

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Bank Syariah Indonesia atau BSI adalah bank hasil *merger* antara PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi menyetujui penggabungan tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat nomor SR-3/PB.1/2021. Yang kemudian diresmikan Presiden Joko Widodo pada 1 Februari 2021.

Penggabungan tersebut akan menggabungkan keunggulan ketiga bank syariah tersebut sehingga dapat memberikan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. BSI didorong untuk berdaya saing global didukung oleh sinergi korporasi dan keterlibatan pemerintah melalui kementerian Badan Usaha Milik Negara.

Komposisi pemegang saham BSI adalah 50,83% untuk PT Bank Mandiri (Persero), 24,85% untuk PT Bank Negara Indonesia (Persero), 17,25% untuk PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) dan sisanya amasing-masing dengan kepemilikan kurang dari 5%.

Fakta bahwa Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia memberikan peluang bagi BSI untuk tumbuh dan menjadi bagian dari grup perbankan syariah terdepan dalam skala global. Selain rekam jejak pertumbuhannya yang positif, dukungan pemerintah Indonesia untuk membangun ekosistem industri halal, serta memiliki banyak bank syariah nasional yang besar dan kuat juga berkontribusi menjadi alasan BSI berpotensi terus berkembang.⁹⁰

2. Gambaran Umum Responden

Responden penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Kudus. Terdapat 100 responden nasabah BSI yang menjadi sampel pada penelitian ini. Kuesioner disebar secara *online* melalui link *google docs* dan disebar ke grup atau kontak nasabah BSI di Kudus.

Dari data yang diperoleh, responden penelitian ini dikategorikan kedalam 5 kriteria yakni jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lama menjadi nasabah.

⁹⁰ <http://ir.bankbsi.co.id> (diakses pada tanggal 7 Juni 2023 pukul 20:19)

Identifikasi responden adalah segala sesuatu yang berhubungan erat dengan seorang responden. Dalam penelitian ini terdapat 100 orang responden yang merupakan nasabah BSI di Kabupaten Kudus.

a. Karakteristik Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	12	12%
Perempuan	88	88%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa 100 responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari 12 responden laki-laki atau 12% dan 88 responden perempuan atau 88%.

b. Karakteristik Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18-21	58	58%
22-30	37	37%
31-50	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari data tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa 100 responden dalam penelitian ini yang telah dikelompokkan menjadi 3 bagian menunjukkan bahwa nasabah BSI yang menjadi sampel banyak berusia rentang 18-21 tahun sebesar 58%, 22-30 tahun dengan jumlah 37 nasabah setara dengan 37%, dan 31-50 tahun dengan jumlah 5 nasabah setara 5%.

c. Karakteristik Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP sederajat	2	2%
SMA sederajat	42	42%
S1	56	56%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dari tabel 4.3 di atas menunjukkan pengelompokan responden pada tingkat pendidikan. Terdapat 2 atau 2% responden dengan tingkat pendidikan smp sederajat, terdapat 42 nasabah atau 42% dengan tingkat pendidikan SMA sederajat, dan sebanyak 56 nasabah atau 56% pada tingkat pendidikan S1.

d. Karakteristik pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	75	75%
Karyawan swasta	10	10%
Wirausaha	4	4%
Belum bekerja	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan. Data menunjukkan bahwa nasabah BSI 75% pelajar/mahasiswa, 10% karyawan swasta, 4% bekerja sebagai wirausaha, dan 11% belum bekerja.

3. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Variabel Loyalitas (Y)

Tabel 4.5 Hasil Variabel Loyalitas

Variabel	Item	STS	TS	N	S	SS
Minat	Y1.1	1 1,0 %	8 8,0%	27 27,0 %	42 42,0 %	22 22,0 %
	Y1.2	0 0%	14 14,0 %	30 30,0 %	37 37,0 %	19 19,0 %
	Y1.3	0 0%	5 5,0%	24 24,0 %	52 52,0 %	19 19,0 %
	Y1.4	0 0%	12 12,0 %	38 38,0 %	32 32,0 %	18 18,0 %
	Y1.5	0 0%	8 8,0%	40 40,0 %	34 34,0 %	18 18,0 %

Sumber Data: Data diolah peneliti (2023)

Sesuai tabel yang disajikan hasil jawaban responden sebagai berikut:

- 1) Pada item Y1.1 sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah responden sebanyak 42 individu atau 42% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa loyalitas nasabah dapat dilihat dengan nasabah menggunakan jasa dan produk Bank Syariah Indonesia secara terus-menerus.
- 2) Pada item Y1.2 sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 37 individu atau 37% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa loyalitas nasabah dapat dilihat dengan nasabah mencoba menggunakan produk lain yang ada di Bank Syariah Indonesia selain yang digunakan saat ini.
- 3) Pada item Y1.3 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 52 individu atau 52% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa loyalitas nasabah dapat dilihat dengan nasabah merekomendasikan kepada orang lain untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
- 4) Pada item Y1.4 sebagian responden menjawab Netral dengan jumlah 38 individu atau 38% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa loyalitas nasabah dapat dilihat dengan nasabah tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan bank lain.
- 5) Item Y1.5 sebagian responden menjawab netral dengan jumlah 40 individu atau 40% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa loyalitas nasabah dapat dilihat dengan nasabah tidak tertarik beralih ke Bank lain.

b. Variabel Merger (X1)

Tabel 4.6 Hasil Variabel Merger

Variabel	Item	STS	TS	N	S	SS
Merger	X1.1	0 0%	3 3,0 %	24 24,0 %	55 55,0 %	18 18,0 %
	X1.2	1 1,0 %	2 2,0 %	19 19,0 %	63 63,0 %	15 15,0 %
	X1.3	0 0%	8 8,0 %	18 18,0 %	54 54,0 %	20 20,0 %

X1. 4	0 0%	4 4,0 %	17 17,0 %	56 56,0 %	23 23,0 %
X1. 5	1 1,0 %	4 4,0 %	15 15,0 %	51 51,0 %	29 29,0 %
X1. 6	0 0%	4 4,0 %	27 27,0 %	55 55,0 %	14 14,0 %
X1. 7	0 0%	2 2,0 %	23 23,0 %	60 60,0 %	15 15,0 %

Sumber Data: Data diolah peneliti (2023)

Sesuai tabel 4.6 dari hasil jawaban responden dapat dilihat:

- 1) Pada item X1.1 sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 55 individu atau 55% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa produk yang bervariasi dan inovatif membuat nasabah memilih bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.
- 2) Pada item X1.2 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 63 individu atau 63% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah loyal kepada Bank Syariah Indonesia karena Bank BSI mampu mencapai daya saing yang *sustainable* atau berkelanjutan.
- 3) Pada item X1.3 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 54 individu atau 54% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa jaringan kantor yang tersebar luas dan mudah dijangkau memudahkan nasabah dalam bertransaksi sehingga nasabah tetap loyal kepada bank BSI.
- 4) Pada item X1.4 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 56 individu atau 56% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia karena karyawan yang handal dan berkompeten dalam pelayanannya.
- 5) Pada item X1.5 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 51 individu atau 51% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan untuk menggunakan internet

banking dalam bertransaksi sehingga nasabah menjadi loyal.

- 6) Pada X1.6 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 55 individu atau 55 % oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki aset dan modal yang besar sehingga nasabah menjadi loyal.
- 7) Pada X1.7 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 60 individu atau 60% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki tingkat efisiensi yang tinggi pada operasional perusahaan sehingga menjadikan nasabah tetap loyal.

c. Variabel *Switching Cost* (X2)

Tabel 4.7 Hasil Variabel *Switching Cost*

Variabel	Item	STS	TS	N	S	SS
<i>Switching Cost</i>	X2.1	0 0%	2 2,0%	34 34,0 %	47 47,0 %	17 17,0 %
	X2.2	0 0%	4 4,0%	23 23,0 %	64 64,0 %	9 9,0%
	X2.3	0 0%	7 7,0%	26 26,0 %	49 49,0 %	18 18,0 %
	X2.4	0 0%	6 6,0%	23 23,0 %	52 52,0 %	19 19,0 %
	X2.5	0 0%	4 4,0%	31 31,0 %	47 47,0 %	18 18,0 %
	X2.6	0 0%	4 4,0%	30 30,0 %	46 46,0 %	20 20,0 %
	X2.7	2 2,0 %	12 12,0 %	24 24,0 %	43 43,0 %	19 19,0 %
	X2.8	2 2,0 %	5 5,0%	19 19,0 %	57 57,0 %	17 17,0 %

Sumber Data: Data diolah peneliti (2023)

Sesuai tabel 4.7 dari hasil jawaban responden dapat dilihat:

- 1) Pada item X2.1 sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 47 individu atau 47% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa mengeluarkan biaya yang berbeda antara satu bank ke bank lain membuat nasabah tidak berpindah dari Bank Syariah Indonesia.
- 2) Pada item X2.2 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 64 individu atau 64% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah loyal kepada Bank Syariah Indonesia karena nasabah telah membandingkan beberapa bank untuk mencari tahu tentang pelayanan yang diberikan.
- 3) Pada item X2.3 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 49 individu atau 49% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap loyal kepada bank BSI karena jika nasabah berpindah ke Bank lain akan membutuhkan waktu yang lama atau menghabiskan waktu.
- 4) Pada item X2.4 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 52 individu atau 52% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia karena jika berpindah ke bank lain nasabah harus mengatur ulang setiap pelayanan dan produk bank yang diberikan.
- 5) Pada item X2.5 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 47 individu atau 47% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap memilih Bank Syariah Indonesia jika berpindah ke bank lain nasabah akan kehilangan *point* dan *reward* yang sudah diterima dari Bank Syariah Indonesia.
- 6) Pada X2.6 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 46 individu atau 46% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap memilih Bank Syariah Indonesia jika berpindah ke bank lain nasabah akan mengeluarkan biaya untuk berpindah guna mendapatkan fasilitas baru.
- 7) Pada X2.7 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 43 individu atau 43% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap memilih Bank Syariah Indonesia jika berpindah ke bank lain

nasabah akan terputus hubungan dengan Bank Syariah Indonesia.

- 8) Pada X2.8 sebagian responden menjawab setuju dengan jumlah 57 individu atau 57% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah tetap memilih Bank Syariah Indonesia jika berpindah ke bank lain nasabah akan kehilangan semua pelayanan yang baik dari Bank Syariah Indonesia.

d. Variabel *Islamic Religiosity* (X3)

Tabel 4.8 Hasil Variabel *Islamic Religiosity*

Variabel	Item	ST	TS	N	S	SS
<i>Islamic Religiosity</i>	X3.1	0 0%	2 2,0 %	7 7,0 %	39 39,0 %	52 52,0 %
	X3.2	0 0%	2 2,0 %	8 8,0 %	40 40,0 %	50 50,0 %
	X3.3	0 0%	3 3,0 %	3 3,0 %	38 38,0 %	55 55,0 %
	X3.4	0 0%	6 6,0 %	5 5,0 %	32 32,0 %	57 57,0 %
	X3.5	0 0%	5 5,0 %	5 5,0 %	35 35,0 %	55 55,0 %
	X3.6	0 0%	5 5,0 %	6 6,0 %	35 35,0 %	54 54,0 %
	X3.7	0 0%	5 5,0 %	5 5,0 %	36 36,0 %	54 54,0 %
	X3.8	0 0%	5 5,0 %	7 7,0 %	49 49,0 %	39 39,0 %
	X3.9	0 0%	8 8,0 %	8 8,0 %	48 48,0 %	36 36,0 %

Sumber Data: Data diolah peneliti (2023)

Sesuai tabel 4.8 dari hasil jawaban responden dapat dilihat:

- 1) Pada item X3.1 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 52 individu atau 47% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah meyakini adanya dzat Allah SWT yang menciptakan manusia dan mengatur alam semesta menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.
- 2) Pada item X3.2 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 50 individu atau 50% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah meyakini malaikat adalah hamba Allah yang selalu taat atas perintah Allah menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.
- 3) Pada item X3.3 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 55 individu atau 55% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah meyakini bahwa rasul dan nabi diutus oleh Allah untuk membimbing umat manusia untuk menyembah Allah adanya menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.
- 4) Pada item X3.4 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 57 individu atau 57% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah meyakini adanya keberadaan AlQur'an dan adanya surga dan neraka menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah
- 5) Pada item X3.5 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 55 individu atau 55% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah meyakini adanya qodho dan qodar menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.
- 6) Pada item X3.6 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 54 individu atau 54% oleh

karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah menjalankan perintah shalat, puasa, zakat, dan haji bagi yang mampu menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.

- 7) Pada item X3.7 sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 54 individu atau 54% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah merasa dekat dan dilihat oleh Allah menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.
- 8) Pada item X3.8 sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 49 individu atau 49% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah mempelajari ilmu agama dan mengamalkannya dikehidupan menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.
- 9) Pada item X3.9 sebagian besar responden menjawab setuju dengan jumlah 48 individu atau 48% oleh karenanya dapat diperoleh kesimpulan bahwa nasabah berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (transaksi/bisnis perbankan secara non riba) menjadikan nasabah tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia sebagai bank yang beroperasi sesuai standar islam dan beroperasi dengan aturan syariah islam.

e. Uji Kelayakan Data

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan perhitungan yang dilakukan untuk menguji ketepatan dari setiap instrumen data yang dapat mengukur yang seharusnya diukur disebut dengan instrumen yang valid⁹¹. Setelah dilakukan penyebaran angket pada 100 responden dengan pertanyaan sebanyak 29 butir. Berikut hasil pengujian validitas yang diperoleh sebagai berikut:

⁹¹ Dwi Priyanto, 'Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS', (Yogyakarta: MediaKom, 2010) 90.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	No	Nilai R	R Tabel	Keterangan
<i>Merger</i>	1	0,780	0,195	Valid
	2	0,744	0,195	Valid
	3	0,736	0,195	Valid
	4	0,812	0,195	Valid
	5	0,790	0,195	Valid
	6	0,765	0,195	Valid
	7	0,739	0,195	Valid
<i>Switching Cost</i>	1	0,734	0,195	Valid
	2	0,581	0,195	Valid
	3	0,770	0,195	Valid
	4	0,754	0,195	Valid
	5	0,794	0,195	Valid
	6	0,773	0,195	Valid
	7	0,758	0,195	Valid
	8	0,758	0,195	Valid
<i>Islamic Religiosity</i>	1	0,843	0,195	Valid
	2	0,846	0,195	Valid
	3	0,867	0,195	Valid
	4	0,936	0,195	Valid
	5	0,920	0,195	Valid
	6	0,920	0,195	Valid
	7	0,894	0,195	Valid
	8	0,855	0,195	Valid
	9	0,839	0,195	Valid
Loyalitas Nasabah	1	0,838	0,195	Valid
	2	0,818	0,195	Valid
	3	0,849	0,195	Valid
	4	0,870	0,195	Valid
	5	0,784	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data perhitungan uji validitas diatas menunjukkan bahwa keseluruhan indikator penelitian yang digunakan berkorelasi lebih besar dari nilai r tabel= 0,195. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung > dari r tabel sehingga indikator penelitian dapat dikatakan valid dan layak digunakan.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam pengukuran variabel penelitian. Uji ini menggunakan *Cronbach Alpha* sebagai alat uji reliabilitas dengan kriteria pengujian *Cronbach Alpha* $>0,6$, maka variabel dapat diterima atau dinyatakan reliabel⁹²

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Koefisiensi Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
<i>Merger</i>	0,882	0,6	Reliabel
<i>Switching Cost</i>	0,852	0,6	Reliabel
<i>Islamic Religiosity</i>	0,963	0,6	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,873	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dilihat dari data diatas menunjukkan bahwa variabel *Merger*, *Switching Cost*, *Islamic Religiosity* dan Loyalitas nasabah memiliki nilai koefisiensi *cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka seluruh butir pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan reliabel

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi pada hipotesis, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedasitas

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas Kolmogrov-Smirnov (SV) digunakan pada penelitian menggunakan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi (sig) $>0,05$ menandakan data terdistribusi normal
- 2) Apabila nilai signifikan (sig) $\leq 0,05$ menandakan data tidak terdistribusi normal.

⁹² Masrukin, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif', 171.

**Tabel 4.11 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov (SV)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,46695653
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,055
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,112 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Kolmogrov Smirnov 0,112 >0,05 nilai signifikansi, maka dapat dinyatakan bahwa telah memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas merupakan uji yang menunjukkan adanya korelasi antara independen satu dengan yang lainnya. Regresi yang baik ditunjukan dengan tidak adanya korelasi antara satu variabel dengan variabel independen lainnya⁹³.

Berikut merupakan ketentuan uji multikolinearitas

- 1) Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10,00 dan nilai toleransi >0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas
- 2) Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) >10,00 dan nilai toleransi <0,1 maka terjadi multikolinearitas

⁹³ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press,2009)180.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,055	1,954		-,540	,591		
Merger	-,037	,094	-,040	-,390	,697	,442	2,262
Switching Cost	,481	,073	,627	6,585	,000	,517	1,936
Islamic Religiosity	,150	,049	,254	3,075	,003	,688	1,455

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel perhitungan uji multikolinearitas diatas menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel Merger(X1) sebesar 2,262 <10,00 dan memiliki nilai toleransi sebesar 0,442 > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas. VIF pada Switching Cost (X2) sebesar 1,936 <10,00 dan nilai toleransi 0,517 >0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas dan Islamic Religiosity (X3) memiliki nilai VIF sebesar 1,455 < 10,00 dan nilai toleransi 0,688 > 0,1 yang menandakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari residu satu ke pengamatan yang lain.

Apabila uji glesjer menunjukkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat disimpulkan terjadi indikasi heteroskedastisitas. Apabila probabilitas signifikannya menunjukkan nilai diatas 0,05 maka model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas

**Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,423	1,096		1,298	,197
Merger	-,094	,053	-,267	-1,781	,078
Switching Cost	,077	,041	,261	1,877	,063
Islamic Religiosity	,021	,027	,092	,765	,446

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel *Merger* (X1) 0,078 > 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada variabel *Switching Cost* (X2) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,063 > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada variabel *Islamic Religiosity* (X3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,446 > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,055	1,954		-,540	,591
Merger	-,037	,094	-,040	-,390	,697
Switching Cost	,481	,073	,627	6,585	,000
Islamic Religiosity	,150	,049	,254	3,075	,003

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Standar Koefisien digunakan pada uji regresi linear berganda. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas persamaan regresi linear antar variabel dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = -1,055 - 0,037 X_1 + 0,481 X_2 + 0,150 X_3$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Kudus
 X1 = *Merger*
 X2 = *Switching cost*
 X3 = *Islamic Religiosity*

Berdasarkan persamaan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai konstanta loyalitas pada persamaan linear memperoleh hasil sebesar -1,055, dengan menyatakan bahwa jika $X_1, X_2, X_3 = 0$ maka loyalitas nasabah bank syariah indonesia di kudu memiliki nilai sebesar -1,055
- Nilai -0,037 variabel *Merger* (X1) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus (Y) memiliki pengaruh negatif, sehingga dengan adanya penggabungan tiga bank syariah sama sekali tidak mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus.
- Nilai 0,481 variabel *Switching Cost* (X2) terhadap loyalitas nasabah Bank syariah Indonesia di Kudus(Y) memiliki pengaruh positif, sehingga dengan adanya biaya beralih ketika nasabah berpindah ke bank lain maka nasabah akan tetap loyal terhadap Bank Syariah Indonesia di Kudus.
- Nilai 0,150 variabel *Islamic Religiosity* (X3) terhadap loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus (Y) memiliki pengaruh positif, sehingga semakin tinggi religiusitas nasabah maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia di Kudus

1) Uji koefisien Determina (R^2)

Uji koefisien determinan ini dilakukan untuk mengukur kontribusi variabel independent secara bersama terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinan:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,742 ^a	,551	,537	2,505	1,545

a. Predictors: (Constant), Islamic Religiosity, Switching Cost, Merger

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R square sebesar 0,551 yang berarti variabel *Merger* (X1), *Religiuitas* (X2), dan *Islamic Religiosity* (X3) berpengaruh sebesar 55,1% terhadap variabel Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus dan sisanya 44,9% loyalitas nasabah Bnak Syariah Indonesia di Kudus dipengaruhi oleh variabel independen lainnya diluar dari penelitian ini.

2) Uji Simultan F

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	739,498	3	246,499	39,276	,000 ^b
Residual	602,502	96	6,276		
Total	1342,000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Islamic Religiosity, Switching Cost, Merger

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 39,276 > F tabel 2,699 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel *Merger*,

Switching Cost, dan *Islamic Religiosity* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus

3) Uji Parsial t

Uji t dilakukan untuk menunjukkan tingkat pengaruh suatu variabel independen terhadap variasi variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari uji t parsial pada penelitian ini:

Tabel 4.17 Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,055	1,954		-,540	,591
Merger	-,037	,094	-,040	-,390	,697
Switching Cost	,481	,073	,627	6,585	,000
Islamic Religiosity	,150	,049	,254	3,075	,003

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan Uji t di atas menunjukkan bahwa:

- a. Nilai t hitung pada variabel *Merger* (X1) $-0,390 < 1,984$ nilai t tabel dengan nilai signifikansi $0,697 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *merger* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus atau H0 diterima dan H1 ditolak.
- b. Pada Uji t variabel *Switching Cost* (X2) memiliki nilai t hitung $6,585 > 1,984$ nilai t tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus atau H0 ditolak dan H2 diterima.
- c. Pada uji t variabel *Islamic Religiosity* (X3) memiliki nilai t hitung $3,075 > 1,984$ nilai t tabel dengan signifikansi $0,003 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *Islamic religiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus atau H0 ditolak dan H3 diterima.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Merger* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kudus.

Pengaruh *Merger* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus mendapatkan hasil bahwa nilai t hitung $< t$ tabel ($-0,390 < 1,984$) dan nilai signifikansi ($0,697 > 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *merger* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus. Maka hipotesis pada penelitian ini yaitu *merger* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus (H_1) ditolak.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, *merger* tidak mempengaruhi loyalitas nasabah. Meskipun telah dilakukan penggabungan, nasabah tidak segan untuk berpindah ke bank lain jika suatu saat Bank Syariah Indonesia dirasa kurang baik dalam memberikan pelayanan. Apalagi pada akhir Mei 2023 telah terjadi peretasan data milik Bank Syariah Indonesia yang menyebabkan para nasabah kesulitan dalam melakukan transaksi. Hal tersebut bisa saja membuat para nasabah ingin berpindah ke bank lain.

Hasil temuan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hikmah Wahyuningsih⁹⁴ menyatakan bahwa *merger* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jannatun Naimah⁹⁵ yang menyatakan bahwa *merger* tiga bank syariah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh *Switching Cost* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kudus.

Pengaruh *switching cost* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus mendapatkan hasil bahwa nilai t hitung $> t$ tabel ($6,585 > 1,984$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus. Maka hipotesis pada penelitian ini yaitu *switching cost* berpengaruh

⁹⁴ Hikmah Wahyuningsih, 'Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah (BUMN), Kualitas Layanan, Dan Brand Image Produk Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Yogyakarta'. 2021

⁹⁵ Naimah Jannatun, 'Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah, Kualitas Layanan Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Grobogan', 2022, 26.

positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus (H2) diterima.

Switching cost terhadap loyalitas nasabah didukung dengan *Theory Customer Behavior*. Teori ini menyatakan bahwa yang dimana terdapat dua unsur penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis.

Maka semakin tinggi biaya beralih maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah. Dari penelitian yang dilakukan, *switching cost* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus. Hal tersebut dapat disebabkan karena dengan adanya biaya beralih yang tinggi para nasabah akan berfikir ulang ketika akan berpindah ke bank lain. Karena bukan hanya biaya beralih yang dikeluarkan apabila nasabah akan berpindah ke bank lain, melainkan para nasabah harus meluangkan waktu dan tenaga mereka untuk berpindah ke bank lain. Maka dari itu, dengan adanya *switching cost* nasabah akan tetap menggunakan Bank Syariah Indonesia, tidak akan berpindah ke bank lain dan akan tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia.

Hasil temuan penelitian diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasna dwi handayani⁹⁶ yang menyatakan bahwa *switching cost* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Astrini⁹⁷ yang menyatakan bahwa *switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

3. Pengaruh *Islamic Religiosity* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kudus.

Pengaruh *Islamic Religiosity* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus mendapatkan hasil bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($3,075 > 1,984$) dan nilai signifikansi ($0,003 < 0,05$) hal tersebut berarti *Islamic religiosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kudus. Maka hipotesis pada penelitiann ini yaitu

⁹⁶ Hasna Handayani, 'Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Dengan Switchig Cost Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Prioritas Bnak BCA KCP Jatibening', *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal Dan UMKM*, 1.2 (2018), 41

⁹⁷ Rina Astrini, 'Mediasi Pengaruh Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan GSM', *Journal The WINNERS*, 2008.

Pengaruh *Islamic Religiosity* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kudus (H3) diterima.

Islamic religiosity terhadap loyalitas nasabah didukung dengan *Theory Customer Behavior*. Teori ini menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa salah satunya adalah faktor psikologis (*Psychological factor*) yang berhubungan dengan keyakinan (agama) konsumen biasanya akan lebih sensitif dan lebih respon.

Maka semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Nasabah akan loyal terhadap Bank Syariah Indonesia karena nasabah percaya Bank syariah Indonesia tidak bertentangan dengan syariat agama, sehingga nasabah merasa aman dan nyaman. Seorang muslim dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih memilih bank syariah dibanding bank konvensional. Keputusan memilih bank syariah untuk melaksanakan kegiatan transaksi karena bank syariah disebut bank non ribawi.

Hasil temuan diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Julfan sahputra dan Rijal allamah harahap⁹⁸ yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank syariah Indonesia. Hal tersebut tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Nurrachmi,Setiawan, dan Hafidz Hudzaefi⁹⁹ yang menyatakan bahwa religiusitas berengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

⁹⁸ Sahputra Julfan, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah', *JEKsya: Jurnal Ekonomi Dan Keuanagn Syariah* (2022),3

⁹⁹ Dkk Intan Nurrachmi, 'Pengaruh Religiusitas Dan Citra Bank Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Di Kota Bandung', *Jurnal Pro Bisnis*, 2021.