

**PENGARUH MERGER DAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP MALANG SOETTA**

SKRIPSI



Oleh:

Lailatul Khamidah

NIM: 19540045

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA
MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

**PENGARUH MERGER DAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP MALANG SOETTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

Lailatul Khamidah

19540045

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA
MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH MERGER DAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP
MALANG SOETTA

SKRIPSI

Oleh

LAILATUL KHAMIDAH

NIM : 19540045

Telah Disetujui Pada Tanggal 22 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP. 197705062003122001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MERGER DAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP
MALANG SOETTA

SKRIPSI

Oleh

LAILATUL KHAMIDAH

NIM : 19540045

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

NIP. 197701232009121001

2 Anggota Penguji

Titis Miranti, M.Si

NIP. 19920130201802012195

3 Sekretaris Penguji

Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP. 197705062003122001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lailatul Khamidah
NIM : 19540045
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH MERGER DAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP MALANG SOETTA

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 11 Juli 2023
Hormat Saya,



Lailatul Khamidah
NIM. 19540045

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada:

Ayah dan Ibu tercinta:
Suwandi dan Winarsih

Dosen Pembimbing:
Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M

Adik tercinta:
Imro'atul Mardiyah dan Widodo Cahyono Putro, beserta keluarga besar.

Teman-teman satu Jurusan, Khususnya:
Nadia, Nikmah, Atfa, Shela, Ikrima, Salsa, Fina, Inul, Nia, Aula, Hera dan semua teman
satu angkatan.

Keluarga besar PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta, Khususnya Ibu *security*:
Ibu Yuni

MOTTO

الْحَمْدُ لِلَّهِ عَلَى كُلِّ حَالٍ

“Bersyukur atas semua keadaan, karena dibalik kegagalan pasti ada kesuksesan yang lebih besar dan yang terbaik tidak akan pernah melewati kita sedangkan yang melewati kita berarti bukan yang terbaik untuk kita”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Merger dan Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta”.

Sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din Al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang takterhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Yayuk Sri rahayu, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing skripsi saya.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Orang Tua , saudara beserta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan secara moral dan spiritual.
7. Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta yang telah bersedia membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah bersedia membantu proses penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala keluasan hati saya ucapkan terima kasih atas perhatiannya pada penulisan skripsi ini, dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk semuanya. Dengan segala kerendahan hati , penulis sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan yang bersifat konstruktif dari para pembaca untuk peningkatan penelitian skripsi ini.

Malang, 18 Juni 2023

Penulis,

Lailatul Khamidah

NIM. 19540045

DAFTAR ISI

HALAM COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
خلاصة	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teori	18
2.2.1 Bank Syariah	1818
2.2.2 Merger	19
2.2.3 <i>Digital Banking</i>	22
2.2.4 Kepuasan Nasabah	24

2.3 Kerangka Konseptual	277
2.4 Hubungan Antar Variabel	277
2.4.1 Pengaruh Merger terhadap Kepuasan Nasabah	277
2.4.2 Pengaruh <i>Digital Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	27
2.4.3 Pengaruh Merger dan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah	
	Error! Bookmark not defined.8
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Skala Pengukuran Instrumen	32
3.8 Definisi Operasional Variabel	33
3.9 Metode Analisis data	34
3.9.1 Uji Kualitas Data	34
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Profil Perusahaan	38
4.1.2 Karakteristik Responden	40
4.1.3 Gambaran Umum Variabel	42
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pembahasan Merger (X1) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	64

4.2.2 Pembahasan <i>Digital Banking</i> (X2) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	665
4.2.3 Pembahasan Merger (X1) dan <i>Digital Banking</i> (X2) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	66
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Dana Pihak Ketiga PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Semua Variabel.....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji t (Parsial).....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji F (Simultan).....	63
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PT Bank Syariah Indonesia masuk 6 besar Pembukaan Rekening Tertinggi Jawa Timur.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	40
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Gambar 4.5 Frekuensi Produk Inovatif.....	43
Gambar 4.6 Frekuensi Jaringan yang Luas.....	43
Gambar 4.7 Frekuensi Fasilitas yang memadai.....	44
Gambar 4.8 Frekuensi SDM Berkompeten.....	45
Gambar 4.9 Frekuensi Fleksibilitas waktu.....	46
Gambar 4.10 Frekuensi Kenyamanan.....	46
Gambar 4.11 Frekuensi Keamanan.....	47
Gambar 4.12 Frekuensi Efisiensi.....	48
Gambar 4.13 Frekuensi Kemudahan.....	49
Gambar 4.14 Frekuensi Kualitas Jasa yang Diberikan.....	50
Gambar 4.15 Frekuensi Perhatian Karyawan terhadap nasabah.....	50
Gambar 4.16 Frekuensi Umpan Balik dalam Mengatasi Keluhan Nasabah.....	51
Gambar 4.17 Frekuensi Konsistensi dalam Memberikan Jasa.....	52
Gambar 4.18 Frekuensi Ketepatan dalam Melaksanakan Janji.....	53
Gambar 4.19 <i>Normal Probability Plot</i>	57
Gambar 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplot.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil olah data

1.1 Uji normalitas (Kolmogorov- Smirnov)

1.2 Coefficient uji regresi linier berganda dan uji t

1.3 Uji Glejser (heteroskedastisitas)

1.4 Uji F (Anova)

Lampiran 2 Kuesioner penelitian

Lampiran 3 Hasil cek turnitin

Lampiran 4 Surat bebas plagiarism

Lampiran 5 Jurnal bimbingan

Lampiran 6 Biodata peneliti

ABSTRAK

Lailatul. 2023. SKRIPSI. Judul: "Pengaruh Merger dan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta"

Pembimbing Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M

Kata Kunci Merger, layanan *digital banking*, dan kepuasan nasabah

Sejarah baru pada perbankan Indonesia dengan penggabungan Bank Syariah milik Negara atau BUMN. Penggabungan itu merupakan suatu langkah dan solusi dalam meningkatkan pendapatan ekonomi negara di tengah pandemi covid-19. Ditengah pandemi seluruh kegiatan harus dibatasi dari kontak secara langsung sehingga menghadirkan PT Bank Syariah Indonesia menghadirkan *digital banking* seperti *BSI mobile* dan *webform* BSI. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari merger dan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah PT bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

Dalam penelitian ini metode pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan variabel lain. Lokasi penelitian ini adalah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang yang berlokasi di jalan Soekarno Hatta, Jatimulyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Sampel dari populasi ini adalah nasabah yang berusia diatas 17 tahun dengan jumlah 140 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa merger dan *digital banking* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

ABSTRACT

Lailatul. 2023. ESSAY. Title: "The Effect of Mergers and Digital Banking Services on Customer Satisfaction of PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta"

Supervisor: Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M

Keywords: Merger, digital banking services, and customer satisfaction

A new history in Indonesian banking with the merger of State-Owned Sharia Banks or SOEs. The merger is a step and solution in increasing the country's economic income in the midst of the Covid-19 pandemic. In the midst of a pandemic, all activities must be limited from direct contact so that PT Bank Syariah Indonesia presents digital banking services such as BSI mobile and the BSI webform. The purpose of this study was to determine the effect of mergers and digital banking services on customer satisfaction at PT bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

This study uses a quantitative approach whose goal is to determine the effect between variables on other variables. The location of this research is PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang which is located on Jalan Soekarno Hatta, Jatimulyo, Lowokwaru District, Malang City. The population in this study are customers of PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. The sample from this population is customers aged over 17 years with a total of 140 respondents. The sampling technique uses accidental sampling.

The results of the study show that mergers and digital banking services have a significant positive effect on customer satisfaction at PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

خلاصة

ليلاتول. 2023. أطروحة. العنوان: "تأثير عمليات الاندماج والخدمات المصرفية الرقمية على رضا العملاء لبنك

PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta"

المستشار : إرمايانتي حسن
الكلمات : المفتاحية الاندماج والخدمات المصرفية الرقمية ورضا العملاء

تاريخ جديد في الأعمال المصرفية الإندونيسية من خلال دمج البنوك الشرعية المملوكة للدولة أو الشركات Covid-19. المملوكة للدولة. يعد الاندماج خطوة وحلاً في زيادة الدخل الاقتصادي للبلاد في خضم جائحة PT Bank Syariah Indonesia في خضم الوباء ، يجب أن تكون جميع الأنشطة محدودة من الاتصال المباشر بحيث تقدم كان الغرض من BSI webform و BSI mobile خدمات مصرفية رقمية مثل PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. هذه الدراسة هو تحديد تأثير عمليات الدمج والخدمات المصرفية الرقمية على رضا العملاء في بنك PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

تستخدم هذه الدراسة نهجًا كميًا هدفه تحديد التأثير بين المتغيرات على المتغيرات الأخرى. موقع هذا البحث ، Jalan Soekarno Hatta الذي يقع في PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta هو PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. مدينة Lowokwaru ، منطقة Jatimulyo ، العينة من هذه الفئة هي العملاء الذين تزيد أعمارهم عن 17 عامًا بإجمالي 140 مستجيبًا. تستخدم تقنية أخذ العينات أخذ العينات العرضي

تظهر نتائج الدراسة أن عمليات الدمج والخدمات المصرفية الرقمية لها تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta في بنك

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia telah mencatat sejarah baru dengan adanya penggabungan Bank Syariah milik Negara atau BUMN. Penggabungan tersebut telah menghadirkan sebuah perusahaan yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 yaitu PT Bank Syariah Indonesia atau BSI. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah memberikan izin penggabungan tiga bank BUMN dengan komposisi pemegang saham yang berbeda, diantaranya PT Bank BRI Syariah Tbk (17,25%), PT Bank Syariah Mandiri Tbk (50,83%) dan PT Bank BNI Syariah Tbk (24,85%) sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing kurang dari 5%. Tiga bank ini telah menyatukan kelebihan dari masing-masing bank itu sendiri, sehingga dapat menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik (BSI, 2021).

Lahirnya Bank Syariah Indonesia bertepatan dengan masuknya pandemi covid-19 di Indonesia yang mengakibatkan terhambatnya pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Belanja Negara dan pembiayaan terus mengalami peningkatan sehingga ketidakmampuan Negara terus mengalami penurunan. Pemerintah berusaha menyelamatkan dan mempertahankan perekonomian negara melalui kebijakan yang mampu meningkatkan ekonomi bagi pendapatan negara, dalam Perpu No. 1/2020.33 dengan demikian penggabungan tiga bank syariah Indonesia menjadi salah satu langkah dan solusi dalam meningkatkan pendapatan ekonomi negara (Utari *et al.*, 2022).

Pengajar Studi ekonomi Islam dari Universitas Indonesia (UI) Banjaran Surya Indrastomo, Bank Syariah Indonesia memiliki potensi bagus karena memiliki hal-hal baik dari tiga entitas yang terlibat, diantaranya sistem kerja dan profesionalitas dari Bank Syariah Mandiri, kemampuan inovasi BNI Syariah, serta pemahaman kondisi lokal dan regional dari BRI syariah (Faqir, 2020). Selain itu kebijakan penggabungan ini ditujukan untuk terbentuknya Bank Umum syariah (BUS) yang

memiliki status sejajar dengan Bank BUMN lainnya sehingga memiliki manfaat yang dapat dilihat dari sisi kebijakan dan transformasi bank. Penggabungan ini diharapkan mampu mendorong perbankan syariah menjadi lebih besar, kokoh, dan efektif dengan aset pembiayaan yang besar. Oleh sebab itu merger tiga bank ini mampu membawa dampak pada aktivitas bank syariah itu sendiri (Alhusain, 2021). Dalam aktivitasnya perubahan entitas tersebut tidak hanya berdampak pada lembaganya saja. Salah satu dampak dari merger tersebut juga dirasakan untuk para nasabah dari ketiga bank tersebut (Ulfa, 2021). Tanpa nasabah bank juga tidak akan berkembang sehingga puas tidaknya nasabah juga sangat penting setelah terjadinya merger. Kepuasan nasabah membawa pengaruh bagi entitas itu sendiri, pengaruh baik ataupun pengaruh buruk.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sharma (2019) dengan judul *The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post- Merger Phase in Banking Sector of Nepal* The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post- Merger Phase in Banking Sector of Nepal, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa merger berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya merger berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Umashankar *et al.* (2022) dengan judul *Despite Efficiencies, Mergers and Acquisitions Reduce Firm Value by Hurting Customer Satisfaction*, hasilnya menyatakan bahwa merger berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di Amerika.

Penggabungan bank syariah yang diresmikan bertepatan dengan adanya pandemi covid-19 mengharuskan masyarakat untuk membatasi kontak fisik atau menjaga jarak. Hal tersebut membuat dunia perbankan berfikir bagaimana solusi agar tetap bisa berjalan, yaitu dengan mengembangkan dan meningkatkan pelayanan digital atau *fintech* yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus melakukan kontak fisik secara langsung. Menurut Napitupulu (2007) dalam (Trisantosa *et al.*, 2022) pelayanan berarti serangkaian kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri, seperti tidak berwujud, cepat hilang,

lebih dapat dirasakan daripada memiliki, dan pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut. Pelayanan digital merupakan sebuah proses pemenuhan kebutuhan orang lain dalam mencapai kepuasan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Transaksi non tunai akan terus mengalami peningkatan sejalan dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat. *Digital banking* merupakan sebuah fitur yang dimiliki perbankan dimana nasabah akan mendapatkan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi (Sicillia & Yazid, 2020). Teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap bisnis perbankan, khususnya dalam memberikan layanan berkualitas dan kepuasan kepada pelanggan (Maitlo, 2015 dalam (Mawardi & A.R., 2021). Pada penelitian yang dilakukan oleh Sicillia & Yazid (2020) judul Analisis Dampak *Digital Banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Sebuah Bank Swasta, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *digital banking* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank OCBN NISP Tbk. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliya *et al.* (2021) dengan judul *The Effect of Digitalization Banking Services on Customer Satisfaction at BCA Syariah KCP Kranji*, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *digital banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Digital banking dalam Bank Syariah Indonesia terdapat BSI *mobile* dan *Webform* BSI. *Mobile Banking* merupakan suatu layanan yang hanya dapat diakses oleh nasabah yang memiliki rekening di bank yang bersangkutan. *Mobile banking* juga dinilai bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas dan produktivitas bagi nasabah yang memiliki kesibukan. BSI *mobile* adalah sebuah aplikasi *mobile banking* dari bank syariah Indonesia yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi nasabah (BSI). Berbagai jenis transaksi dapat diakses melalui BSI *mobile*, seperti transfer dana antar bank atau bank lain, informasi saldo, mutasi, pembayaran tagihan mulai dari angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, dan lain-lain.

Tujuan dari penyediaan BSI *mobile* sendiri adalah untuk mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan merupakan suatu tanggapan emosional yang dapat dirasakan nasabah ketika mendapat pengalaman pelayanan dalam menggunakan produk atau jasa. Kepuasan dapat menarik kembali nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang telah diberikan dan sebaliknya, jika nasabah merasakan kekecewaan dengan produk atau jasa yang diberikan maka nasabah juga akan enggan kembali menggunakan produk atau jasa tersebut (Hernandez & David, 2022)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2020) dengan judul Pengaruh Pelayanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih, hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara layanan m-banking dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitria & Munawar, 2021) dengan judul Pengaruh Penggunaan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *SMS Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain *mobile banking* dalam *digital banking* juga terdapat *webform*. *Webform* merupakan sebuah formulir *online* (<https://webform.bankbsi.co.id/Teller>) yang dapat diakses melalui google ketika melakukan transaksi secara *offline*. *Webform* ada sejak terjadinya penggabungan bank syariah BUMN mejadi Bank Syariah Indonesia, dengan adanya fasilitas *webform* diharapkan mampu meningkatkan kemudahan informasi bagi para nasabahnya. Bank Syariah Indonesia memperlihatkan keinginannya memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia dalam peningkatan sistem digitalisasi khususnya dalam sistem operasionalnya, dengan mengupayakan penggunaan *webform* BSI agar tidak memerlukan pengisian slip setoran ketika melakukan transaksi secara *offline*. Transaksi yang dimaksud adalah setor tunai, tarik tunai, pemindah bukuan, transfer SKN dan transfer RTGS. *Webform* diharapkan mampu menarik kepuasan nasabah dengan sistem yang dimiliki (BSI, 2021). Pada penelitian yang dilakukan oleh Hartawan (2017) dengan judul Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang Palembang), hasil penelitiannya menyatakan bahwa *internet banking* berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun pada penelitian Suhayati *et al.* (2022) dengan judul Pengaruh Pemahaman Bertransaksi menggunakan *Webform* BSI dan *BSI Mobile* terhadap Kepuasan Nasabah. Menyatakan bahwa pemahaman bertransaksi menggunakan webform BSI secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandung Ujungbrung.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti sebelumnya pada bulan Juni 2022, Bapak Abien Rheza selaku karyawan di PT BSI KCP Malang Soetta menyatakan bahwa “adanya merger membuat terjadinya perubahan baik dari segi tatanan organisasi maupun sistem operasional yang ada, dampak tersebut tidak hanya dirasakan oleh karyawan namun juga akan berdampak kepada seluruh nasabah yang berasal dari ketiga bank sebelumnya, mengharuskan nasabah untuk melakukan migrasi dari bank sebelumnya ke instansi baru yaitu PT BSI, bagi sebagian orang khususnya orang awam mengeluhkan hal tersebut”. Di bulan yang sama Juni 2022 nasabah menyatakan bahwa “kalau saya melakukan migrasi apa jumlah tabungan saya tetap atau berkurang dan kenapa harus ganti, agak ribet ya sekarang” dari pernyataan tersebut nasabah tidak memiliki kepercayaan penuh terhadap adanya migrasi. Namun berbanding terbalik dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) PT BSI KCP Malang Soetta yang mengalami peningkatan pada hingga Juni 2022, sehingga PT BSI KCP Malang Soetta menjadi satu-satunya BSI di Malang yang masuk kategori 6 besar pembukaan rekening tertinggi di Jawa Timur. Dengan adanya peningkatan berarti bahwa sebagian nasabah merasakan kepuasan dengan melakukan transaksi di PT BSI KCP Malang Soetta.

Tabel 1.1 Jumlah Dana Pihak Ketiga PT BSI KCP Malang Soetta

Waktu	Jumlah DPK	Kenaikan
31 Mei 2022	43,027	
22 Juni 2022	43,181	0,15%
30 Juni 2022	43,282	0,10%

Sumber: data diolah, PT BSI KCP Malang Soetta

Gambar 1.1 PT BSI KCP Malang Soetta masuk 6 besar Pembukaan Rekening Tertinggi Jawa Timur



Sumber: data diolah, PT BSI Jawa Timur

Bersamaan dengan terbentuknya PT Bank Syariah Indonesia yang terjadi pada masa pandemi sehingga mengupayakan untuk tetap melakukan kegiatan pelayanan seperti semestinya tetapi tetap menjaga jarak dengan pemanfaatan teknologi. Berkenaan dengan permasalahan yang ada maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut terkait **“Pengaruh Merger dan Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Apakah merger berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta?
- 2) Apakah *digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta?
- 3) Apakah merger dan *digital banking* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukan penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui merger berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.
- 2) Untuk mengetahui *digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.
- 3) Untuk mengetahui merger dan *digital banking* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti
Sebagai peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengembangan dan perluasan pemahaman pemengenai pengaruh merger dan layanan digital terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia. Selain itu penelitian ini adalah sebagai wadah pemahaman mengenai perbankan atas apa yang diperoleh selama berada dibangku perkuliahan.
- 2) Bagi lembaga bank
Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebuah acuan dalam mendapatkan kepuasan nasabah melalui adanya merger dan pelayanan digital. Penelitian ini juga dapat dijadikan dalam memperbaiki kebijakan-kebijakan agar nasabah merasa lebih puas dalam menggunakan jasa yang diberikan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya
Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan baru dan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh merger dan pelayanan digital terhadap kepuasan nasabah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini digunakan sebagai acuan dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Fungsi dari penelitian terdahulu adalah sebagai bahan pertimbangan dan memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dari segi objek dan populasinya. Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
1	(Umashankar et al., 2022)) <i>Despite Efficiencies, Mergers and Acquisitions Reduce Firm Value by Hurting Customer Satisfaction</i>	Variabel dependen (Y) kepuasan pelanggan. Variabel independen (X) <i>Merger dan acquisition</i> . Sampel dari penelitian ini yaitu 141 perusahaan Amerika dari tahun 1995 sampai 2017. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi.	Merger berpengaruh negative tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	H1

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
2	(Sharma, 2019) <i>The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post-Merger Phase in Banking Sector of Nepal The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post-Merger Phase in Banking Sector of Nepal</i>	Variabel dependen (Y) kepuasan pelanggan. Variabel independen (X) merger dan akuisisi Populasi dari penelitian ini adalah nasabah bank Nepal. Sampel dari penelitian ini adalah 95 responden dari hasil populasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.	Merger berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.	H1

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
3	Febrianta & Indrawati, (2016) Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah bank BCA di Kota Bandung	Variabel dependen (Y) Kepuasan Nasabah. Variabel independen (X) <i>Reliability, Responsiveness, Assurance and Privacy, Convinience, Efficiency, Easiness to Operate.</i> Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna BCA mobile pada bank BCA di Kota bandung. Sampel penelitian ini yaitu 400 anggota dari populasi. Alat analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda.	Secara simultan kualitas layanan <i>mobile banking</i> BCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Kota bandung.	H1

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
4	Aliya <i>et al.</i> , (2021) <i>The Effect of The Digitalization of Banking Services on Customer Satisfaction at BCA Syariah KCP Kranji</i>	Variabel dependen (Y) Kepuasan pelanggan. Variabel independen (X) <i>digital banking</i> , sistem pelayanan, kemudahan, kenyamanan Populasi pada penelitian ini adalah nasabah BCA Syariah KCP Kranji. Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden dari populasi yang ditentukan. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana	<i>Digital banking</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sistem pelayanan, kemudahan, kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	H2 H3 H4

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
5	<p>Wardhana (2015)</p> <p>Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> (<i>M-Banking</i>) terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia</p>	<p>Variabel dependen (Y) Kepuasan Nasabah. Variabel independen (X) Kualitas layanan M-banking yang terdiri dari <i>Speed</i>, <i>Security</i>, dan <i>Trust</i></p> <p>Populasi pada penelitian ini adalah nasabah dari delapan bank terbesar di Indonesia penyedia layanan m-banking, yaitu bank Mandiri, bank BRI, bank BCA, bank BNI, Bank CIMB Niaga, bank Danamon, bank Permata, dan bank Panin.</p> <p>Sampel dari penelitian ini adalah 400 responden dari anggota populasi.</p> <p>Alat analisis yang digunakan adalah <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)</p>	<p>Secara parsial kualitas layanan <i>m-banking</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p>	<p>H1</p>

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
6	Hartawan (2017) Pengaruh <i>Internat Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang Palembang)	Variabel dependen (Y) kepuasan nasabah. Variabel independen (X) <i>internet banking</i> Populasi penelitian ini merupakan nasabah BRI Syariah Cabang Palembang. Sampel pada penelitian ini adalah 80 responden dari anggota populasi. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda	<i>Internet banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	H1

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
7	(Suhayati et al., 2022) Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan <i>Webform</i> BSI dan <i>BSI Mobile</i> terhadap Kepuasan Nasabah	Variabel dependen (Y) Kepuasan Nasabah. Variabel independen (X) <i>webform</i> BSI dan <i>BSI mobile</i> Populasi pada penelitian ini adalah nasabah dari bank BSI KCP Bandung Ujungberung 1. Sampel dari penelitian ini adalah 89 responden dari anggota populasi. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Pemahaman bertransaksi menggunakan <i>webform</i> secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandung Ujungberung 1. Pemahaman bertransaksi menggunakan <i>BSI mobile</i> secara parsial terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandung Ujungberung 1.	H2

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
8	(Hadid et al., 2020) <i>The Effect of Digital Banking Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on the Malaysian Banks.</i>	Variabel dependen (Y) kepuasan nasabah. Variabel independen (X) kualitas layanan digital banking. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah bank umum lokal yang menggunakan layanan digital di Malaysia. Sampel dari penelitian ini adalah nasabah dari 5 bank umum di Malaysia yaitu Maybank, Bank Hong Leong, Bank CIMB, Bank RHB, Muamalat. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	Reliabilitas, wujud, empati, dan jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan komersial, namun daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.	H1a H1b H1c H1e

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
9	Sicillia & Yazid, (2020) Analisis Dampak <i>Digital Banking</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Sebuah Bank Swasta	Variabel dependen (Y) kepuasan nasabah Variabel independen (X) <i>digital banking</i> dan kualitas layanan. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah Bank OCBC NISP. Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden dari anggota populasi Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.	Dampak <i>digital banking</i> terhadap kepuasan nasabah adalah positif dan signifikan. Dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah positif signifikan	Ha
10	Firmansyah & Purnamasari, (2022) <i>E-banking Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> serta Implikasinya pada <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>E-Customer Loyalty</i>	Variabel dependen (Y) <i>E-customer satisfaction</i> dan <i>E-customer loyalty</i> . variabel independen (X) <i>e-service quality</i> dan <i>e-trust</i> Populasi dari penelitian ini adalah nasabah perbankan. Sampel dari penelitian ini adalah 220 responden dari anggota populasi	<i>E-service quality</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>e-customer satisfaction</i> .	H1

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama Penulis	Variabel, Populasi, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil	Mendukung Hipotesis
11	Ilkhafa, (2023) Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah dan Fintech Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2 Pada Masa Pandemi Covid-19	Variabel dependen (Y) kepuasan nasabah. Variabel independen (X) merger (X1) dan Fintech (X2) Populasi pada penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Mojokerto. Sampel dari penelitian ini adalah 91 responden dari anggota populasi Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda	variabel merger berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah variabel merger dan Fintech secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	H1 H3
12	Khamidah, (2023) Pengaruh merger dan <i>digital banking</i> terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta	Variabel dependen (Y) kepuasan nasabah. Variabel independen merger (X1) dan <i>digital banking</i> (X2). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Sampel dari penelitian ini adalah 140 responden dari anggota populasi. Alat analisis yang digunakan adalah	Merger (X1) dan digital banking (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah	H1 H2 H3

		regresi linier berganda		
--	--	-------------------------	--	--

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Bank Syariah

Dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), alamiyah (*universalisme*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan objek yang haram. Bank syariah merupakan bank dengan prinsip syariah islam dalam kegiatan operasional usahanya. Maksud dari prinsip syariah yaitu bank yang kegiatan operasionalnya bertumpu pada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan hadits. Bank syariah menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan dan menyalurkannya guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Organisasi dari bank syariah dilengkapi dengan adanya Dewan pengawas Syariah (DPS) untuk menjamin bahwa operasionalnya tidak menyimpang dari kaidah syariah. Penempatan dana di bank syariah bersifat investasi sehingga perolehan (*return*) yang diperoleh tidak dapat ditetapkan sebab praktik ini dapat menguntungkan dan juga dapat mengalami kerugian sebagai konsekuensi investasi. Yang dapat dipastikan hanya porsi bagi hasil (nisbah) antara pihak bank dan nasabah dalam persentase (Indonesia, 2015). Bank syariaiah terdiri dari dua macam yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (OJK, 2017).

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa bank syariah merupakan yank yang kegiatan usahanya menyimpan dan menyalurkan dana masyarakat menggunakan sistem bagi hasil berdasarkan prinsip syariah islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist. Perbankan syariah dalam menjalankan kegiatannya berasaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip

kehati-hatian. Tujuan dari perbankan syariah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat (OJK, 2017). Prinsip bank syariah menginginkan bahwa semua dana yang didapatkan dalam sistem perbankan syariah harus dikelola dengan integritas tinggi dan sangat hati-hati, oleh sebab itu ada beberapa prinsip dari bank syariah yaitu:

- a. *Shiddiq*, menjunjung nilai kejujuran merupakan moralitas dalam pengelolaan pada bank syariah.
- b. *Tabligh*, melakukan sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat mengenai prinsip-prinsip, produk dan jasa layanan bank syariah.
- c. *Amanah*, memunculkan rasa saling percaya antara pemilik dana dan pengelola dana.
- d. *Fathanah*, pengelolaan bank dilakukan secara professional sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dalam tingkat risiko yang telah ditetapkan oleh bank.

Hukum perbankan syariah dalam Islam tertera dalam QS. An Nisa': 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang beriman! janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantara kalian.

Maksud dari ayat tersebut ditafsirkan bahwasannya bank syariah dalam melaksanakan tugasnya tidak boleh menyeleweng dari ajaran islam (batil) namun harus selalu tolong menolong demi menciptakan suatu kesejahteraan. Dalam perdagangan diisyaratkan atas adasr suka sama suka guna menunjukkan bahwa akad akad perdagangan terhindar dari riba, karena riba bukan termasuk dalam perdagangan (JavanLabs, 2023).

2.2.2 Merger

Kata “merger” berasal dari baha inggris yaitu “merger” yang artinya “menggabungkan”. Merger merupakan proses di mana dua perusahaan atau lebih digabungkan menjadi satu entitas baru dengan membentuk perusahaan baru dan menghentikan operasional perusahaan lama. Dalam merger, beberapa perusahaan dapat bergabung menjadi satu dengan perusahaan yang sudah ada, dengan salah satu perusahaan tetap dipertahankan. Dalam proses ini, semua hak dan kewajiban yang ada dialihkan kepada perusahaan yang menerima penggabungan. Definisi penggabungan dimuat dalam undang-undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 29 mengenai perbankan syariah yang menegaskan bahwa “penggabungan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu bank atau lebih untuk menggabungkan diri dengan bank lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari bank yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada bank yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan hukum bank yang menggabungkan diri berakhir karena hukum” (Undang-Undang, 2008).

Merger merupakan suatu strategi restrukturasi perusahaan dengan penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi satu perusahaan, dalam arti luas pengambilalihan perusahaan dari satu perusahaan oleh perusahaan lain saat urusan masing-masing perusahaan dibawah dan dikelola bersama-sama (Utari *et al.*, 2022). Merger atau penggabungan perusahaan adalah dua atau lebih badan usaha yang sama-sama memiliki kekuatan seimbang yang digabungkan sehingga menjadi kombinasi wadah bersama saling menguatkan (Wibisono, 1995). Merger adalah hasil dari lebih dari satu perusahaan yang setuju untuk mengkombinasi (bergabung) dan menciptakan suatu nama dan identitas baru, mengeluarkan saham baru, mengimplementasikan suatu struktur organisasi yang baru, serta membuat perubahan lainnya (Simanjuntak & Natalie, 2018). Dapat disimpulkan bahwa merger adalah penggabungan dari beberapa perusahaan menjadi satu perusahaan baru yang beroperasi dengan ketentuan baru atas dasar persetujuan perusahaan sebelumnya. Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Faradilla (2022) terdapat pengukuran pengaruh merger terhadap kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Produk yang inovatif.

Menurut Hill dan Sullivan dalam Ernawati (2019) menjelaskan bahwa inovasi dikenal sebagai “Pengembangan Produk Baru” atau *New Product Development* (NPD). NPD adalah sebuah proses sistematis dengan mengidentifikasi dan menganalisis peluang produk baru yang sesuai dengan misi organisasi. Inovasi produk merupakan gabungan dari beberapa proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain, setiap perusahaan harus terus melakukan inovasi terhadap produknya agar pelanggan tidak merasa bosan (Ernawati, 2019).

2. Jangkauan yang semakin luas

Merger menjadikan perusahaan memiliki jangkauan yang semakin luas sebab 3 bank BUMN digabung menjadi satu perusahaan besar. Menurut Rantemangiling *et al.* (2022) merger merupakan salah satu keputusan yang di ambil oleh bank-bank di Indonesia untuk memperluas jangkauan perusahaan, memperkuat modal, dan menciptakan sinergi bank yang menjadi strategi usaha ke depan.

3. Fasilitas yang dimiliki lebih memadai

Kasmir dalam Elvi (2018) menyatakan bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum penawaran jasa kepada konsumen terjadi, fasilitas dapat berupa sesuatu yang dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

4. Sumber daya Manusia yang lebih berkompeten

Sumber daya manusia yang berkompeten mejadi keharusan yang dimiliki setiap organisasi dalam mencapai tujuan. Dalam mencapai sumber daya manusia yang berkompeten terdapat beberapa aspek diantaranya aspek individu, aspek kelompok, aspek sistem organisasi. Berdasarkan prosesnya sumber daya manusia sebagai tempat mengevaluasi, mengembangkan dan memotivasi semua karyawan dalam organisasi agar tenaga kerja dapat berpesan secara efektif dan efisien (Arjuna *et al.*, 2022).

Dalam Al-Qur’an, merger secara tidak langsung dapat ditemukan dalam konsep “syirkah” atau pengkongsian. Allah SWT menyampaikan dalam surah Shaad ayat 24 dengan makna sebagai berikut:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿ۙ﴾

Artinya: Dia (Dawud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu.” Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyangkur sujud dan bertobat.

2.2.3 Digital Banking

Digital banking bagian yang lebih luas untuk perubahan ke *online banking*, dimana layanan disampaikan melalui internet. Perkembangan perbankan tradisional ke *digital* berlangsung secara bertahap dan terus menerus yang didasari oleh berbagai tingkat digitalisasi layanan perbankan. *Digital banking* melibatkan proses layanan berbasis web dan aplikasi yang memungkinkan untuk memberikan layanan perbankan dan menyediakan transaksi diantaranya terdapat *mobile banking* dan webform BSI. Menurut Wede *et al.* (2017) *digital banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan dengan bantuan perangkat telekomunikasi. Pelayanan berbasis digital yang menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan dan kenyamanan untuk transaksi secara online tanpa mengharuskan nasabah datang ke bank secara langsung (Rema & Setyohadi, 2016 dalam Widiya & Safitri, 2022). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mawardi & A.R. (2021) terdapat pengukuran pengaruh layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Fleksibilitas waktu

Fleksibilitas merupakan kemampuan dalam melakukan gerakan dengan mudah tanpa adanya batasan (Wahyuni, 2014). Dengan adanya layanan *digital banking*, nasabah dapat melakukan transaksi secara bebas kapanpun dan dimanapun tanpa harus datang ke ATM ataupun Bank.

2. Kenyaman dalam bertransaksi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kenyamanan merupakan suatu keadaan nyaman. Adanya layanan digital banking, nasabah dapat melakukan kegiatan transaksi dimanapun yang menurut nasabah tersebut bisa mendapatkan kenyamanan.

3. Adanya keamanan bertransaksi menggunakan *digital banking*

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) keamanan adalah keadaan aman. Jaminan keamanan yang diberikan kepada nasabah dalam bertransaksi di perbankan tanpa adanya kebocoran identitas dapat menjadi kepuasan tersendiri bagi nasabah.

4. Efisiensi

Menurut Mulyadi dalam Pendidikan (2019) efisiensi adalah berbagai ketepatan cara (usaha, kerja) untuk menjalankan sesuatu tanpa harus membuang waktu, tenaga dan biaya. Layanan *digital banking* dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sesuai kebutuhan.

5. Kemudahan dalam bertransaksi.

Merger PT Bank Syariah Indonesia mengakibatkan adanya layanan digital yang semakin memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Kemudahan merupakan sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha, kemudahan penggunaan artinya mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah dalam mengoperasikan (Jogiyanto dalam Amijaya, 2010).

Mobile banking didefinisikan sebuah tindakan proses transaksi keuangan secara *online*, sebagai evolusi alami dari *e-banking* yang memberdayakan nasabah untuk menyelesaikan transaksi keuangan melalui perangkat dan telepon genggam. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan bisnis keuangan sebab mobile banking mengintegrasikan teknologi dan peralatan komunikasi seluler untuk akses yang lebih besar ke layanan perbankan dan keuangan serta fleksibilitas dan jasa keuangan bank dapat dimanfaatkan

sepenuhnya tanpa penundaan waktu, tempat dan ruang (Nelwan *et al.*, 2021). BSI *mobile* merupakan bagian dari *mobile banking* yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia. Webform BSI adalah bagian dari formulir *online* atau formulir web yang digunakan oleh bank Syariah Indonesia. *Webform* merupakan halaman yang diminta pengguna untuk menggunakan browser yang tersedia dengan memanfaatkan server sebagai pengontrolnya. *Webform* BSI memudahkan dan mempercepat proses transaksi yang dilakukan oleh nasabah sebab pengisian webform sebelum transaksi secara *offline* ke bank dapat dilakukan secara mandiri oleh masing-masing nasabah terlebih dahulu. Penggunaan kemajuan teknologi telah tersirat dalam QS. Al-Anbiya' ayat 80 sebagai berikut:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِنُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya : “Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah SWT)”.

Dalam ayat tersebut berarti bahwa pemanfaatan teknologi dalam kebaikan di era perkembangan global patut untuk disyukuri.

2.2.4 Kepuasan Nasabah

Harahap (2020) kepuasan nasabah merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang timbul setelah terjadi perbandingan antara kinerja (hasil) sesuai yang diharapkan nasabah. Harapan dan kenyataan ini menentukan kepuasan nasabah yang diberikan oleh suatu bank yang memiliki dampak yang sangat besar terhadap pertumbuhan keuntungan suatu bank dan nasabah akan tetap loyal (Febrianta & Indrawati, 2016). Kepuasan dapat ditentukan dengan membandingkan apa yang diharapkan dan apa yang diterima khususnya dalamⁱ proses pelayanan bank tersebut. Jika kinerja tidak berhasil memenuhi ekspektasi maka pelanggan tidak akan merasakan puas dan jika kinerja sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas dan senang. Penilaian pelanggan atas kinerja terdapat banya faktor terutama hubungan yang dimiliki pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan (Hartawan, 2017).

Dalam proses pengambilan keputusan oleh konsumen, konsumen tidak berhenti hanya konsumsi saja, tetapi akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukan. Hasil dari proses evaluasi yang dilakukan konsumen adalah konsumen akan merasa puas atau tidak puas terhadap konsumsi atas produk atau jasa yang telah dilakukan (Firmansyah & Prajawati, 2016). Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang mendapatkan *value* (nilai) dari penyedia jasa, nilai tersebut dapat berasal dari produk, layanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Ketika pelanggan mengatakan nilai adalah layanan yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan layanan yang berkualitas. Menurut Rianto dalam (Hartawan, 2017) terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah:

1. *Tangible* (berwujud)

Jasa yang dapat dilihat konsumen, dapat berupa penampilan, fasilitas, fisik, peralatan, teknologi, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat. Misalnya bank syariah dengan desain dan lay out gedung yang menarik sehingga mampu memberikan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. *Empathy*

Ketersediaan karyawan dalam memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Semua karyawan harus terlibat dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah yang dapat memberikan kenyamanan nasabah dalam berinteraksi dengan perusahaan.

3. *Responsiveness* (Cepat Tanggap)

Kemauan dari karyawan dalam membantu dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari nasabah. Setiap keluhan yang diterima harus segera diberikan umpan balik untuk menghindari ketidakpuasan nasabah dengan perusahaan.

4. *Reliability* (Keandalan)

kemampuan dalam memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan

sesuai dengan promosi akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah.

5. Assurance (Kepastian)

Kemampuan karyawan dalam menciptakan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah diucapkan kepada nasabah. Karyawan harus mampu menunjukkan bahwa perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada nasabah.

Kepuasan nasabah dalam Islam telah tersirat dalam QS Al-Imran ayat 159 sebagai berikut:

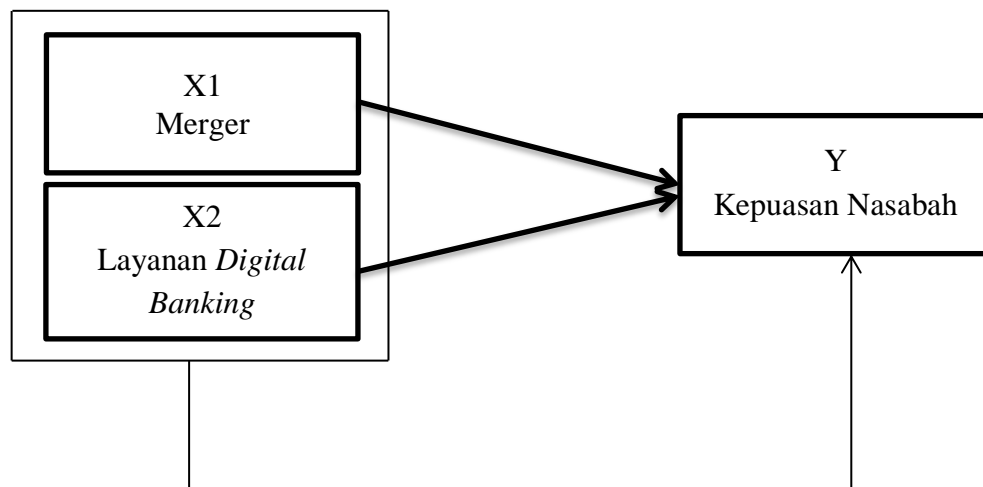
فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya:”Maka disebabkan rahmat dari Allah SWT lah yang kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonlah ampun bagi mereka , dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah SWT. Sesungguhnya Allah SWT menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Dalam ayat tersebut berarti bahwa jika kita berlaku baik orang akan mendekat begitu sebaiknya jika berlaku keras maka orang akan menjauh. Nasabah akan merasa puas jika diperlakukan sebaik dan menyenangkan mungkin dalam menggunakan jasa perbankan tersebut.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan gambar 2.1 Kerangka Konseptual

—————> Parsial

-----> Simultan

2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Pengaruh Merger terhadap Kepuasan Nasabah

Sharma (2019) berpendapat bahwa merger dapat meningkatkan stabilitas dan efektivitas operasi organisasi, dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan percaya bahwa adanya merger akan memiliki dampak positif pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sharma (2019) menunjukkan bahwa merger berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Umashankar *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa merger berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1: Merger berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

H0: Merger tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia

2.4.2 Pengaruh *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Mawardi & A.R. (2021) menyatakan bahwa penggunaan layanan *digital banking* meningkatkan tingkat kepuasan nasabah secara signifikan dalam perbankan Pakistan. Layanan *digital banking* memiliki peran penting dalam pemberian layanan perbankan yang efektif dan efisien serta meningkatkan kepuasan nasabah, sebab sistem yang terintegrasi secara teknologi bank saat ini dapat tampil lebih kompetitif dan efisien dalam pasar keuangan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sicillia & Yazid (2020) menunjukkan bahwa *digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Suhayati *at al.* (2022) bahwa *digital banking* terutama pada *webform* BSI tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H2: *Digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

H0: *Digital Banking* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia

2.4.3 Pengaruh Merger dan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Umashankar et al., (2022) menyatakan bahwa pelanggan merasa keberatan dengan adanya merger sebelum pelanggan mengetahui bagaimana pengaruhnya bagi mereka, dengan demikian pelanggan yang menghadapi perubahan layanan yang lebih buruk dan kehilangan atas hak istimewa akan merasa negatif tentang perusahaan. Febrianta & Indrawati, (2016) menyatakan bahwa jasa yang diberikan terutama pada digital banking harus dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir dengan kepuasan pelanggan, dalam penelitiannya menyatakan bahwa secara simultan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bagaimana jasa yang diberikan akan menentukan seberapa besar pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan perusahaan. Adanya merger

H3: Merger dan *digital banking* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

H0: Merger dan *digital banking* tidak berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan untuk menguji teori-teori objektif dengan meneliti hubungan antar variabel dan variabel tersebut dapat diukur sehingga dapat dianalisis menggunakan statistik (Creswell, 2014). Pendekatan kuantitatif memandang tingkah laku manusia yang dapat diprediksi dengan realitas sosial, objektif, dan dapat diukur (Nurlan, 2019). Pada umumnya penelitian kuantitatif ini menggunakan desain eksplanasi, objek telaah yang digunakan dalam penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah digunakan dalam pengujian hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Hipotesis ini menggambarkan hubungan antar dua variabel atau lebih, untuk mengetahui variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu letak dimana peneliti akan melakukan penelitian guna memperoleh dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian. Peneliti melakukan penelitian di perbankan syariah kota Malang tepatnya PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta Ruko Taman Niaga, Kav. 12, 15 – 17, Jl. Soekarno Hatta, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65149.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Susilana, (2013) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti atau dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati

atau diteliti (Supardi dalam Hernaeny, 2021). Populasi juga merupakan seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang peneliti tentukan (Susilana, 2013). Jadi populasi berhubungan dengan adanya data, bukan hanya manusia, jika setiap manusia memberikan data maka banyaknya populasi sama dengan banyaknya manusia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, jika populasi peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, jadi sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Nasir & Indriyani, 2020). sampel memungkinkan sebagian populasi untuk dijangkau dan mempunyai sebuah karakteristik yang sama dengan populasi dimana sampel akan diambil (Ibrahim & Sudjana, 2004). Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan perwakilan atau bagian dari sebuah populasi yang telah dihilangkan dengan metode tertentu (Hernaeny, 2021). Sampel pada penelitian ini adalah jumlah indikator dari semua variabel dikalikan dengan 5-10 (Roscoe dalam Wibowo & Haryjono, 2020). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $14 \times 10 = 140$. Jadi sampel yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 140 responden nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan *sampling* tidak melibatkan unsur peluang atau kesempatan yang sama untuk setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Jenis teknik yang digunakan adalah *sampling* Aksidental (*Accidental sampling*). *Sampling* aksidental dapat dijelaskan sebagai metode pengambilan sampel dimana individu yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat menjadi sampel, asalkan mereka memenuhi syarat sebagai sumber data (Garaika & Darmanah, 2019). Adapun kriteria sampel dari penelitian ini adalah:

- a. Masyarakat nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.
- b. Berusia minimal 17 tahun.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari objek yang diteliti oleh peneliti saat melakukan penelitian. Penelitian primer memerlukan data atau informasi yang berasal dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden (Hermawan & Amirullah, 2016). Informasi tersebut diperoleh dengan membagikan kuesioner terhadap objek yang dianggap mampu menjadi sumber data oleh peneliti. Sumber data dari penelitian ini merupakan nasabah PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Malang Soetta.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara langsung, yaitu dengan pembagian kuesioner berupa pertanyaan ataupun pernyataan kepada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

3.7 Skala Pengukuran Instrumen

Setiap instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang akan menunjukkan hasil positif maupun negatif. Untuk menghindari pengertian ganda dan hasil yang tidak valid maka skala likert yang digunakan terdiri dari 4 skala tanpa melipatkan pendapat netral dari responden. Adapun pengukuran skala likert menurut (Hidayat, 2021) dalam penelitian ini sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

3.8 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan pada suatu konsep dengan menjelaskan ciri-ciri yang spesifik lebih substantif (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
Variabel independen (X)			
1	Merger	a) Produk inovatif b) Jaringan yang luas c) Fasilitas yang memadai d) SDM berkompeten	Faradilla (2022)
2	<i>digital banking</i>	a) Fleksibilitas waktu b) Kenyamanan c) Keamanan d) Efisiensi e) Kemudahan	Mawardi & A.R. Hasmawaty (2021)
Variabel dependen (Y)			
3	Kepuasan nasabah	a) Kualitas jasa yang diberikan b) Perhatian karyawan terhadap nasabah c) Umpan balik dalam mengatasi keluhan nasabah d) Konsistensi dalam memberikan jasa e) Ketepatan dalam melaksanakan janji	Rianto dalam Hartawan (2017)

3.9 Metode Analisis data

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menyajikan dan menggambarkan data secara terperinci. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mengungkap informasi yang komprehensif dari data dengan berbagai metode deskripsi. Tujuan utama dari analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menginterpretasikan data yang telah terkumpul dan menarik kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

3.9.1 Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur dan mengungkapkan data dari validitas yang diteliti secara tepat. Dalam melakukan uji validitas digunakan nilai signifikan (2-tailed) yaitu dengan mengkorelasikan skor signifikansi tiap item dengan skor batas signifikansi. Pengujian ini menggunakan SPSS untuk menguji validitas dari suatu pertanyaan atau pernyataan. Dalam pengujian validitas instrument pengumpulan data dengan program SPSS biasanya menggunakan uji validitas *Bivariate Pearson* (Produk Momen Perason) dan *Corrected Item-Total Correlation* dengan tingkat signifikansi 0,05 (%5) (Hidayat, 2021).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan bentuk untuk menguji data yang diperoleh sebagai hasil dari jawaban (kuesioner) yang disebarkan oleh peneliti. Kuesioner dikatakan *reliable* apabila jawaban atas pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama terhadap seluruh item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan *reliable* atau konsisten.
2. Jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak *reliable* atau tidak konsisten (Sujarweni, 2014) dalam (Raharjo, 2014)

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mnegeuji apakah model regresi, data variabel dependen dan independen yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Seperti halnya uji t dan uji F diasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Adapun dasar pengambilan keputusan melalui analisis grafik sebagai berikut:

1. Jika data tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data tersebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Uji ini dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji *Glejser*, apabila *glejser* menunjukkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat disimpulkan terjadi indikasi heteroskedastisitas dengan nilai probabilitas signifikannya 0,05 atau 5%.

3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independen (X). tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen diketahui, selain itu juga digunakan untuk mengetahui bagaimana arah hubungan variabel dependen dengan variabel independennya. Untuk menghitung persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keadaan-keadaan bila koefisien regresi, yaitu b_1 dan b_2 mempunyai nilai:

1. Nilai = 0, dalam hal ini variabel Y tidak dipengaruhi oleh X_1 dan X_2 .
2. Nilai negatif, berarti terjadi hubungan dengan arah terbalik antara variabel dependen dengan variabel independen.
3. Nilai positif, berarti terjadi hubungan yang searah antara variabel dependen dengan variabel independen (Yuliara, 2016).

a) Uji t (t test)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh merger (X1), layanan *digital banking* (X2) secara parsial atau individu terhadap kepuasan nasabah (Y). pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (0,05). Dengan kriteria pengujian:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen serta memiliki pengaruh antara kedua variabel yang diuji.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen dan tidak terdapat pengaruh antara kedua variabel yang diuji.

b) Uji F (F test)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang memberi pernyataan mengenai pengaruh merger (X1) dan layanan *digital banking* (X2) secara simultan atau keseluruhan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan kriteria pengujian:

1. H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen secara bersama dapat menjelaskan variabel dependen dan berpengaruh antar variabel yang diuji.
2. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel independen secara bersama dapat menjelaskan variabel dependen dan tidak berpengaruh antar variabel yang diuji.

c) Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai proporsi variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati angka 1 memiliki arti bahwa variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

a) Sejarah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta

Berawal dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 0.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam dengan menghadirkan bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan *service excellence* dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. PT Bank syariah Indonesia (BSI) KC Malang Soetta sebelumnya merupakan PT BRIS (BRI Syariah) yang diresmikan pada tanggal 8 Desember 2017. Pada tahun 2019, OJK mendorong terjadinya merger antara 3 bank di Indonesia yakni PT Bank Mandiri Syariah, PT BRI Syariah dan PT BNI Syariah yang kemudian berganti nama menjadi PT Bank Syariah Indonesia. Pemerintah resmi menyatakan penggabungan ini pada tanggal 1 Februari 2022. PT Bank Syariah Indonesia adalah sebagai ikhtiar pemerintah dalam menciptakan bank syariah kebanggaan di Indonesia dan dapat dijadikan sebuah energy baru dalam pembangunan ekonomi nasional guna kesejahteraan masyarakat Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta (ex BRI Syariah) sudah resmi menjadi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) dan telah menerapkan sistem kerjanya sesuai dengan PT Bank Syariah Indonesia. Kegiatan tersebut memerlukan waktu untuk merger tiga bank menjadi satu entitas baru, dimana peresmian ditetapkan pada bulan November. Waktu yang dibutuhkan dalam proses merger tiga bank syariah yaitu sekitar 11 bulan dimulai pada bulan Maret. Bintang lima menjadi logo secara nasional terbentuknya PT Bank Syariah Indonesia. Logo yang bertuliskan

BSI dengan bintang berwarna kuning di atasnya yang diikuti dengan nama Bank Syariah Indonesia. Lima dasar pancasila dan lima rukun islam merupakan arti dari pengambilan simbol bintang yang memiliki lima bagian sudut. Dengan merger ketiga bank ini sangat diharapkan dapat bersinergi menjadi satu dan menjadi energy baru dalam pembangunan perekonomian nasional serta dapat berkontribusi dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. PT Bank Syariah Indonesia menjadi cermin perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan dapat memberikan kebaikan (Rahmatan Lil 'Aalamiin). Dengan berubahnya PT BRI Syariah menjadi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang Soetta tentunya memberikan pembaharuan dalam sistem maupun structural PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Malang Soetta. Pada awal tahun 2023 PT BSI KC Malang Soetta berubah menjadi PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

a) Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

- Visi

Top 10 Global Islamic Bank

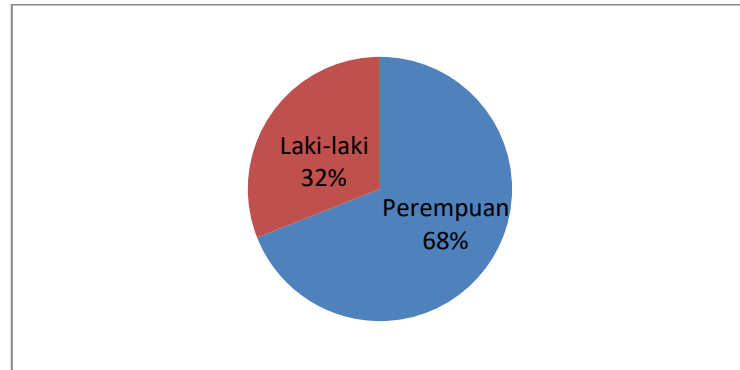
- Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. (Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset 500+ T dan nilai buku 50 T di tahun 2025).
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. (Top 5 bank yang paling profitabel di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.)

4.1.2 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

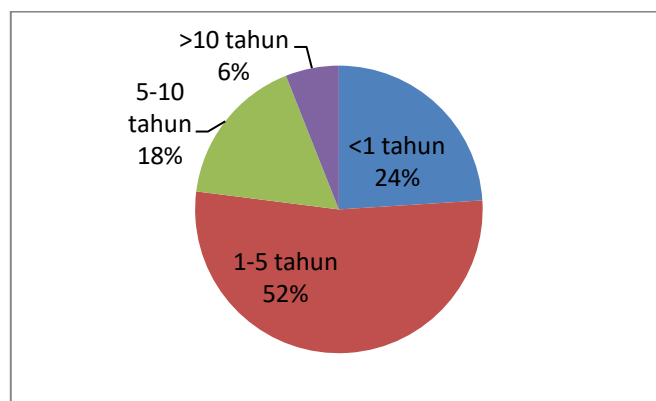


Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Gambar 4.1 menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, data menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah nasabah perempuan diikuti oleh nasabah laki-laki. Jumlah responden perempuan tercatat sebanyak 100 nasabah, yang memiliki presentase sebesar 68%, sementara responden laki-laki sebanyak 47 nasabah atau sekitar 32%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah



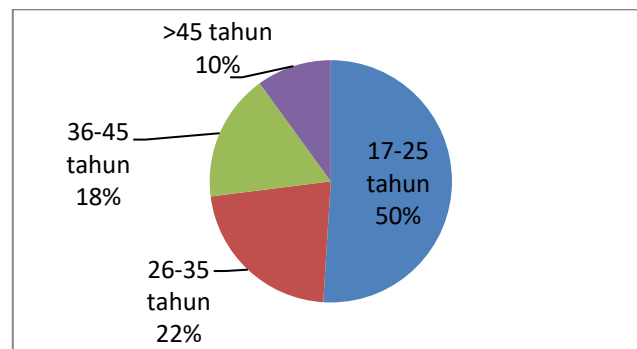
Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Gambar 4.2 menggambarkan karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah. Rata-rata responden telah menjadi nasabah PT

Bank Syariah Indonesia sekitar 1-5 tahun. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah responden yang menjadi nasabah sekitar 1-5 tahun mencapai 76 nasabah dengan persentase 52%. Disusul dengan responden yang telah bergabung kurang dari 1 tahun sebesar 35 nasabah dengan persentase 24%. Untuk responden yang bergabung sekitar 5-10 tahun sebesar 27 nasabah dengan persentase 18%. Diurutan terakhir responden yang bergabung lebih dari 10 tahun sebanyak 9 nasabah dengan persentase 6%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

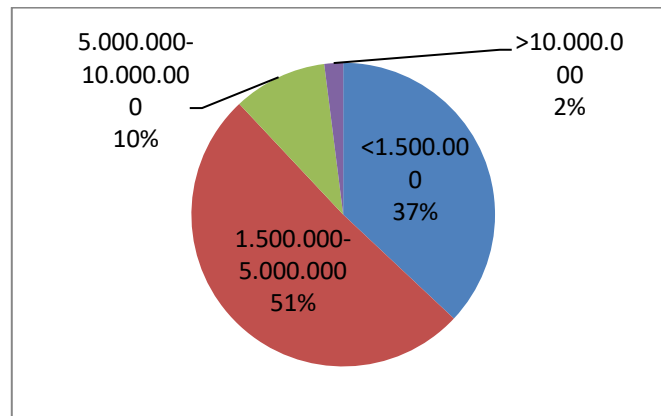


Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Gambar 4.3 menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Rata-rata responden merupakan nasabah PT Bank Syariah Indonesia yang berusia 17-25 tahun. hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang berusia 17-25 tahun sebesar 74 nasabah dengan persentase 50%. Responden dengan usia 26-35 tahun sebesar 33 nasabah dengan persentase 22%. Untuk responden yang berusia 36-45 tahun sebesar 26 nasabah dengan persentase 18%. Yang terakhir responden dengan usia diatas 45 tahun sebesar 15 nasabah dengan persentase 10%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Gambar 4.4 menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pendapatan. Rata-rata responden yang mendominasi merupakan nasabah BSI yang memiliki pendapatan antara 1.500.000-5.000.000. Hal ini dapat dilihat responden yang memiliki pendapatan antara 1.500.000-5.000.000 sebanyak 75 nasabah dengan persentase 51%. Responden dengan pendapatan kurang dari 1.500.000 sebanyak 52 nasabah dengan persentase 37%. Diurutan selanjutnya dengan pendapatan responden antara 5.000.000-10.000.000 sebanyak 16 nasabah dengan persentase 10%. Terakhir responden yang memiliki pendapatan diatas 10.000.000 sebanyak 4 nasabah dengan persentase 2%.

4.1.3 Gambaran Umum Variabel

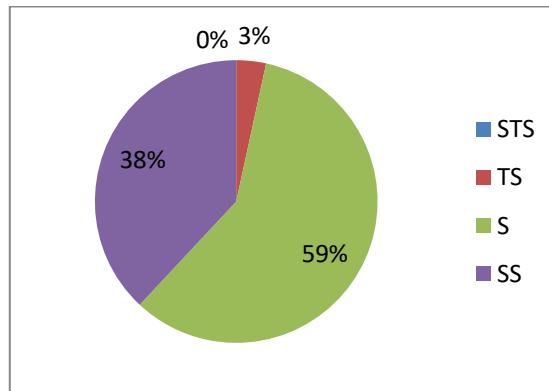
a) Deskripsi Data

Dalam penelitian ini deskripsi data digunakan untuk memberikan gambaran terkait tanggapan responden secara umum mengenai merger (X1), layanan *digital banking* (X2), untuk kepuasan nasabah (Y).

1. Merger (X1)

Gambaran umum atas variabel merger terdapat 4 indikator dengan 4 item pernyataan.

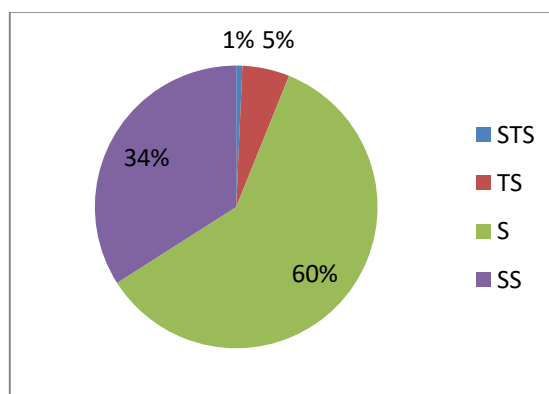
Gambar 4.5 Frekuensi Produk Inovatif



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.5 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-1 (Adanya merger produk yang ditawarkan PT Bank Syariah Indonesia lebih inovatif) sebanyak 38% atau 56 responden menyatakan sangat setuju, 59% atau 86 responden menyatakan setuju, dan 3% atau 5 responden menyatakan tidak setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator produk inovatif telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X1.1 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya merger produk lebih inovatif telah diterapkan dengan baik.

Gambar 4.6 Frekuensi Jaringan yang Luas

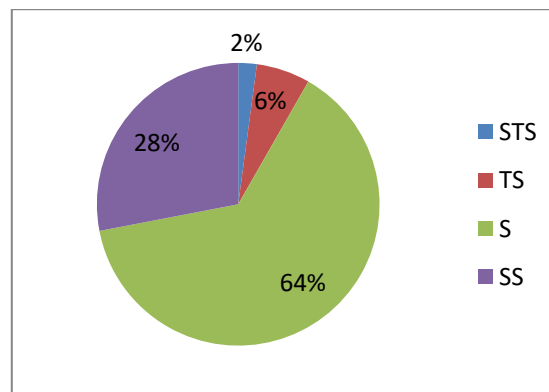


Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.6 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-2 (Adanya merger jaringan PT Bank Syariah Indonesia menjadi lebih

luas) sebanyak 34% atau 50 responden menyatakan sangat setuju, 60% atau 88 responden menyatakan setuju, dan 5% atau 8 responden menyatakan tidak setuju, 1% atau 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator jaringan yang luas telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X1.2 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya merger jaringan menjadi lebih luas telah diterapkan dengan baik.

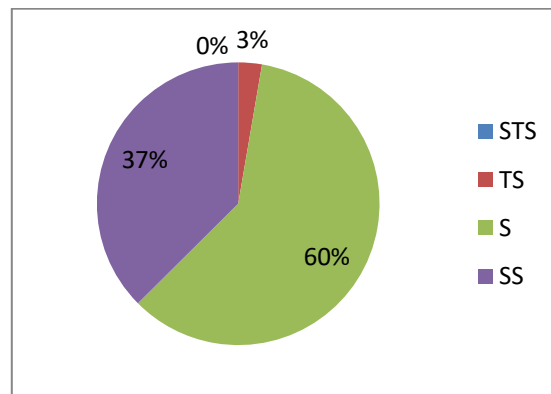
Gambar 4.7 Frekuensi Fasilitas yang Memadai



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.7 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-3 (Adanya merger fasilitas yang dimiliki PT Bank Syariah Indonesia lebih memadai) sebanyak 28% atau 541 responden menyatakan sangat setuju, 63% atau 93 responden menyatakan setuju, dan 6% atau 9 responden menyatakan tidak setuju, 2% atau 4 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator fasilitas yang memadai telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X1.3 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya merger fasilitas lebih memadai telah diterapkan dengan baik.

Gambar 4.8 Frekuensi SDM Berkompeten



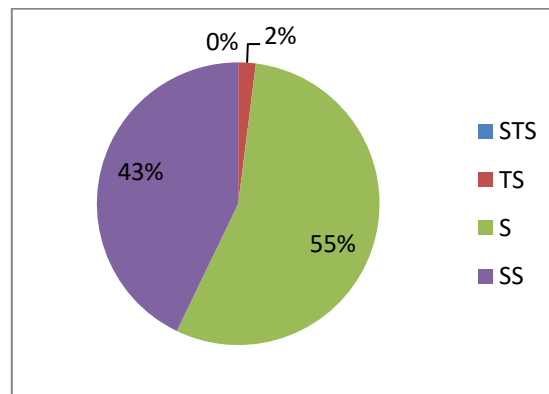
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.8 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-4 (Adanya merger Sumber Daya Manusia di PT Bank Syariah Indonesia lebih berkompeten) sebanyak 37% atau 55 responden menyatakan sangat setuju, 60% atau 88 responden menyatakan setuju, dan 3% atau 4 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator SDM berkompeten telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X1.4 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya merger SDM lebih berkompeten telah diterapkan dengan baik.

2. *Digital Banking* (X2)

Gambaran umum atas variabel layanan *digital banking* terdapat 5 indikator dengan 5 item pernyataan.

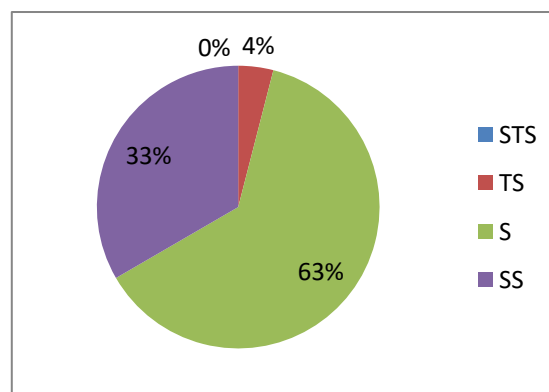
Gambar 4.9 Frekuensi Fleksibilitas Waktu



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.9 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-1 (Adanya digital banking dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia dapat dilakukan dengan fleksibel) sebanyak 42% atau 63 responden menyatakan sangat setuju, 55% atau 81 responden menyatakan setuju, dan 2% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator fleksibilitas waktu telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X2.1 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya merger jaringan menjadi lebih luas telah diterapkan dengan baik.

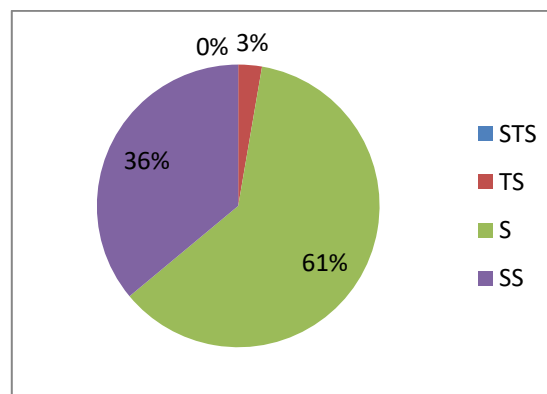
Gambar 4.10 Frekuensi Kenyamanan



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.10 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-2 (Adanya *digital banking* dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia secara nyaman) sebanyak 33% atau 49 responden menyatakan sangat setuju, 63% atau 92 responden menyatakan setuju, dan 4% atau 6 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator kenyamanan telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X2.2 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya *digital banking* dapat melakukan transaksi secara nyaman telah diterapkan dengan baik.

Gambar 4.11 Frekuensi Keamanan

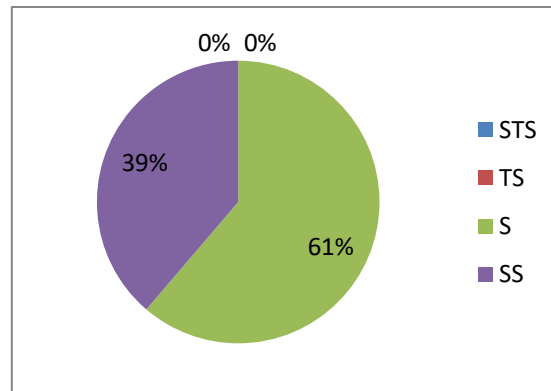


Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.11 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-3 (Adanya *digital banking* dapat melakukan transaksidi PT Bank Syariah Indonesia dengan jaminan keamanan) sebanyak 36% atau 53 responden menyatakan sangat setuju, 61% atau 90 responden menyatakan setuju, dan 3% atau 4 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator keamanan telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item

pernyataan X2.3 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya digital banking dapat melakukan transaksi dengan aman telah diterapkan dengan baik.

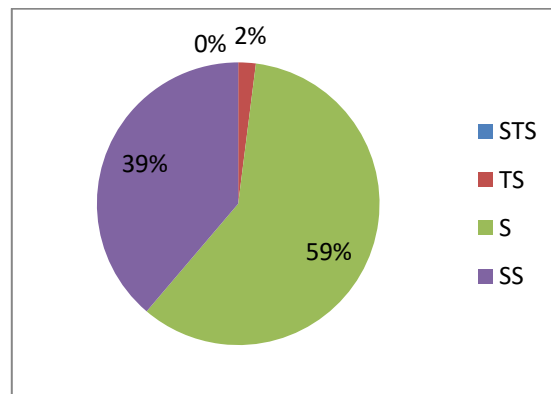
Gambar 4.12 Frekuensi Efisiensi



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.12 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-4 (Adanya *digital banking* dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia dengan waktu yang efisien) sebanyak 39% atau 57 responden menyatakan sangat setuju, 61% atau 90 responden menyatakan setuju, dan 0% atau 0 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator efisiensi telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X2.4 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya digital banking transaksi dapat dilakukan dengan waktu yang efisien telah diterapkan dengan baik.

Gambar 4.13 Frekuensi Kemudahan



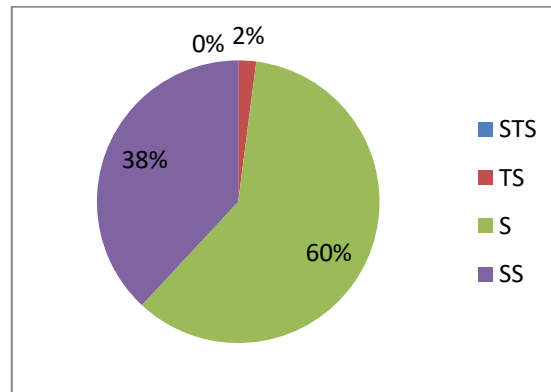
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.13 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-5 (Adanya *digital banking* akan memudahkan dalam melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia) sebanyak 39% atau 57 responden menyatakan sangat setuju, 59% atau 87 responden menyatakan setuju, dan 2% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator kemudahan telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan X2.5 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan adanya *digital banking* dapat memudahkan dalam bertransaksi telah diterapkan dengan baik.

3. Kepuasan Nasabah (Y)

Gambaran umum atas variabel kepuasan nasabah terdapat 5 indikator dengan 5 item pernyataan.

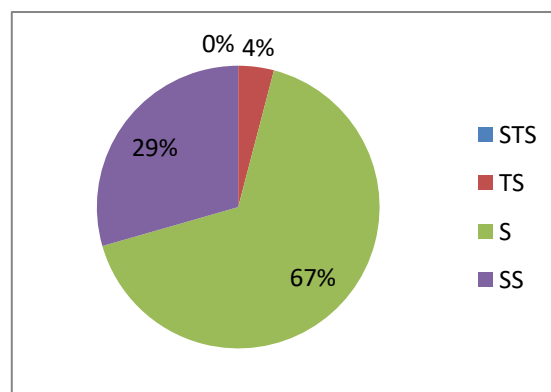
Gambar 4.14 Frekuensi Kualitas Jasa yang Diberikan



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.14 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-1 (Saya merasa puas dengan kualitas jasa yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta) sebanyak 38% atau 56 responden menyatakan sangat setuju, 60% atau 88 responden menyatakan setuju, dan 2% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator kualitas jasa yang diberikan telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan Y.1 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan kualitas jasa yang diberikan telah diterapkan dengan baik.

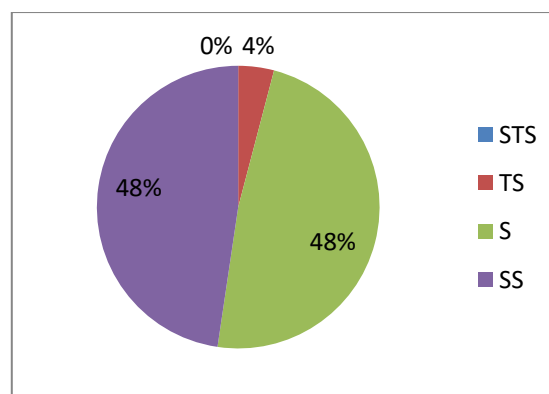
Gambar 4.15 Frekuensi Perhatian Karyawan terhadap nasabah



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.15 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-2 (Saya merasa puas dengan perhatian yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta kepada nasabah) sebanyak 29% atau 43 responden menyatakan sangat setuju, 67% atau 98 responden menyatakan setuju, dan 4% atau 6 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator Perhatian karyawan terhadap nasabah telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan Y.2 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan perhatian karyawan terhadap nasabah telah diterapkan dengan baik.

Gambar 4.16 Frekuensi Umpan Balik dalam Mengatasi Keluhan Nasabah

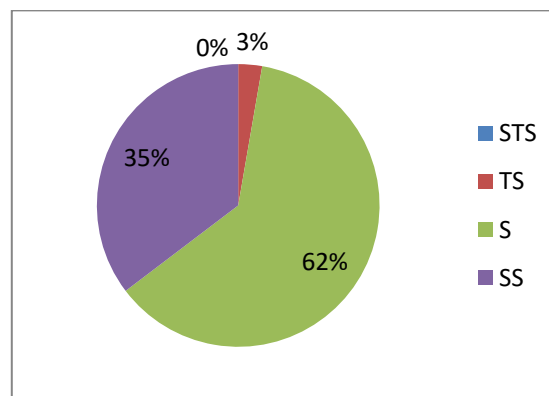


Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.16 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-3 (Saya merasa puas dengan umpan balik yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta terhadap keluhan nasabah) sebanyak 48% atau 70 responden menyatakan sangat setuju, 48% atau 71 responden menyatakan setuju, dan 4% atau 6 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator umpan balik dalam mengatasi keluhan nasabah telah berjalan

dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan Y.3 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju dan sangat setuju. Artinya penerapan umpan balik dalam mengatasi keluhan nasabah telah diterapkan dengan baik.

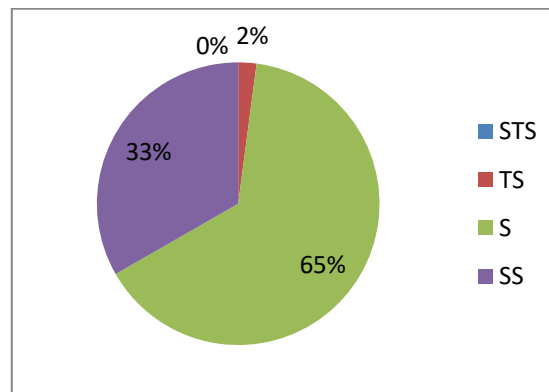
Gambar 4.17 Frekuensi Konsistensi dalam Memberikan Jasa



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.17 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-4 (Saya merasa puas atas konsistensi PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta antara promosi dan pemberian jasa) sebanyak 35% atau 52 responden menyatakan sangat setuju, 62% atau 91 responden menyatakan setuju, dan 3% atau 4 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator konsistensi dalam memberikan jasa telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan Y.4 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan konsistensi dalam memberikan jasa telah diterapkan dengan baik.

Gambar 4.18 Frekuensi Ketepatan dalam Melaksanakan Janji



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Pada gambar 4.18 dapat dijelaskan bahwa dalam item pernyataan ke-5 (Saya merasa puas atas janji yang ditawarkan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta direalisasikan dengan baik) sebanyak 33% atau 48 responden menyatakan sangat setuju, 63% atau 96 responden menyatakan setuju, dan 2% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 0% atau 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan interpretasi diatas maka dapat diketahui bahwa penerapan indikator ketepatan dalam melaksanakan janji telah berjalan dengan baik pada nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hal ini berdasarkan tanggapan responden terhadap item pernyataan Y.5 yang memiliki persentase tinggi di frekuensi jawaban setuju. Artinya penerapan ketepatan dalam melaksanakan janji telah diterapkan dengan baik.

b) Uji Kualitas Data

Dalam penelitian dikatakan memiliki kualitas baik apabila instrumen dalam penelitian tersebut valid dan reliabel. Hal tersebut merupakan syarat dalam sebuah penelitian, sehingga uji validitas dan uji reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui baik tidaknya suatu instrumen penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana instrument tersebut dapat mengukur dengan akurat dan tepat data yang dimaksud, jika instrument dapat secara teliti dan tepat mengungkapkan data yang diinginkan, maka instrument tersebut dianggap valid. Agar data dapat dikatakan valid maka harus membandingkan nilai korelasi atau r hitung dengan r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dan positif signifikannya sebesar 0,05 atau 5%, data tersebut dapat dikatakan valid. Dalam pengambilan keputusan didasarkan pada nilai r tabel dengan nilai signifikansi 5% yaitu 0,165. Setiap item pernyataan akan dinyatakan valid jika output dari uji validitas lebih besar dari 0,165. Dibawah ini merupakan output dari hasil uji validitas pada setiap variabel:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Semua Variabel

Item	r hitung	r tabel	Hasil
Merger (X1)			
X1.1	0,753	0,165	Valid
X1.2	0,745	0,165	Valid
X1.3	0,751	0,165	Valid
X1.4	0,690	0,165	Valid
Layanan Digital Banking (X2)			
X2.1	0,785	0,165	Valid
X2.2	0,742	0,165	Valid
X2.3	0,685	0,165	Valid
X2.4	0,690	0,165	Valid
X2.5	0,675	0,165	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)			
Y.1	0,605	0,165	Valid
Y.2	0,692	0,165	Valid
Y.3	0,752	0,165	Valid
Y.4	0,735	0,165	Valid
Y.5	0,729	0,165	Valid

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dari hasil olah data menggunakan SPSS pada indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keseluruhan. Dari 14 item pernyataan yang disebarkan kepada 140 responden, secara keseluruhan item tersebut menghasilkan r hitung lebih besar daripada r tabel sehingga diartikan bahwa semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan bentuk untuk menguji data yang diperoleh sebagai hasil dari jawaban (kuesioner) yang disebar oleh peneliti. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban atas pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghazali, 2011). Agar data yang diuji dapat dikatakan reliabel maka nilai cronbach's alpha harus lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's</i> Alpha	Std. Value	Hasil
Merger (X1)	0,715	0,60	Reliabel
Layanan <i>Digital</i> <i>Banking</i> (X2)	0,762	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,744	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dari hasil olah data uji reliabilitas maka secara keseluruhan variabel telah diketahui bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini adalah konsisten atau reliabel.

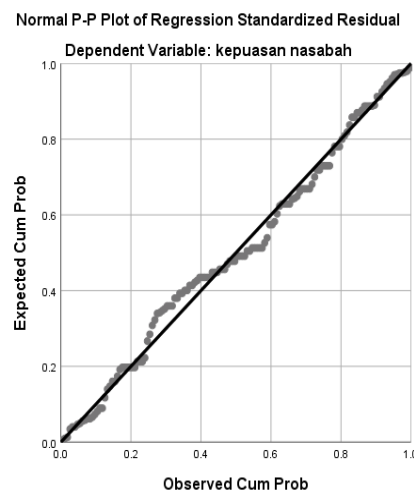
c) Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil dari uji asumsi klasik atas data penelitian yang dilakukan akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah distribusi data variabel dependen dan independen yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara uji normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov, dimana grafik penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus dengan nilai signifikannya $>0,05$, maka data tersebut dapat dikatakan normal, apabila nilai signifikannya $<0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

Gambar 4.19 *Normal Probability Plot*



Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

N	147
Asymp. Sig (2-tailed)	.200

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Melalui gambar 4.19 terlihat bahwa titik-titik tersebar dengan pola yang mengikuti garis diagonal. Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Temuan ini juga didukung oleh hasil uji regresi menggunakan metode Kolmogorov-smirnov yang terlihat dalam tabel 4.3, menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi yang normal. Dari tabel tersebut telah menunjukkan bahwa nilai signifikannya $0,200 > 0,05$. Maka dari itu residual dari data yang berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi nilai normal atau telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui adanya korelasi atau tidak maka perlu melihat nilai VIF atau *tolerance*, apabila $VIF < 10$ atau *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas, begitupun sebaliknya jika $VIF > 10$ atau *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Merger (X1)	0.603	1.658
Layanan Digital Banking (X2)	0.603	1.658

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

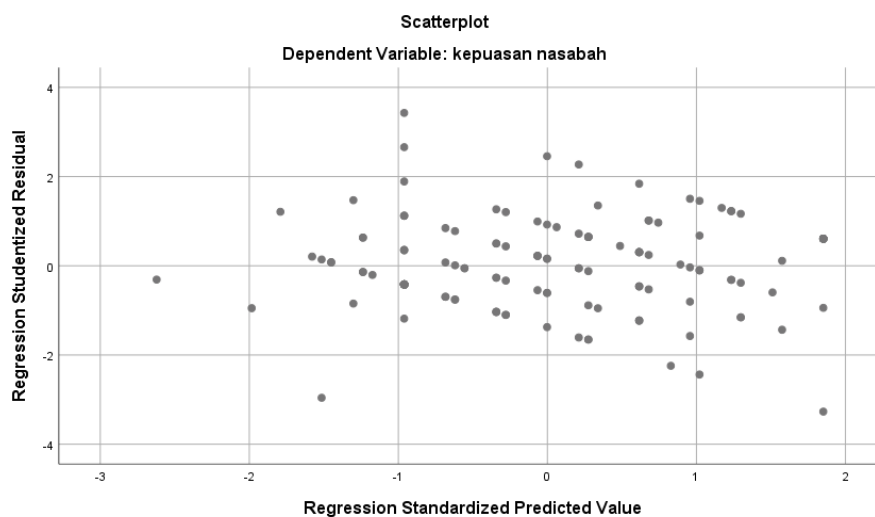
Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai $VIF 1.658 < 10$ dan nilai *tolerance* $0.603 > 0,1$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen antara merger

dan layanan digital banking tidak terjadi multikolinearitas, sehingga variabel tersebut masuk kedalam kategori model regresi yang baik.

3. Uji Heteroskedastiditas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terdapat ketidaksamaan dalam varians dan residual pada model regresi. Jika varians dan residual adalah sama, maka dikatakan bahwa model regresi tersebut adalah homoskedastisitas. Namun, jika terdapat perbedaan varians, maka disebut sebagai heteroskedastisitas. Uji glejser digunakan untuk melakukan pengujian ini, dalam uji glejser nilai signifikansi digunakan sebagai acuan. Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas. Namun jika nilai signifikansi $<0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas.

Gambar 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplot



Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser

Variabel	Sig.	Hasil
Merger (X1)	0.287	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Layanan Digital Banking (X2)	0.855	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 4.20 diketahui bahwa titik-titik yang tersebar tidak membentuk pola yang teratur, artinya variabel penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresinya. Didukung dengan tabel 4.5 dengan hasil signifikansi uji heteroskedastisitas dengan metode *glejser* yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel merger $0,287 > 0,05$ dan nilai signifikansi variabel layanan *digital banking* $0,855 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independen (X). dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel merger dan layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,515	1.023		4.414	.000
Merger (X1)	.362	.083	.328	4.344	.000
<i>Digital Banking</i> (X2)	.446	.074	.455	6.030	.000

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 maka persamaan dari regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,515 + 0,362 \text{ merger} + 0,446 \text{ digital banking} + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a). Koefisien regresi variabel merger (X1) sebesar 0,362, artinya variabel merger memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- b). Koefisien regresi variabel *digital banking* (X2) sebesar 0,446, artinya variabel layanan digital banking memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

1) Uji t (t test)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh merger (X1) dan layanan *digital banking* (X2) secara parsial atau individu terhadap kepuasan nasabah (Y). berikut merupakan hasil uji t test.

Tabel 4.7 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	T	Sig.
Merger (X1)	4.344	0.000
<i>Digital Banking</i> (X2)	6.030	0.000

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel merger (X1) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan variabel layanan *digital banking* (X2) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan dalam hipotesis sebagai berikut:

H₁: Merger (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa t hitung variabel merger (X1) sebesar 4,344, sedangkan t tabel diketahui sebesar 1,977. Jadi nilai $4,344 > 1,977$ yang artinya t hitung lebih besar daripada t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel merger (X1) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). selain t hitung dapat dilihat juga berdasarkan nilai signifikansinya, pada variabel merger (X1) nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya bahwa variabel merger (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H₂: *digital banking* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai t hitung variabel *digital banking* (X2) sebesar 6.030 dengan nilai t tabel diketahui sebesar 1,977, sehingga $6.030 > 1,977$ artinya variabel layanan *digital banking* (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). selain t hitung juga dapat dilihat melalui nilai signifikansinya, berdasarkan tabel 4.10 nilai signifikan variabel layanan *digital banking* sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga

H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti variabel *digital banking* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

2) Uji F (F test)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang memberi pernyataan mengenai pengaruh merger (X1) dan layanan *digital banking* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan hipotesis sebagai berikut:

H_3 : Merger (X1) dan *digital banking* (X2) berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.8 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	251.093	2	125.015	73.161	.000
Residual	248.826	145	1.716		
Total	499.919	147			

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 73.161 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan pada uji F ini lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$). Selain nilai signifikan nilai F hitung sebesar 73.161 lebih besar dari nilai F tabel yaitu sebesar 3,06 ($73.161 > 3,06$). Sehingga dari nilai tersebut maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya merger (X1) dan layanan *digital banking* (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat dari hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen, atau seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berikut merupakan hasil koefisien determinasi.

Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709	.502	.495	1.30998

Sumber: Diolah melalui SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 50,2%. Dengan demikian kepuasan nasabah dijelaskan oleh merger dan layanan *digital banking* sebesar 50,2 % sedangkan 49,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar dari model ini atau diluar variabel independen dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa pengujian terhadap variabel dependen dan variabel independen yaitu pengaruh merger dan layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta baik secara parsial maupun simultan.

4.2.1 Pembahasan Merger (X1) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Sharma (2019) berpendapat bahwa merger dapat meningkatkan stabilitas dan efektifitas operasi organisasi, dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan percaya bahwa adanya merger akan memiliki dampak positif pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hasil dari pengujian variabel merger (X1) diatas yaitu variabel merger (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) di PT BSI KCP Malang Soetta. hasil

tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Ilkhafa (2022) yang menunjukkan bahwa merger berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Mojokerto. Namun Pada penelitiannya Sharma (2019) menunjukkan bahwa merger berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank Nepal. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Umashankar *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa merger berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jika merujuk pada penelitian sebelumnya memang merger memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Dengan objek dan jumlah responden yang berbeda menunjukkan hasil yang berbeda juga, dengan indikator merger meliputi: (1) produk inovatif, (2) jaringan yang luas, (3) fasilitas yang memadai, dan (4) SDM berkompeten.

Dalam islam merger secara tidak langsung dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan istilah "Syirkah" atau pengkongasian, dijelaskan dalam Q.S Shaad ayat 24 sebagai berikut:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْمَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۗ

Artinya: Dia (Dawud) berkata, "Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu." Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat.

4.2.2 Pembahasan *Digital Banking* (X2) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Mawardi & A.R., (2021) menyatakan bahwa *digital banking* memiliki peran penting dalam memberikan layanan perbankan yang efektif dan efisien serta meningkatkan kepuasan nasabah, sebab sistem yang terintegrasi secara teknologi bank saat ini dapat tampil lebih kompetitif dan efisien dalam pasar keuangan. Hasil dari pengujian variabel *digital banking* (X1) diatas yaitu variabel *digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank

Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Hasil dari penelitian ini telah didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardhana (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan *m-banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan Sicillia & Yazid (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa dampak digital banking adalah positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aliya *et al.* (2021) yang hasilnya menyatakan bahwa *digital banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jika merujuk pada penelitian sebelumnya *digital banking* juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan indikator *digital banking*: (1) fleksibilitas waktu, (2) kenyamanan, (3) keamanan, (4) efisiensi, dan (5) kemudahan.

Dalam islam penggunaan teknologi telah dijelaskan dalam Q.S Al-Anbiya' ayat 80 sebagai berikut:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِنُحْصِيَنَّكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya : “Dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah SWT)”.

4.2.3 Pembahasan Merger (X1) dan Digital Banking (X2) Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Ilkhafa (2022) menyatakan bawa perubahan merger akan mempengaruhi kepuasan nasabah BSI mulai dari sistem, produk baru, jaringan yang luas, serta teknologi yang ada, kepuasan pelanggan dapat dirasakan karena apa yang diterima sesuai dengan ekspektasi mereka, dalam penelitiannya menyatakan bahwa merger secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Mojokerto. Febrianta & Indrawati (2016) menyatakan bahwa jasa yang diberikan terutama pada digital banking harus dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir dengan kepuasan pelanggan, dalam penelitiannya layanan digital banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji F (simultan) yang telah dilakukan, hasil dari output yang didapat menunjukkan

bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau $>0,05$. Sehingga secara simultan variabel merger dan *digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Dalam penelitian ini telah didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianta & Indrawati (2016) yang menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Fimansyah & Purnamasari (2022) yang menunjukkan bahwa *e-banking service quality* dan *e-trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika dilihat dari hasil uji determinasi menunjukkan hasil dari *adjust r square* sebesar 0,495 atau 49,5%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah sebanyak 49,5% dipengaruhi oleh merger dan *digital banking*, 50,5% kepuasan nasabah dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa merger dan *digital banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BSI KCP Malang Soetta.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari pemaparan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, yang membahas terkait pengaruh merger dan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Merger memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. Bagi nasabah adanya merger memberi perubahan secara langsung, merger dapat menciptakan produk oada PT Bank Syariah Indonesia lebih inovatif dengan Sumber Daya Manusia yang lebih berkompeten.
2. *Digital banking* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta. *Digital banking* dianggap sangat membantu karena dapat dilakukan dengan fleksibel.
3. Merger dan *digital banking* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.

5.2 Saran

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melanjutkan penelitian dengan variabel lain yang menjadi faktor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sehingga penelitian dapat berkembang dan memiliki cakupan yang lebih luas serta terintegritas terkait faktor yang menjadikan nasabah merasa puas dengan PT Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini

terdapat keterbatasan dalam indikator sehingga untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu menyempurnakan indikator pernyataan kuesioner yang lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Info Singkat: Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13(3), 19–24.
- Aliya, L., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). The Effect of The Digitalization of Banking Services on Customer Satisfaction at BCA Syariah KCP Kranji. *Journal of Islamic Economics and Social Science (JIESS)*, 2(2), 114. <https://doi.org/10.22441/jiess.2021.v2i2.005>
- Amijaya. (2010). Bab II Landasan Teori Kemudahan Penggunaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) UNS*, 7, 13–14.
- Arjuna, S., Melia, Y., Siregar, M. R., & Juliarta, F. (2022). Mencapai Sumber Daya Manusia Berkompeten (Analisis Kinerja dan Kualitas Pelayanan pada UMKM Labuhan Batu). 6, 12208–12216.
- Elvi, M. (2018). Analisis kepuasan nasabah terhadap fasilitas pelayanan pada bank syariah mandiri (bsm) kantor cabang kota bengkulu.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. 7, 17–32.
- Faqir, A. (2020). Merger Tiga Bank Syariah BUMN Tingkatkan Daya Saing Industri. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/uang/merger-tiga-bank-syariah-bumn-tingkatkan-daya-saing-industri.html?page=2>
- Faradilla, A. I. (2022). Pengaruh Merger Bank Syariah menjadi BSI, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah sesudah Merger.
- Febrianta, A., & Indrawati. (2016). Influence of Mobile Banking Service Quality to Customer Satisfaction Bank BCA in Bandung. 3(3), 2879–2885.
- Firmansyah, F., & Prajawati, M. I. (2016). Implementasi dan Pengaruhnya

terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah di Malang.
1–119.

Firmansyah, F., & Purnamasari, P. E. (2022). *E -banking Service Quality dan E-trust serta Implikasinya pada E-customer Satisfaction dan E-customer Loyalty Corresponding Author : Nama Penulis : Maretha Ika Prajawati Cara mencitasi : PENDAHULUAN Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tela. 18(2).*

Fitria, A., & Munawar, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan, 1(1)*, 43–52.
<https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>

Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV Hira Tech.

Hadid, K. I., Soon, N. K., & Amreeghah, A. A. E. (2020). The Effect of Digital Banking Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on the Malaysian Banks. *Asian Journal of Applied Science and Technology, 04(01)*, 06–29. <https://doi.org/10.38177/ajast.2020.4102>

Harahap, Z. (2020). *Pengaruh Pelayanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. 6*, 101–118.

Hartawan, D. (2017). *Pengaruh Internat Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang Palembang). 3(2).*

Hernaeny, U. (2021). populasi dan sampel. In S. Haryanti (Ed.), *pengantar statistika 1* (p. 34).
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fn&pg=PA33&dq=Ul'fah+Hernaeny,+M.+P.+\(2021\).+Populasi+Dan+Sampe l.+Pengantar+Statistika,+1,+33.+\(v\)&ots=N_Ybfor9Jk&sig=AC0MukAP-ev1QpUSdHQXbzZZjsQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fn&pg=PA33&dq=Ul'fah+Hernaeny,+M.+P.+(2021).+Populasi+Dan+Sampe l.+Pengantar+Statistika,+1,+33.+(v)&ots=N_Ybfor9Jk&sig=AC0MukAP-ev1QpUSdHQXbzZZjsQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Hernandez, A., & David, F. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap

Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-Hari. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(1), 17–32.

<https://doi.org/10.24246/itexplore.v1i1.2022.pp17-32>

Hidayat, A. A. (2021a). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0dAeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=cara+menyusun+skala+likert&ots=4ACJ9gdFqd&sig=QsZIo mqNH-QnvYpeMLXM-QzIRI8&redir_esc=y#v=onepage&q=cara menyusun skala likert&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0dAeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=cara+menyusun+skala+likert&ots=4ACJ9gdFqd&sig=QsZIo mqNH-QnvYpeMLXM-QzIRI8&redir_esc=y#v=onepage&q=cara%20menyusun%20skala%20likert&f=false)

Hidayat, A. A. (2021b). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.

https://www.google.co.id/books/edition/Menyusun_Instrumen_Penelitian_Uji_Validi/0dAeEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Ilkhafa, D. (2022). *Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah Dan Fintech Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsi Kcp Mojokerto Mojopahit 2 Pada Masa Pandemi 2021–2023*.

[http://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/1443/%0Ahttp://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/1443/2/BAB I Pendahuluan.pdf](http://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/1443/%0Ahttp://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/1443/2/BAB%20I%20Pendahuluan.pdf)

Indonesia, ikatan banking. (2015). *memahami bisnis bank syariah*.

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jqFLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=bank+syariah+&ots=nms5TH-hnB&sig=RlSd5N9vY64E6WwNqRCn5UPhGx4&redir_esc=y#v=onepage&q=bank syariah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jqFLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=bank+syariah+&ots=nms5TH-hnB&sig=RlSd5N9vY64E6WwNqRCn5UPhGx4&redir_esc=y#v=onepage&q=bank%20syariah&f=false)

JavanLabs. (2023). Surah An-Nisa' ayat 29. *TafsirQ.Com*. <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>

Mawardi, A., & A.R., H. (2021). Pengaruh Pelayanan Digital dan Pelayanan Konvensional terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 126–

137. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.364>

Nasir, A., & Indriyani, D. (2020). *pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk cake cirebon kelana*. 5(9), 883–893.

Nelwan, J. Z., Kerti yasa, N. N., Sukaatmadja, I. P. G., & Ekawati, N. W. (2021). *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*. https://www.google.co.id/books/edition/Layanan_Internet_Banking_dan_Mobile_Bank/eRkvEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Pendidikan, G. (2019). 8 Pengertian Efisiensi Menurut Para Ahli Terlengkap. In *Seputarilmu*. <https://seputarilmu.com/2019/12/efisiensi-menurut-para-ahli.html>

Raharjo, S. (2014). cara melakukan uji reliabilitas alpha cronbach's dengan SPSS. *SPSS Indonesia*. <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>

Rantemangiling, Y., Mamesah, E. L., & Setiabudhi, D. O. (2022). Analisis Yuridis Mengenai Merger Bank Syariah Mandiri, Bri Syariah, Dan Bni Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Lex Crimen, September*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexcrimen/article/view/43366>

Sharma, K. P. (2019). *The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post- Merger Phase in Banking Sector of Nepal* *The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post- Merger Phase in Banking Sector of Nepal*. June. <https://doi.org/10.3126/jnbs.v11i1.24202>

Sicillia, M., & Yazid, A. (2020). Analisis Dampak Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Sebuah Bank Swasta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 79. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4520>

Simanjuntak, C., & Natalie, M. (2018). *Merger Perusahaan Publik (Suatu Kajian Hukum Korporasi)*.

https://www.google.co.id/books/edition/Merger_Perusahaan_Publik_Suatu_Kajian_Hu/WUV_EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 4(6), 1681–1695.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1054>

Susilana, R. (2013). *Modul 6 populasi dan sampel*.

Trisantosa, I. N., Kurniasih, D., & Hubeis, M. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Digital*.

https://www.google.co.id/books/edition/Pelayanan_Publik_Berbasis_Digital/g3pmEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>

Umashankar, N., Bahadir, S. C., & Bharadwaj, S. (2022). Despite Efficiencies, Mergers and Acquisitions Reduce Firm Value by Hurting Customer Satisfaction. *Journal of Marketing*, 86(2), 66–86.

<https://doi.org/10.1177/00222429211024255>

Undang-Undang. (2008). *Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. 1998.

Utari, K. K., Septiyana, Y., Asnaini, A., & Elwardah, K. (2022). Efisiensi Keputusan Merger Tiga Bank Syariah di Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi di BSI Kc Bengkulu Panorama). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 311–324.

<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.1922>

Wahyuni, S. (2014). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Fleksibilitas Tenaga

Kerja Kontrak Dan Paruh Waktu Pada Umkm Di Jawa Tengah. *Wahana*, 17(2), 139–151.

Wardhana, A. (2015). pengaruh kualitas layanan mobile banking (m-banking) terhadap kepuasan nasabah di indonesia. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10(2).

Wibowo, B., & Haryjono, A. (2020). *Pengaruh Kredibilitas Influencer, Nominal Harga, dan Media Sosial terhadap Minat Pembelian dengan Mediasu Citra Merek di Tokopedia*. 13(1), 83–90.

Widiya, T. N., & Safitri, R. (2022). *The efect of Sharia Compliance on Customer Satisfaction at BSI KC Malang Soetta Mediated by Digital Banking Service*. 96(2), 93–102.

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 18.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil olah data SPSS

1.1 Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		147
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.44284348
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.066
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

1.2 Uji multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.515	1.023		4.414	.000		
	merger	.362	.083	.328	4.344	.000	.603	1.658
	digital banking	.446	.074	.455	6.030	.000	.603	1.658

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

1.3 Uji Glejser

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.109	.650		.167	.867		
	merger	.057	.053	.113	1.069	.287	.603	1.658
	digital banking	.009	.047	.019	.183	.855	.603	1.658

a. Dependent Variable: abs_res

1.4 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.093	2	125.547	73.161	.000 ^b
	Residual	248.826	145	1.716		
	Total	499.919	147			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), digital banking, merger

LAMPIRAN 2

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

A. UMUM

Dengan rasa hormat, dimohon ketersediannya untuk mengisi kuesioner yang telah tersedia. Jawaban yang anda berikan sangat membantu penelitian dalam penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Merger dan Digital banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta”**.

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Lama Menjadi Nasabah : <1 Tahun
 1-5 Tahun
 5-10 Tahun
 >10 Tahun
4. Usia : 17-25 Tahun
 26-35 Tahun
 36-45 Tahun
 >45 Tahun
5. Pendapatan : <1.500.000
 1.500.000-5.000.000
 5.000.000-10.000.000
 >10.000.000

C. PETUNJUK PENGISIAN

Isi dan beri tanda “✓” pada pilihan jawaban yang menurut anda sesuai dengan keterangan sebagai berikut:

SS (sangat setuju) = 4

S (setuju) = 3

TS (tidak setuju) = 2

STS (sangat tidak setuju) = 1

Dengan pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

No	Indikator X1	SS	S	TS	STS
1	Adanya merger produk yang ditawarkan PT Bank Syariah Indonesia lebih inovatif				
2	Adanya merger jaringan PT Bank Syariah Indonesia menjadi lebih luas.				
3	Adanya merger fasilitas yang dimiliki PT Bank Syariah Indonesia lebih memadai.				
4	Adanya merger Sumber Daya Manusia di PT Bank Syariah Indonesia lebih berkompeten.				
No	Indikator X2	SS	S	TS	STS
1	Adanya <i>digital banking</i> dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia dapat dilakukan dengan fleksibel.				
2	Adanya <i>digital banking</i> dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia secara nyaman.				
3	Adanya <i>digital banking</i> dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia dengan jaminan keamanan.				
4	Adanya <i>digital banking</i> dapat melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia dengan waktu yang efisien.				
5	Adanya <i>digital banking</i> akan memudahkan dalam melakukan transaksi di PT Bank Syariah Indonesia.				

No	Indikator Y	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan kualitas jasa yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta.				
2	Saya merasa puas dengan perhatian yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta kepada nasabah.				
3	Saya merasa puas dengan umpan balik yang diberikan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta terhadap keluhan nasabah.				
4	Saya merasa puas atas konsistensi PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta antara promosi dan pemberian jasa.				
5	Saya merasa puas atas janji yang ditawarkan PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta direalisasikan dengan baik.				

LAMPIRAN 3

HASIL CEK TURNITIN



Skripsi

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

8%
PUBLICATIONS

8%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	13%
2	dspace.uii.ac.id Internet Source	5%
3	Yoannisa Fitriani Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji. "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 Publication	1%
4	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.uksw.edu Internet Source	1%
7	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
8	repository.ikhac.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%



LAMPIRAN 4

SURAT BEBAS PLAGIARISME

22/06/23 11.09

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Lailatul Khamidah
NIM : 19540045
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **PENGARUH MERGER DAN LAYANAN DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP MALANG SOETTA**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	24%	8%	8%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Juni 2023

UP2M



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO,
Lc., M.Si

LAMPIRAN 5

JURNAL BIMBINGAN

22/06/23 12.37

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 19540045
Nama : Lailatul Khamidah
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM
Judul Skripsi : PENGARUH MERGER DAN LAYANAN DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KCP MALANG SOETTA

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	17 November 2022	Pengajuan dan persetujuan judul proposal	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	22 Februari 2023	bimbingan 1 revisi bab 1-3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	1 Maret 2023	bimbingan 2 revisi bab 1-3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	9 Maret 2023	bimbingan 3 revisi bab 1-3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	15 Maret 2023	Bimbingan 4 revisi bab 1-3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	17 Maret 2023	Bimbingan ke 5 revisi	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
7	5 Juni 2023	Revisi bab 4&5	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	13 Juni 2023	ACC Semhas	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
9	16 Juni 2023	Pelaksanaan Semhas	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
10	20 Juni 2023	Revisi Semhas	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

Malang, 20 Juni 2023
Dosen Pembimbing



LAMPIRAN 6

BIODATA

BIODATA PENELITI

Nama : Lailatul Khamidah
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 08 Desember 2000
Alamat : Dsn. Ngares Ds. Kebondalem Kec. Bareng Kab.
Jombang
No. Hp : 085808486720
E-mail : lailatulkhamidah360@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2007-2013 : SDN Kebondalem 3
2013-2016 : SMPN 1 Bareng
2016-2019 : MAN 3 Kediri

