yaitu masyarakat Kota Yogyakarta.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan Non-Probability Sampling dengan jenis Purposive Sampling. Menurut (Marlina, 2021). Purposive Sampling yakni teknik untuk menentukan sampel secara perhitungan khusus, tujuan utama memakai purposive sampling yaitu agar menghasilkan sampel yang logis sehingga dapat mewakili populasi.

Operasional merupakan penjabaran setiap variabel dalam penelitian kedalam indikator-indikator yang lebih terperinci secara operasional dan nyata, disini ada dua macam variabel yaitu:

1. Variabel bebas (independent variables)

Variabel yang memberi pengaruh variabel lain, pada biasanya ada pada urutan tata waktu yang terjadi lebih dahulu (Nurngaeni, 2018). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini yakni pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang merger bank syariah.

2. Variabel terikat (dependent variable)

Variabel terikat yakni variabel yang di pengaruhi oleh variabel bebas (Marlina, 2021). Pada studi variabel terikat (Y) yakni minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Indikator – indikator yang ada dalam penelitian diuraikan kedalam tabel dibawah ini, yaitu:

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Pengetahuan tentang merger Bank Syariah (X1)	Pengetahuan merupakan fakta yang diperoleh melalui pengalaman atau informasi yang diketahui dan disadari oleh seseorang. Merger yakni perpaduan dari dua korporasi atau lebih guna membuat korporasi baru	1. Pengetahuan tentang merger Bank Syariah 2. Pengetahuan karakteristik produk Bank Syariah 3. Paparan media sosial 4. Pengalaman hubungan sosial 5. Informasi 6. Pendidikan	Skala Likert
Persepsi tentang merger Bank Syariah (X2)	Persepsi yaitu perihal tentang menyusun, mengidentifikasi, dan memperkirakan informasi guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.	1. Sesuai dengan prinsip syariah 2. Pengalaman dari teman/saudara/ 3. Interpretasi 4. Atensi	
Minat menjadi nasabah di Bank	Minat adalah perangkat psikologis yang bercampuran	1. Keyakinan 2. Perhatian	

Syariah Indonesia (Y) perasaan, harapan, keyakinan, perasangka, atau kecenderungan lain yang menunjukan seseorang untuk membuat opsi khusus.	3. Ketertarikan 4. Keinginan 5. Keputusan
--	---

Data primer didapat dari kuisioner yang di isi oleh responden langsung yaitu masyarakat kota Yogyakarta. Sumber data sekunder penelitian adalah buku-buku yang relevan, jurnal, artikel, dokumen dan sumber data primer yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melengkapi. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari web resmi Bank Syariah Indonesia, beserta data lainnya yang diperoleh dari jurnal - jurnal peneliti terdahulu. Penelitian ini memakai skala likert yang dimodifikasi 5 (lima) opsi jawaban, yaitu sangat tidak setuju (sts), tidak setuju (ts), netral (n), setuju (s), dan sangat setuju (ss).

Dalam analisis data ini, pengkaji memakai SPSS dan beberapa analisis, sebagai berikut: Besar kecilnya validitas tergantung pada data yang telah terhimpun dan tidak melanggar dari deskripsi variabel yang diteliti (Nurngaeni, 2018). Uji reliabilitas adalah metode untuk mengukur konsistensi suatu kuisioner melalui cara menyebarkan kepada masyarakat kota Yogyakarta. Didalam metode ini peneliti menggunakan metode analisis regresi linier beranda dengan memakai Microsof Excel dan IBM SPSS 26. Alat ini dapat membantu program dalam proses pengolahan data.

Hasil dan Pembahasan

Jumlah data kuesioner yang sudah selesai disebarkan peneliti memperoleh hasil sebanyak 100 jawaban. Maka dari itu, penulis menggunakan klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, serta usia. Dibawah ini akan lebih diperjelas secara rinci oleh tabel, yaitu:

Responden dalam penelitian digolongkan dalam jenis kelamin, jenis pekerjaan dan Usia.

Tabel 2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Total	100	100%

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Dapat diambil kesimpulannya bahwa pekerjaan responden masyarakat Yogyakarta paling tinggi adalah mahasiswa yaitu sebesar 41%, disusul lain - lainnya 25%, pegawai negeri sebesar 16%, wiraswasta 10%, dan wirausaha 8%.

Tabel 3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Wirausaha	8	8%
Wiraswasta	10	10%
Pegawai Negeri	16	16%
Mahasiswa	41	41%
Lain - Lain	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Hasilnya memperlihatkan mayoritas masyarakat Yogyakarta berusia 19-26 tahun 73 responden atau 73%, usia 27-39 tahun 16 responden atau 16%, sedangkan dengan usia diatas 40 tahun 11 responden atau 11%.

Tabel 4. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
19 - 26	73	73%
27 - 39	16	16%
> 40	11	11%
Total	100	100%

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Data dikatakan valid ketika $R_{hitung} > R_{tabel}$. Terdapat 100 responden dalam penelitian dengan nilai R_{Tabel} (0,195) dan hasil uji validitas, yaitu:

Tabel 5. Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Pengetahuan Merger	X1.1	0,756	0,195	Valid
		X1.2	0,728	0,195	Valid
		X1.3	0,700	0,195	Valid
		X1.4	0,743	0,195	Valid
		X1.5	0,747	0,195	Valid
		X1.6	0,704	0,195	Valid
		X1.7	0,760	0,195	Valid
		X1.8	0,670	0,195	Valid

2	Persepsi Merger	X2.1	0,640	0,195	Valid
		X2.2	0,258	0,195	Valid
		X2.3	0,668	0,195	Valid
		X2.4	0,740	0,195	Valid
		X2.5	0,667	0,195	Valid
		X2.6	0,775	0,195	Valid
		X2.7	0,659	0,195	Valid
3	Minat menjadi nasabah di BSI	Y1.1	0,861	0,195	Valid
		Y1.2	0,855	0,195	Valid
		Y1.3	0,873	0,195	Valid
		Y1.4	0,868	0,195	Valid
		Y1.5	0,827	0,195	Valid
		Y1.6	0,831	0,195	Valid

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Tabel diatas menyimpulkan bahwa hasil uji validitas kuesioner dependen dan independen dinyatakan valid, karena nilai r hitung melebihi r table yaitu 0,195 dengan N:100 dan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%.

Pengujian reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten hasil pengukuran meskipun gejala yang sama diuji dua kali atau lebih terhadap alat ukur yang sama. Suatu data akan disebut reliabel ketika nilai Cronbach's alpha > 0,60.

Tabel 6. Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Status
Pengetahuan Merger Bank Syariah (X1)	0,870	0,60	Reliabel
Persepsi Merger Bank Syariah (X2)	0,711	0,60	Reliabel
Minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y)	0,925	0,60	Reliabel

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Hasil tabel uji reliabilitas membuktikan tiap variabel dinyatakan reliabel sebab menghasilkan nilai Cronbach's alpha > 0,60.

Pengujian ini digunakan untuk mengukur kondisi (kenaikan atau penurunan) pada suatu variabel terikat yang menjadi salah satu faktor naik turunnya sebuah nilai.

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.668	2.481		.672	.503
Pengetahuan Merger Bank Syariah	.302	.076	.373	3.995	.000
Persepsi Merger Bank Syariah	.449	.109	.383	4.106	.000

a. *Dependent Variable:* Minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Berikut ini adalah persamaan umum yang digunakan pada tabel tersebut sebagai berikut:

$$Y = 1,668 + 0,302*(X1) + 0,449*(X2)+e$$

Adapun interpretasi koefisien persamaan diatas adalah:

a) Konstanta (α) = 1,668

Jika nilai Pengetahuan Merger Bank Syariah (X1) dan Persepsi Merger Bank Syariah (X2) sama, maka memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

b) Koefisien Regresi Pengetahuan Merger Bank Syariah (X1) = 0,302

Jika nilai Pengetahuan Merger Bank Syariah naik satu, maka nilai variabel dari Minat menjadi nasabah di BSI akan bertambah sebesar 0,302 dengan anggapan variabel tetap.

c) Koefisien Persepsi Merger Bank Syariah (X2) = 0,449

Jika nilai Persepsi Merger Bank Syariah naik satu, maka nilai variabel dari Minat jadi nasabah di BSI akan naik sejumlah 0,449 anggapan variabel tetap.

Dibawah ini akan dijelaskan hasil dari uji hipotesis, yaitu:

Tabel 8. Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.668	2.481		.672	.503
Pengetahuan Bank Syariah	.302	.076	.373	3.995	.000
Persepsi Bank Syariah	.449	.109	.383	4.106	.000

a. *Dependent Variable:* Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

1) Nilai signifikan untuk pengaruh variabel pengetahuan tentang merger bank syariah (X1) terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai dari $T_{hitung} 3,995 > T_{tabel} 1,985$. Dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis 1 (H_a) diterima, yang memiliki arti terdapat pengaruh secara parsial antara variabel pengetahuan tentang merger bank syariah (X1) terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y).

2) Nilai signifikansi untuk pengaruh persepsi tentang merger bank syariah (X2) terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 4,106 > T_{tabel} 1,985$. Maka bisa ditarik kesimpulan jika hipotesis 2 (H_a) diterima, hal ini karena terdapat pengaruh secara parsial antara persepsi tentang merger bank syariah (X2) terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y).

Hasil penghitungan uji f disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 9. Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	598.747	2	299.374	40.728	.000 ^b
	Residual	713.013	97	7.351		
	Total	1311.760	99			

1. *Dependent Variable:* Minat Menjadi Nasabah
2. *Predictors:* (Constant), Persepsi Merger Bank Syariah (X2), Pengetahuan Merger Bank Syariah(X1).

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Tabel diatas menunjukkan nilai signifikan pengetahuan tentang merger bank syariah (X1) dan persepsi tentang merger bank syariah (X2) terhadap variabel minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y) adalah $0,005 < 0,05$ dan nilai F hitung $40,728 > F_{tabel} 3,09$. Jadi H_3 diterima, artinya X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap Y.

Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 10. Uji F
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R *Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.456	.445	2.71121

a. Predictors: (Constant), Persepsi Merger Bank Syariah (X2), Pengetahuan Merger Bank Syariah (X2)

Sumber : Diolah oleh penulis dengan bantuan SPSS 26 (2022)

Nilai R Square 0,456 atau 45,6%, artinya terdapat pengaruh yang simultan (X1) Pengetahuan Merger Bank Syariah dan (X2) Persepsi Merger Bank Syariah terhadap variabel (Y) Minat menjadi nasabah di BSI sebesar 45,6% dan sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 54,4%.

Uji Hipotesis 1 (Dampak pengetahuan merger Bank Syariah terhadap minat jadi nasabah di Bank Syariah Indonesia)

Hasil uji parsial membuktikan jika variabel (X1) berpengaruh signifikan pada minat menjadi nasabah di BSI, artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Dibuktikan dengan adanya pengaruh signifikan antara faktor pengetahuan merger Bank Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia bisa diamati dari hasil uji T, jika T hitung > T tabel (3,995 > 1,985) serta nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian sejalan dengan peneliti (Andi Maulana, 2021) yang menjelaskan bahwa pengetahuan merger bank syariah mempunyai pengaruh positif pada ketertarikan jadi nasabah. Dan juga didukung oleh peneliti sebelumnya (HADI, 2021). menunjukkan variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah, hal tersebut membuktikan adanya pengetahuan masyarakat yang tinggi terhadap perbankan syariah dari segi bisnis dan produk, maka akan semakin besar juga minat untuk menjadi nasabah.

Uji Hipotesis 2 (Persepsi merger Bank Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel (X2) memiliki dampak signifikan terhadap minat menjadi nasabah di BSI, artinya H2 diterima dan H0 ditolak. Dibuktikan adanya pengaruh signifikan antara faktor persepsi tentang merger Bank Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia bisa dilihat dari hasil uji T yang mana jika T hitung > T tabel (4,106 > 1,985) serta nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian (Taufikul Ikhsan, 2021) yang menjelaskan bahwa persepsi merger bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di BSI. Dan juga sama halnya dengan peneliti (WIJAYATI, 2019). yaitu persepsi berpengaruh

terhadap minat jadi nasabah, didalam penelitian tersebut disebutkan jika semakin baik persepsi masyarakat terhadap bank syariah, sehingga bertambah besar pula rasa minat yang muncul didalam diri seseorang.

Uji Hipotesis 3 (Pengaruh Faktor Pengetahuan dan Persepsi merger Bank Syariah terhadap minat jadi nasabah di Bank Syariah Indonesia)

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, yang artinya H3 diterima dan H0 ditolak. Dibuktikan adanya pengaruh signifikan faktor persepsi tentang merger Bank Syariah pada minat jadi nasabah di BSI bisa diamati dari hasil uji F yang mana jika F hitung > F tabel ($40,728 > 3,09$).

Hasil penelitian didukung oleh peneliti terdahulu (Darna & Ikhsan, 2021b). secara simultan variabel pengetahuan dan persepsi sama – sama berpengaruh signifikan terhadap minat jadi nasabah. Pengetahuan dan persepsi berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah, oleh karena itu sudah seharusnya umat muslim di Indonesia mendukung keberadaan bank syariah agar kedepannya lebih maju dan berkembang lagi setiap tahunnya.

Kesimpulan

Studi menarik kesimpulan, yaitu: Hasil uji parsial menunjukkan variabel pengetahuan merger bank syariah (X1) signifikan dengan nilai $0,000 < 0,05$ dan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia (Y) karena variabel tersebut menyatakan hasil uji t, T hitung $3,995 > T$ table $1,985$. Penyebabnya yaitu pengetahuan masyarakat (responden) terhadap merger Bank Syariah sudah menerima berbagai informasi, contohnya dari media sosial dan dari pengalaman saudara, teman serta keluarga.

Menurut uji variabel persepsi merger bank syariah (X2) terhadap minat menjadi nasabah di BSI (Y) dikatakan berpengaruh positif serta signifikan dengan nilai $0,000 < 0,05$. Hasil ini dikuatkan oleh uji t, jika T hitung $4,106 > T$ table $1,985$, hal ini perlu dipertahankan untuk meningkatkan persepsi positif masyarakat agar mendukung mereka guna mengambil BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia saat ini dan harus terus ditingkatkan karena persepsi menjadi salah satu hal yang mengakibatkan seorang mempunyai minat.

Hasil uji menunjukkan dengan simultan atau bersamaan variabel pengetahuan dan persepsi merger bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia yang dibuktikan dengan hasil dari uji F, jika F hitung $40,728 > F$ table $3,09$. Hal ini dapat menjadi dasar bagi Bank Syariah Indonesia untuk

menerapkan strategi yang mendukung kegiatan sosialisasi atau edukasi kepada masyarakat tentang praktik perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Arinta, rey. (2017). Perbedaan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Merger/Akuisisi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Assegaf, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Masyarakat Jakarta Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia Diajukan.
- Basthomi, A. Y. (2021). Asumsi Masyarakat Tentang Merger Bank Syariah Yang Dimiliki Negara Menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) Perbankan syariah Indonesia menjadi perbincangan . Hal ini.
- Darna, D., & Ikhsan, T. (2021a). Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Sebagai Bank Hasil Merger. Seminar Nasional Hasil Penelitian & ..., 156–162.
- Darna, D., & Ikhsan, T. (2021b). Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Sebagai Bank Hasil Merger. Seminar Nasional Hasil Penelitian & ..., 156–162.
<http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/download/3285/2817>
- Fiqri, A. A. A., Azzahra, M. M., Branitasandini, K. D., & Pimada, L. M. (2021). Peluang Dan Tantangan Merger Bank Syariah Milik Negara Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *El Dinar*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11315>
- HADI, M. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Budaya Dan Agama Terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Kedungwaru Menjadi Nasabah Bank Syariah.
- Jannah, N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo). <https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/>, 1–106. <http://repository.uin-suska.ac.id/9897/>
- Krismaya, S. (2021). Analisis Perkembangan Profitabilitas Bank BSM , BRIS , Dan BNIS Sebelum Dan Setelah Merger Menjadi BSI. 2(2), 134–144.
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Marlina, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank Syariah Indonesia Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

- Marpaung, M. N. (2021). Analisis SWOT Terhadap Merger Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah dan BNI Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia. 20. <https://dspaceuti.ac.id>
- Maulana, A. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah dengan Persepsi Generasi Milenial sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di Bandar Lampung).
- Meidisa, C., & Susanti, F. (2008). Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang. *Revista de Trabajo Social*, 49(للعلوم رقية الع المجلة), 69–73.
- Nurngaeni. (2018). Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto) SKRIPSI PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH. In Skripsi.
- Setiawati, D. W. I. (2021). Persepsi Masyarakat Tentang Merger 3 Bank Syariah. 3.
- Susanti, Y. (2017). Persepsi Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitang (Studi pada Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten Oku Timur) Skripsi Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
- WIJAYATI, E. Y. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo.
- Yusuf, B. (2017). Manajemen sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah.