



# SALAM

## Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i

P-ISSN: 2356-1459. E-ISSN: 2654-9050

Vol. 10 No. 6 (2023), pp. 1879-1894

DOI: 10.15408/sjsbs.v10i6.38072

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/index>



## Pengaruh *Merger* dan Religiusitas terhadap Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*) Nasabah BSI

Maya Septi Cahyani, Feriani Budiayah

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,

Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto



[10.15408/sjsbs.v10i6.38072](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v10i6.38072)

### Abstract

This study aims to analyze the effect of mergers and religiosity on switching behaviour of customers BSI users who live in DKI Jakarta Province. This study is quantitative research using Multiple Linear Regression via Microsoft Excel 2010 and SPSS version 26. The population of this research, customers BSI users, was sampled as many as 100 respondents using the Purposive Sampling technique. Data was collected using a questionnaire on google form. The research results show that mergers and religiosity simultaneously have a significant effect on Switching Behaviour. Partially, the merger has a positive and significant effect on Switching Behaviour, so that you have a good opportunity to move now or in the future. Likewise, religiosity has a positive and significant effect on switching behaviour. It is important for management to pay attention to customer switching behavior because this will affect the target number of customer increases that the bank wants to achieve.

**Keywords:** Effect of Merger; Influence of Religiosity; Switching Behaviour; Indonesian Bank Syariah (BSI) Customers

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh merger dan religiusitas terhadap switching behavior pelanggan pengguna BSI yang berdomisili di Provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan Regresi Linier Berganda melalui Microsoft Excel 2010 dan SPSS versi 26. Populasi penelitian ini pelanggan pengguna BSI dijadikan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner di google form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa merger dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Switching Behavior. Secara parsial merger berpengaruh positif dan signifikan terhadap Switching Behavior, sehingga mempunyai peluang yang baik untuk pindah saat ini atau di masa yang akan datang. Begitu pula dengan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berpindah. Penting bagi manajemen untuk memperhatikan perilaku perpindahan nasabah, karena hal ini akan mempengaruhi target peningkatan jumlah nasabah yang ingin dicapai bank.

**Kata Kunci:** Pengaruh Merger; Pengaruh Religiusitas; Switching Behavior; Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

## A. PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang telah beroperasi baik di negara yang mayoritas muslim ataupun mayoritas Islam. Di kawasan Asia Tenggara yang sudah mengoperasikan perbankan syariah antara lain Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Thailand, Filipina, dan Singapura. Operasional perbankan syariah di Indonesia ditandai dengan terbentuknya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Rianto, 2012).

Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup pesat, menurut OJK pada tahun 2022 tercatat jumlah bank syariah di Indonesia adalah 13 Bank Umum Syariah, 20 Unit Usaha Syariah dan 166 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Total aset bank syariah di Indonesia mencapai Rp.2.375,84 triliun pada tahun 2022, yang tercatat meningkat dari tahun sebelumnya yang berkisar diangka Rp.2.050,44 triliun (OJK, Statistik Perbankan Syariah, 2022). Namun, pertumbuhan aset secara keseluruhan yang didorong oleh laju pertumbuhan majemuk tahunan investasi atau *Compound Annual Growth Rate (CAGR)* sebesar 13,8% belum bisa meningkatkan angka penetrasi pasar perbankan syariah dengan pesat (Arlinta Prasetian Dewi, et al., 2022). Terbukti dari jumlah nasabah perbankan syariah yang masih sedikit.

Data dari *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* atau MABDA (2022) jumlah pemeluk agama Islam di Indonesia mencapai 237,56 juta jiwa atau setara dengan 87% dari total penduduk Indonesia. Namun nasabah perbankan syariah yang tercatat dalam rekening perbankan syariah hanya sebesar 5,86% dari jumlah penduduk muslim di Indonesia (Larasati & Hakim, 2022). Jumlah tersebut tergolong kecil jika dibandingkan dengan jumlah seluruh penduduk muslim yang ada di Indonesia dan menggambarkan masih rendahnya pangsa pasar perbankan syariah.

Kenyataan ini sungguh terasa ironis, pencapaian perbankan syariah dapat dikatakan masih rendah dan masih ketinggalan jauh dengan pencapaian yang diraih oleh perbankan konvensional. Minat masyarakat Indonesia masih kurang dalam menggunakan bank syariah. Perbankan syariah tidak berhasil menggaet nasabah dari kalangan muslim di tengah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Populasi di Indonesia yang mayoritas adalah muslim, menjadikan Indonesia memiliki potensi besar terhadap perkembangan pangsa pasar perbankan syariah.

Perkembangan perbankan syariah juga dapat dipengaruhi oleh tempat dimana bank syariah itu sendiri terletak. Kemudian pada lokasi yang mempunyai aktivitas perekonomian yang meningkat, seperti Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, bank syariah memiliki peluang dan kesempatan yang besar. Segala kegiatan vital seperti kegiatan penyelenggaraan pemerintahan, swasta, pusat perkantoran dan kegiatan dunia usaha terpusat di Jakarta, sebagai ibu kota Negara Republik Indonesia. Sejalan dengan perkembangan sektor perbankan, Jakarta menjadi tempat terbaik bagi Bank Syariah (Ade Sofyan Mulazid et al., 2020).

Bank syariah hingga saat ini terus berupaya untuk meningkatkan daya saing di tengah tantangan ekonomi global. Erick Thohir selaku Menteri BUMN serta pemerintah melihat bahwa penetrasi perbankan syariah di Indonesia jauh tertinggal dengan bank konvensional, sehingga Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menggabungkan atau melaksanakan *merger* pada tiga bank syariah BUMN. Ketiga bank tersebut diantaranya adalah Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah, dan Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi satu entitas dengan nama PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) yang bertujuan untuk menjadikan ekonomi syariah di Indonesia semakin maju dan berkembang (Wareza, 2021).

Pelaksanaan *merger* bank syariah layak untuk dilakukan (Ahdizia et al., 2018) karena dapat menambah potensi nilai pasar, meningkatkan fasilitas, pendapatan, penguatan akses modal dan pertumbuhan jumlah nasabah akibat adanya persepsi yang positif. Penggabungan ketiga bank syariah BUMN ini dilakukan untuk menciptakan bank syariah berskala besar guna meningkatkan penetrasi ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia. Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu mengakhiri stagnasi pangsa pasar industri perbankan syariah yang dalam satu dekade terakhir hanya mampu berada pada kisaran 7,03%. *Merger* juga diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah dan merealisasikan perbankan syariah untuk eksis di kalangan masyarakat dengan berbagai strategi yang dilaksanakan seperti meluaskan pengetahuan masyarakat mengenai produk perbankan syariah sehingga dapat memudahkan proses perkembangan bank syariah setelah *merger* terutama dalam hal peningkatan jumlah nasabah dan menambah intensi masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Secara tidak langsung *merger* dapat memberikan dampak pada nasabah, baik itu nasabah bank yang bersangkutan ataupun nasabah di luar dari ketiga bank yang *merger* tersebut.

Faktor lain yang dianggap dapat memicu perilaku berpindah (*switching behaviour*) nasabah BSI yaitu faktor religiusitas. Menurut Nasrullah (Miatun & Santoso, 2020), hal ini didasari atas keputusan konsumen untuk membeli produk tergantung kadar keimanan mereka. Unsur keislaman dan keagamaan memegang peranan penting dalam menentukan bagaimana seseorang berperilaku dalam situasi tertentu, yang dalam hal ini yaitu perilaku beralih nasabah untuk menggunakan produk bank syariah yang notabenehnya merupakan bank Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran dari pengaruh *merger* dan religiusitas terhadap perilaku berpindah (*switching behavior*) nasabah BSI. Penelitian ini difokuskan di Jakarta karena merupakan pusat dunia usaha di Indonesia dengan jumlah dana pihak ketiga dan peredaran uang yang paling besar. Ini juga merupakan daerah dengan karakteristik masyarakat yang beragam.

## B. KAJIAN TEORI

Istilah *merger* berasal dari kata *merge* yang dalam Bahasa Indonesia berarti menggabungkan atau memfusikan (Jhon M.E & Sadli, 1990). Di Indonesia sendiri, *merger*

dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) disebut dengan istilah penggabungan yang didefinisikan sebagai berikut: Penggabungan adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh suatu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada yang mengakibatkan aktiva dan pasiva dari perseroan yang menggabungkan diri itu beralih karena hukum kepada perseroan yang menerima penggabungan, dan selanjutnya status badan hukum perseroan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum (Undang-Undang Republik Indonesia No. 40, 2007).

Terjadinya *merger* dapat memicu adanya perilaku berpindah (*switching behaviour*). Perilaku merupakan tindakan, aktivitas, respon, serta reaksi yang dilakukan oleh individu terhadap suatu objek, ide, pandangan, dan yang lainnya (Timotius, 2018). Perilaku dikaitkan dengan aktivitas yang telah atau sedang dilakukan oleh individu. Jika dikaitkan dengan materi perusahaan perbankan, maka perilaku bisa dikatakan sebagai tindakan individu menjadi nasabah atau calon nasabah perbankan Islam yang dimotivasi oleh berbagai faktor yang ada di dalam dirinya maupun diluar dirinya.

Selain *merger*, religiusitas juga menjadi salah satu faktor yang dianggap dapat memicu perilaku berpindah (*switching behaviour*) nasabah BSI. Religiusitas berasal dari kata religion (agama), yang berasal dari kata *al-Din, religi (relegare, religere)* yang artinya undang-undang atau hukum. Religiusitas dideskripsikan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalani kehidupan dengan baik dan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Religiusitas telah diidentifikasi sebagai salah satu elemen penting dalam lingkungan budaya, serta dianggap mempengaruhi cara orang berperilaku (Muhamad & Devi, 2006). Religiusitas merupakan suatu ideologi yang memuat berbagai ajaran positif dalam mendorong manusia untuk melakukan sebuah tindakan. Ajaran-ajaran agama yang menjadi wacana keseharian manusia secara sadar maupun di bawah sadar menjadi dorongan teologis untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi.

Religiusitas yang melekat pada diri seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yang berbeda yaitu adanya pengaruh dari faktor eksternal dan pengaruh dari faktor internal dalam dirinya sendiri. Faktor eksternal berupa adanya pengaruh yang datang kepada setiap individu seperti pengaruh pendidikan, pengaruh intelektual dan pengaruh dari berbagai hal yang menyangkut tekanan sosial. Sementara itu faktor internal timbul karena adanya pengaruh yang berupa seperti pengalaman spritualitas, kebutuhan akan keselamatan dan keamanan, kebutuhan memperoleh harga diri dan kebutuhan yang muncul karena perasaan akan ancaman kematian. Dimana religiusitas yang dimiliki tersebut tentunya punya tingkatan yang berbeda disetiap orangnya.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan teoritis karena lebih objektif dibandingkan dengan teori perilaku lainnya, dimana *Theory of Planned Behavior* dapat memprediksi dan mengidentifikasi keyakinan seseorang terhadap pengendalian atas sesuatu yang akan terjadi dari hasil perilakunya. *Theory of Planned Behavior* mengemukakan bahwa perilaku merupakan perbuatan, tindakan atau perkataan seseorang yang dapat diamati, digambarkan, dicatat oleh orang lain (Arifin,

2015). Perilaku merupakan aktualisasi sikap individu atau kelompok yang diwujudkan menjadi sebuah tindakan ataupun penerimaan yang terjadi akibat interaksi dengan lingkungan internal dan eksternalnya. Secara umum, faktor yang mendasari sikap ini berasal dari dalam diri individu tersebut (internal) dan juga dari luar dirinya atau biasa disebut sebagai faktor eksternal.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki fungsi untuk mengetahui besaran dari pengaruh *merger* dan religiusitas terhadap perilaku berpindah (*switching behavior*) nasabah BSI. Adapun objek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berdomisili di Provinsi DKI Jakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan tertulis yang diajukan kepada 100 responden yaitu nasabah BSI yang berdomisili di DKI Jakarta. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan media *google form*. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BSI yang berdomisili di DKI Jakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linier berganda.

- a. Uji Kualitas Data, digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.
- b. Uji Asumsi Klasik, digunakan agar dapat memenuhi persyaratan ketika akan melakukan uji model regresi linier berganda.
- c. Analisis Regresi Linier Berganda, bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah suatu hubungan antar variabel terikat (dependen) dengan variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini pengujian analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 26.
- d. Uji Hipotesis, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### D. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

- a. Uji Kualitas Data

- 1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu kuesioner yang akan disebar kepada para responden. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan hasil uji menghasilkan nilai *r*-hitung yang lebih besar dari nilai *r*-tabel (0,199584). Dengan ini dapat disimpulkan, seluruh item pernyataan dalam penelitian

ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam proses analisis data selanjutnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian, dalam hal ini kuesioner yang digunakan. Tabel 1 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel. Disimpulkan kuesioner dikatakan reliabel apabila seluruh variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Tabel 1:** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Merger</i> (X <sub>1</sub> )	0,976	Reliabel
Religiusitas (X <sub>2</sub> )	0,935	Reliabel
<i>Switching Behaviour</i> (Y)	0,776	Reliabel

Kuesioner yang disebar terdiri dari 28 atribut yang diukur untuk menganalisis pengaruh *merger* dan religiusitas terhadap perilaku berpindah (*switching intention*). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner penelitian yang disebar kepada 100 responden ini dinyatakan reliabel dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini menggunakan uji non parametik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* satu arah. Table 2 menunjukkan nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk uji normalitas lebih besar dari standar normalitas (>0,05) yaitu 0,2. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa uji test normalitas penelitian ini terdistribusi secara normal dan layak untuk dianalisis.

**Tabel 2:** Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.50510158

Most Differences	Extreme	Absolute	.073
		Positive	.073
		Negative	-.052
Test Statistic			.073
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat sebuah korelasi antara variabel bebas (independen) yang berada pada model regresi linier berganda suatu penelitian. Apabila nilai *Tolerance Value* lebih besar daripada 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Tabel 3 menunjukkan bahwa uji multikolinieritas memiliki nilai *Tolerance Value* antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0,313 dan nilai VIF antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  adalah 3,198.

**Tabel 3:** Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance Value</i>	VIF	Keterangan
Merger ( $X_1$ ) ↓↑ Religiusitas ( $X_2$ )	0,313	3,198	Tidak terjadi Multikolinieritas

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier berganda. Apabila nilai signifikansinya menunjukkan nilai diatas 0,05 maka dapat dipastikan tidak terdapat heteroskedastisitas. Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel  $X_1$  (*Merger*) dan  $X_2$  (*Religiusitas*) masing-masing adalah 0,264 dan 0,926. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4:** Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	.213	.164		1.303	.196
	<i>Merger</i>	.006	.006	.200	1.123	.264
	Religiusitas	-.001	.009	-.017	-.094	.926

a. Dependent Variable: ABS\_Res

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *Durbin-Watson* (DW) yang dihasilkan oleh variabel bebas dengan nilai *Durbin-Lower* (DL) dan *Durbin-Upper* (DU). Nilai DW dan DU ini sendiri ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian dan jumlah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW) yang dihasilkan adalah 1,752 yang berada di antara nilai *Durbin-Upper* (1,69439) dan 4-DU (2,30561). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Autokorelasi.

**Tabel 5:** Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	<i>Durbin-Upper</i> (DU)	<i>Durbin-Watson</i> (DW)	4 – DU
<i>Merger</i> (X <sub>1</sub> ) ↓↑ Religiusitas (X <sub>2</sub> )	1,69439	1,752	2,30561

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas/independen secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (Bersama-sama) terhadap variabel terikat/dependen. Perhitungan statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 26.

**Tabel 6:** Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.968	.273		-3.552	.001

<i>Merger</i>	.235	.009	.889	25.023	.000
Religiusitas	.046	.015	.109	3.063	.003

- 1) Nilai koefisien konstanta pada persamaan tersebut menunjukkan nilai negatif yaitu sebesar -0,968. Nilai ini menunjukkan jika variabel *merger* ( $X_1$ ) dan religiusitas ( $X_2$ ) konstan, maka nilai perilaku berpindah/*switching behaviour* ( $Y$ ) adalah -0,968.
- 2) Nilai koefisien variabel *merger* ( $X_1$ ) adalah 0,235 mempunyai pengaruh bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah. Nilai ini menunjukkan jika variabel *merger* naik sebesar 1 satuan, dengan asumsi nilai variabel lain tetap, maka nilai perilaku berpindah/*switching behaviour* ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,235.
- 3) Nilai koefisien variabel religiusitas ( $X_2$ ) adalah 0,046 mempunyai pengaruh bernilai positif menunjukkan hubungan yang searah. Nilai ini menunjukkan jika variabel Religiusitas naik sebesar 1 satuan, dengan asumsi nilai variabel lain tetap, maka nilai perilaku berpindah/*switching behaviour* ( $Y$ ) juga akan naik sebesar 0,046.

#### d. Uji Hipotesis Penelitian

##### 1) Uji t (Uji Parsial)

Uji t penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel bebas atau independen yaitu *merger* ( $X_1$ ) dan Religiusitas ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*) Nasabah BSI. Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat hasil uji hipotesis yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a) Pengaruh *merger* ( $X_1$ ) terhadap Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*)

Nilai t-hitung sebesar 25.023 lebih besar dari nilai t-tabel 0.889 dengan nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa *merger* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Switching Behaviour* ( $Y$ ) nasabah untuk menggunakan Bank BSI.

##### b) Pengaruh Religiusitas ( $X_2$ ) terhadap Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*)

Nilai t-hitung sebesar 3.063 lebih besar dari nilai t-tabel 0.109 dengan nilai sig. sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap *Switching Behaviour* ( $Y$ ) nasabah untuk menggunakan Bank BSI.

##### 2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh variabel bebas atau independen yaitu *merger* ( $X_1$ ) dan religiusitas ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*) Nasabah BSI. Uji F sendiri dilakukan dengan menggunakan uji ANOVA. Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan dari *merger* dan religiusitas adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa *merger* dan religiusitas secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku berpindah/*switching behaviour* (Y) nasabah untuk menggunakan Bank BSI.

**Tabel 7:** Hasil Uji F (ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	634.982	2	317.491	1219.301	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.258	97	.260		
	Total	660.240	99			

### 3) Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi *Merger* dan Religiusitas terhadap Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*) Nasabah BSI. Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-squared* yang dihasilkan adalah sebesar 0,961 (96,1%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *merger* ( $X_1$ ) dan religiusitas ( $X_2$ ) dapat mempengaruhi atau menerangkan variabel dependen yaitu Perilaku Berpindah (*Switching Behaviour*) Nasabah BSI sebesar 96,1%, Sedangkan sisanya sebesar 3,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Tabel 8:** Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.981 <sup>a</sup>	.962	.961	.5103

## E. KESIMPULAN

Dampak *Merger* dan Religiusitas secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Switching Behaviour*. Selanjutnya, *Merger* dan Religiusitas secara bersamaan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Switching Behaviour*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *merger* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia dan nilai-nilai religiusitas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia akan

mempengaruhi perilaku berpindah (*switching behaviour*) nasabah untuk menggunakan jasa dari Bank Syariah Indonesia.

## REFERENSI

- Adennia Yasamina Cholida. (2022). Respon Nasabah Terhadap Merger Tiga Bank Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Ponorogo. IAIN Ponorogo.
- Ahdizia, K., Masyita, D., & Sutisna, S. (2018). Business Valuation of Islamic Banks in Merger Plan to Become an Indonesia's State-Owned Islamic Bank. *ETIKONOMI*, 17(2), 223–236. <https://doi.org/10.15408/etk.v17i2.7238>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Alhusain, A. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional (Vol. XIII). Jakarta Pusat: Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.
- Andrianto, & Firmansyah. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). In Riba dan Bunga Bank. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Anggusti, M., & dkk. (2021). Mengenal Lebih Dekat Sistem Manajemen dan Ta ta Kelola Perusahaan yang Baik. Medan: Merdeka Kreasi.
- Arga, A., Fiqri, A., Azzahra, M. M., Dzakiyah Branitasandini, K., Pimada, L. M., & Penulis, N. (2021). Peluang Dan Tantangan Merger Bank Syariah Milik Negara Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. 9(1).
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). Migrating to New Service Providers: Towards a Unifying Framework of Consumers Switching Behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Cartwright, & Schoenberg. (2006). Thirty Years of Mergers and Acquisitions Research: Recent Advences and Future Opportunities. *British Journal of Management*.
- Chaplin, J. (2000). Kamus Lengkap Psikologi. (K. Kartono, Ed.) Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chen, J., Kim, J. H., & Rhee, S. G. (2020a). Do low search costs facilitate like-buys- like mergers? Evidence from common bank networks. *Journal of Financial Economics*, 140(2), 484–513. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2020.12.002>
- Darma, B. (2021). Statistik Penelitian menggunakan SPSS. Guepedia.
- Dharmasetya, Lani; Sulaimin, Vonny. (2009). Merger dan Akuisisi (Tinjauan dari Sudut Akuntansi dan Perpajakan). Jakarta: PT. Alex Media.
- Elitan, L., & Anatan, L. (2009). Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia. Bandung: Alfabeta.
- Emirzon, J. (2000). Hukum Bisnis Indonesia. Jakarta: Prenhalindo.

- Fatimah, A. (2021). Analisis Kinerja Keuangan, Dampak Merger 3 Bank Syariah BUMN dan Strategis Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Pengembangan Ekonomi Nasional (Vols. Volume 3, No. 1). *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*.
- Fikri, A., & dkk. (2021). Peluang dan Tantangan Merger Bank Syariah Milik Negara di Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19 (Vol. 9). *El Dinar*.
- Fiqri, A. A. A., Azzahra, M. M., Branitasandini, K. D., & Pimada, L. M. (2021). Peluang Dan Tantangan Merger Bank Syariah Milik Negara Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *El Dinar*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11315>
- Fishben, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: an Introduction to Theory and Research*. United States: Addison Wesley Pub.co.
- Fuadi, F. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank*. Jawa Barat: CV Adanu Abimata.
- Fuadi, M. (1999). *Hukum Tentang Merger*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Fuady, Munir. (2007). *Hukum Tentang Merger (Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007)*. Citra Aditya Bakti.
- Gaughan. (2007). *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings*. Singapore: John Wiley & Sons.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, M. (2019). Perkembangan Bank Syariah di Asia Tenggara: Sebuah Kajian Historis (Vols. Vol. 4, Bo. 1). *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Harada, K., & Ito, T. (2011). Did mergers help Japanese mega-banks avoid failure? Analysis of the distance to default of banks. *Journal of the Japanese and International Economies*, 25(1), 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.jjie.2010.09.001>
- Harahap, S., Wiroso, & Yusuf, M. (2010). *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.
- Hartanto, A., & Fatwa, N. (2020). The Geostrategy Of Sharia Banking Merger In Indonesia. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, VIII(Xii), 60–66. <https://doi.org/10.31364/SCIRJ/v8.i12.2020.P1220829>
- Hartono, Sri Redjeki. (2000). *Kapita Sekekta Hukum Perusahaan*. Jakarta: Mandar Maju.
- Haryanto, J., & Chairy. (2007). Model Baru dalam Migrasi Pelanggan (Vol. XIII). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW*.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hendrawan, H. (2004). Analisis Perilaku Nasabah Tabungan abc Cabang Tebet Setelah Fatwa MUI Mengenai Bunga Bank. Bandung: MB-IPB.
- Indriantoro, N., & Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE.

- Iskamto, D. (2018). *Pertumbuhan yang sangat pesat. Tiga dasawarsa dan keuangan syariah. Beberapa lembaga (Perbankan konvensional dan syariah)*.
- Ismail, Faisal. (2017). *Paradigma Kebudayaan Islam: Study Kritis dan Refleksi Historis*. Jogjakarta: Titian Ilahi Press.
- Jhon M.E, & Sadli, H. (1990). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Juliana J, Nurhaliza F, Hermawan R, Marlina R. (2023). *Bank Syariah Indonesia Customer Loyalty After Merger: Analysis of Trust, Service Quality, and Religiosity*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*.
- K, Nurkhin A, . M, Mukhibad H, Aprilia F. (2020). *The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Services*. *International Journal of Financial Research*.
- Kasiran, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- KNEKS. (2020). *Trend Konversi ke Bank Syariah: Tingkatkan Efisiensi dan Produktivitas Bisnis*.
- Larasati, M., & Hakim, L. (2022). *Pengaruh Spiritualisasi dan Pengetahuan Perbankan Syariah pada Loyalitas Nasabah Bank Non Syariah*. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 194-204.
- Lucas, D., & Britt, S. (2003). *Advertising Psychologi and research*. New York: Mc Graw-Hill.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. UIN Yogyakarta.
- Maemunah, Hayatul. (2017). *Pengaruh Merger Terhadap Rentabilitas pada Bank Danamon*. Ponorogo: Universitas Darussalam Gontor.
- Maulidati Rahmah J. (2020). *Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Beralih ke Bank Syariah*.
- Miatun, S., & Santoso, L. (2020). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim di Ponorogo*.
- Moin, A. (2003). *Merger, Akuisisi, dan Divertasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Muhamad, R., & Devi, S. (2006). *Religiosity and the malay muslim investors in Malaysia: an analysis on some aspects of athical investment decision*.
- Mujiono. (2021). *Analisis Dampak Merger Tiga Bank BUMN Terhadap Minat Nasabah*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Mulazid, A., Mufraini, M., Saharuddin, D., & Wicaksono, A. (2020). *Attributes of Islamic Bank Service Quality: A Survey To Map Metropolitan Customer Satisfaction (Vol. 21)*. Malaysia: *International Journal of Business and Society*.
- Nashir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Nashori, F., & Mucharam, R. D. (2002). *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*. Menara Kudus.
- Nasir, M., & Morina, T. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi (Studi Perusahaan yang Melakukan Merger dan Akuisisi yang Terdaftar di BEI 2012-2015). Makasar: Economic Resources.
- Nasution. (2019). *Metode research (penelitian ilmiah)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Newaz, F. T., Fam, K.-S., & Sharma, R. R. (2016). Muslim religiosity and purchase intention of different categories of Islamic financial products. *Journal of Financial Services Marketing*, 21(2), 141–152. <https://doi.org/10.1057/fsm.2016.7>.
- Nugroho, Susanti Adi. (2014). *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Pasaribu, S. B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Payamta, D. (September 2004). Analisis Pengaruh Merger dan Akuisisi Terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia (Vol. 7). *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Pignataro, P. (2015). *Mergers, Acquisitions, Divestitures, and Other Restructurings*.
- Pringle, J., & Harris, R. (1987). *Esentials of Managerial Finance (Second Edition)*. London: Illinois.
- Qurniawati R, Nurohman Y, Fatharani A. (2022). Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*.
- Rianto, M. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Robert, T. (1995). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso H. (2017). *Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah Non Muslim Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kota Metro-Lampung)*. UIN Malik Ibrahim, Malang.
- Saptasari, K; Aji, H. M. (2020). Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic Bank: Religiosity, Knowledge, and Perceived Quality. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*.
- Singh, S., & Das, S. (2018). Impact of post-merger and acquisition activities on the financial performance of banks: a study of Indian private sector and public sector banks Impacto de las actividades posteriores a la fusión y adquisición en el desempeño financiero de los bancos: un estudio de los bancos del sector privado y del sector público de la India (Vol. 39).
- Sudana, I. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2020). *Metodologi penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujianto, A. E. (n.d.). *Modul Aplikasi Statistik: Statistical Program For Sosial Science (SPSS)*.
- Sutabri, T. (2014). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian*. Pekanbaru: UR Press.
- Syaichu, M. (2006). Merger Dan Akuisisi: Alternatif Meningkatkan Kesejahteraan Pemegang Saham. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 3(2), 59–68.
- Timotius, Kris H (2018). *Otak dan Perilaku*. Yogyakarta: Andi.
- 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>.
- Usman, H., Tjiptoherijanto, P., Balqiah, T. E., & Agung, I. G. N. (2017). The role of religious norms, trust, importance of attributes and information sources in the relationship between religiosity and selection of the Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 158–186. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2015-0004>.
- Virhani, M. (2020). *Hukum Merger, Konsolidasi, dan Akuisisi pada Industri Telekomunikasi (Perspektif Efektivitas dan Efisiensi Pemanfaatan Spektrum Frekuensi Radio pada Penyelenggara Jaringan Bergerak Seluler)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wareza, M. (2021). Erick Tohir Bocorkan Alasan Ngotot Merger 3 Bank Syariah. [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com).
- Wati, K., & dkk. (2014). *Pengaruh Kompetensi SDM, Penerapan SOP dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (Vol. 2)*. *Ejornal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Yudiana F. (2019). *Analisis Minat dan Perilaku Berhijrah (Switching Behaviour) Nasabah Perbankan Syari'ah di Indonesia dalam Bingkai Perspektif Islamic Man*. IAIN Salatiga.
- Zuhirsyan M, Nurlinda N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*.

**Maya Septi Cahyani, Feriani Budiayah**