

**PENGARUH *MERGER*, *ABILITY*, *BENEVOLENCE*,
INTEGRITY DAN *RELIABILITY* TERHADAP
KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA
BANK SYARIAH INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

NURUL FIRDAYANTI

16 0402 0002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**PENGARUH *MERGER*, *ABILITY*, *BENEVOLENCE*,
INTEGRITY DAN *RELIABILITY* TERHADAP
KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA
BANK SYARIAH INDONESIA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

NURUL FIRDAYANTI

16 0402 0002

Pembimbing:

- 1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M.**
- 2. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Firdayanti

NIM : 16 0402 0002

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : "Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia"

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasikan dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



Nurul Firdayanti
Nurul Firdayanti
16 0402 0002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Nurul Firdayanti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0002, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 2 Desember 2022 Miladiyah bertepatan dengan 8 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 02 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A | Penguji I | (.....) |
| 4. Ishak, S.EI., MEI | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek | Pembimbing II | (.....) |

IAIN PALOPO

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Takdir, S.H., M.H
NIP. 19790724 200312 1 002



Hendra Safri, S.E., M.M
NIP. 19861020 20153 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.
أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia” setelah melewati proses yang panjang.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah SAW. keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah SWT. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Terimakasih kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Saldi. S dan ibunda Muliana yang telah melahirkan, membesarkan dan senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah SWT. memohonkan keselamatan dan

kesuksesan bagi putrinya. Terima kasih kepada nenek yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang yang tak kenal lelah dan putus asa dalam merawat sehingga penulis dapat menuntut ilmu sampai saat ini. Begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sehingga penulis sadar tidak mampu membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M, Ag. beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr, Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Takdir, S.H., M.H. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.El., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Tajuddin, S.E., M. Si., Ak, CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Ilham, S.Ag., M.A.
3. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo beserta para dosen, asisten dosen dan staf yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.

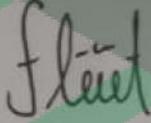
4. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M dan Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi.
5. Ilham, S.Ag., M.A dan Ishak, S.EI., M.EI. selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dosen Penasehat Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS.,CSRA.
7. Kepala Perpustakaan Mahedang, S.Ag., M.Pd. beserta karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Kepada Pimpinan Bank Syariah Indonesia Kota Palopo beserta stafnya yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kepada saudara-saudariku dan seluruh keluarga yang selama ini membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah SWT. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
10. Kepada semua teman seperjuangan, khususnya angkatan 2016 Perbankan Syariah D yang selama ini selalu memberikan motivasi, mengkritik dan bersedia membantu dalam memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi.
11. Kepada sahabatku Juharni Hamid, Ridayani, Sartika Andini, Salmi, Ruru, Ryska Karima, dan Syamsidar yang selama ini selalu mendampingi, mensupport dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas bantuannya gaess, terima kasih karena sudah mau berjuang bersama-sama sampai ditahap ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka semua bernilai ibadah dan mendapat pahala dari Allah SWT. dan selalu diberi petunjuk kejalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya. Aamiin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah disisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis terima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan.

Amin ya Rabbal alamin.

Palopo, 17 Maret 2022


Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	a	a
إ	<i>Kasrah</i>	i	i
أ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaiifa*

هَوَّلَ : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... ي	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (◌ْ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*
نَجَّيْنَا : *najjainā*
الْحَقُّ : *al-haqq*
نُعْمٌ : *nu'ima*
عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (يِ) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (يِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*
النَّوْعُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī
Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*
بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

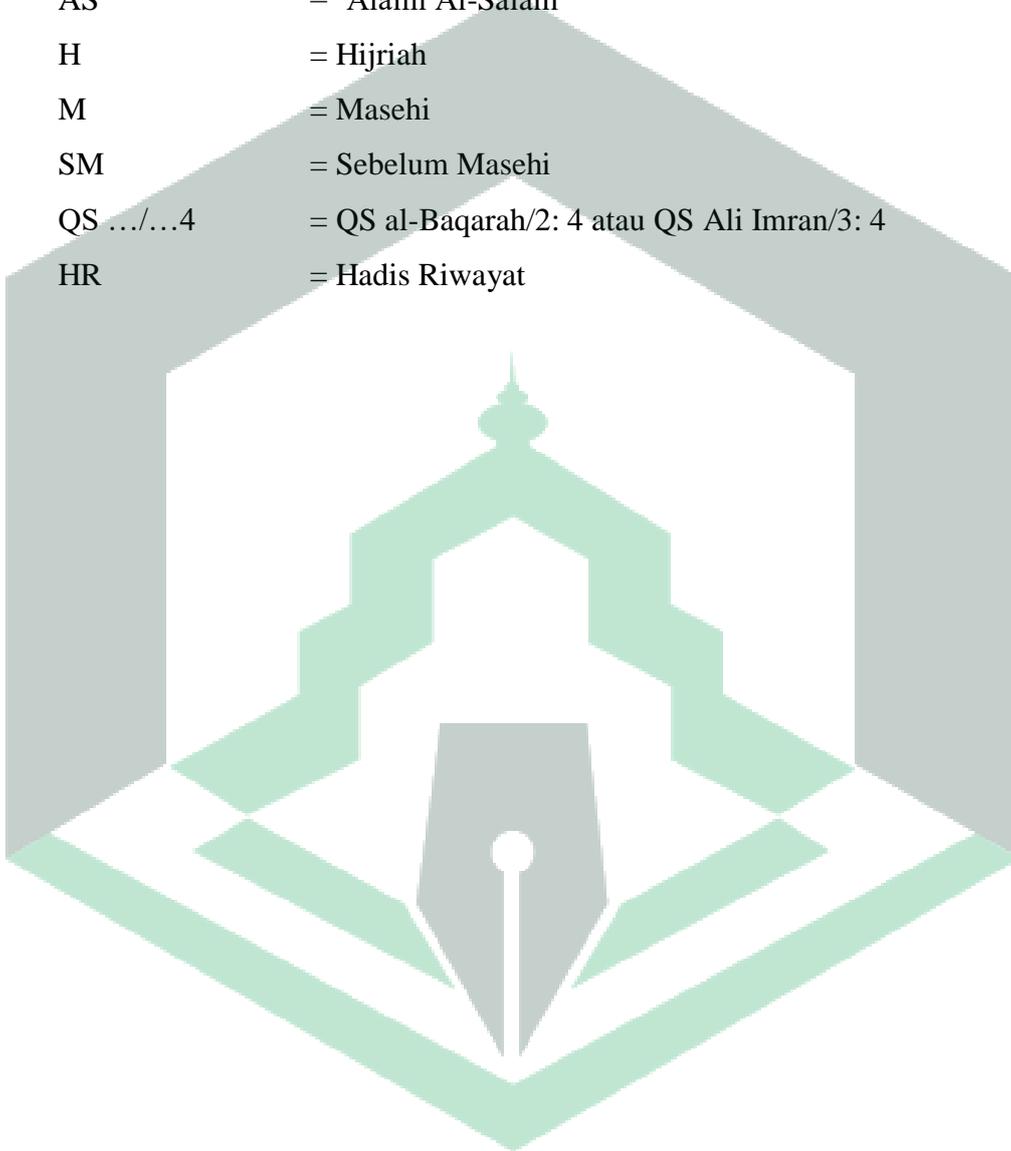
Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Hāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
QS .../...4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR HADIS	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
DAFTAR ISTILAH	xxiii
ABSTRAK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Pikir.....	34
D. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
C. Definisi Operasional Variabel	37
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Instrumen Penelitian	41
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
H. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian.....	52
B. Pembahasan	65

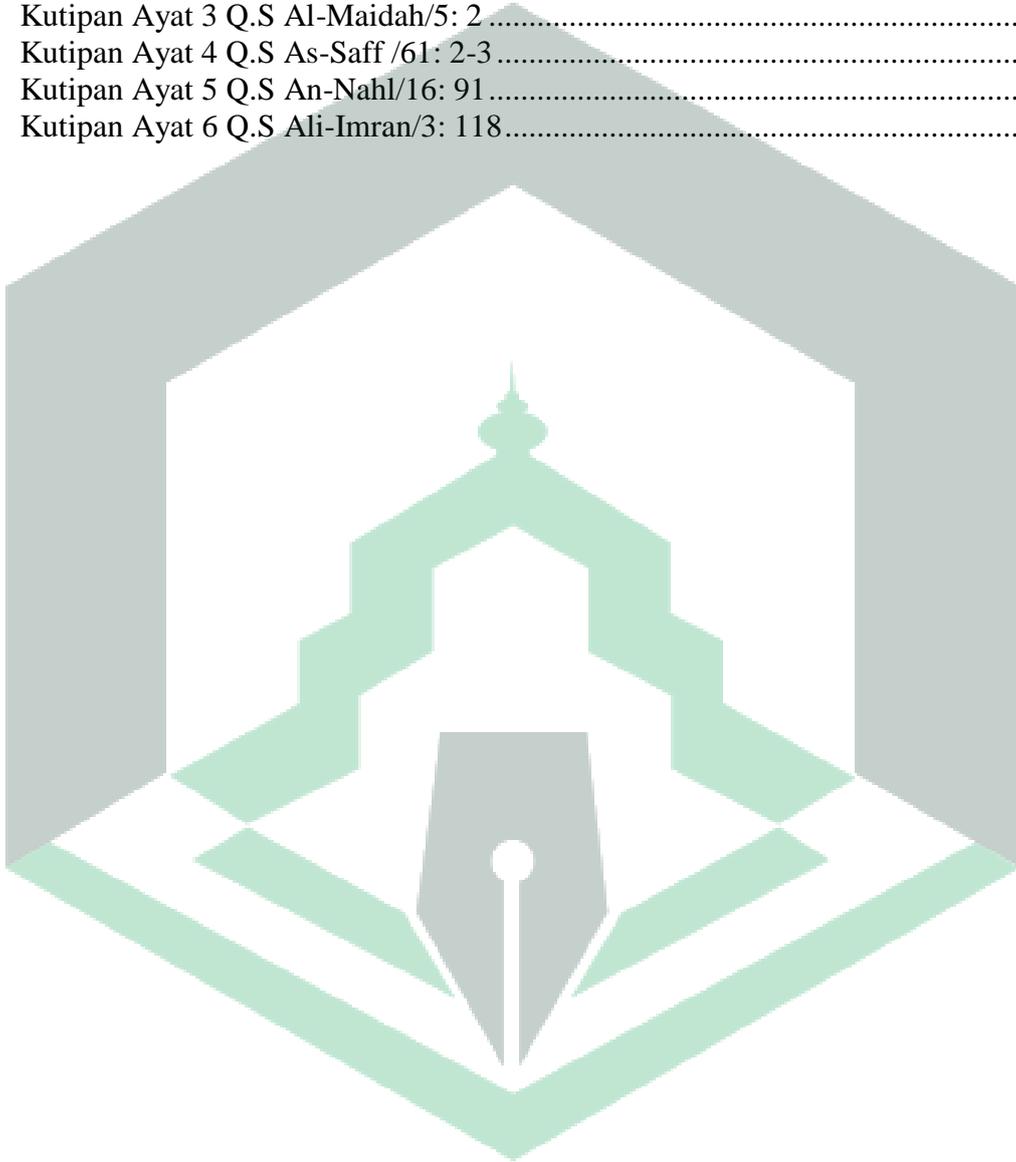
BAB V	PENUTUP	74
	A. Simpulan.....	74
	B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



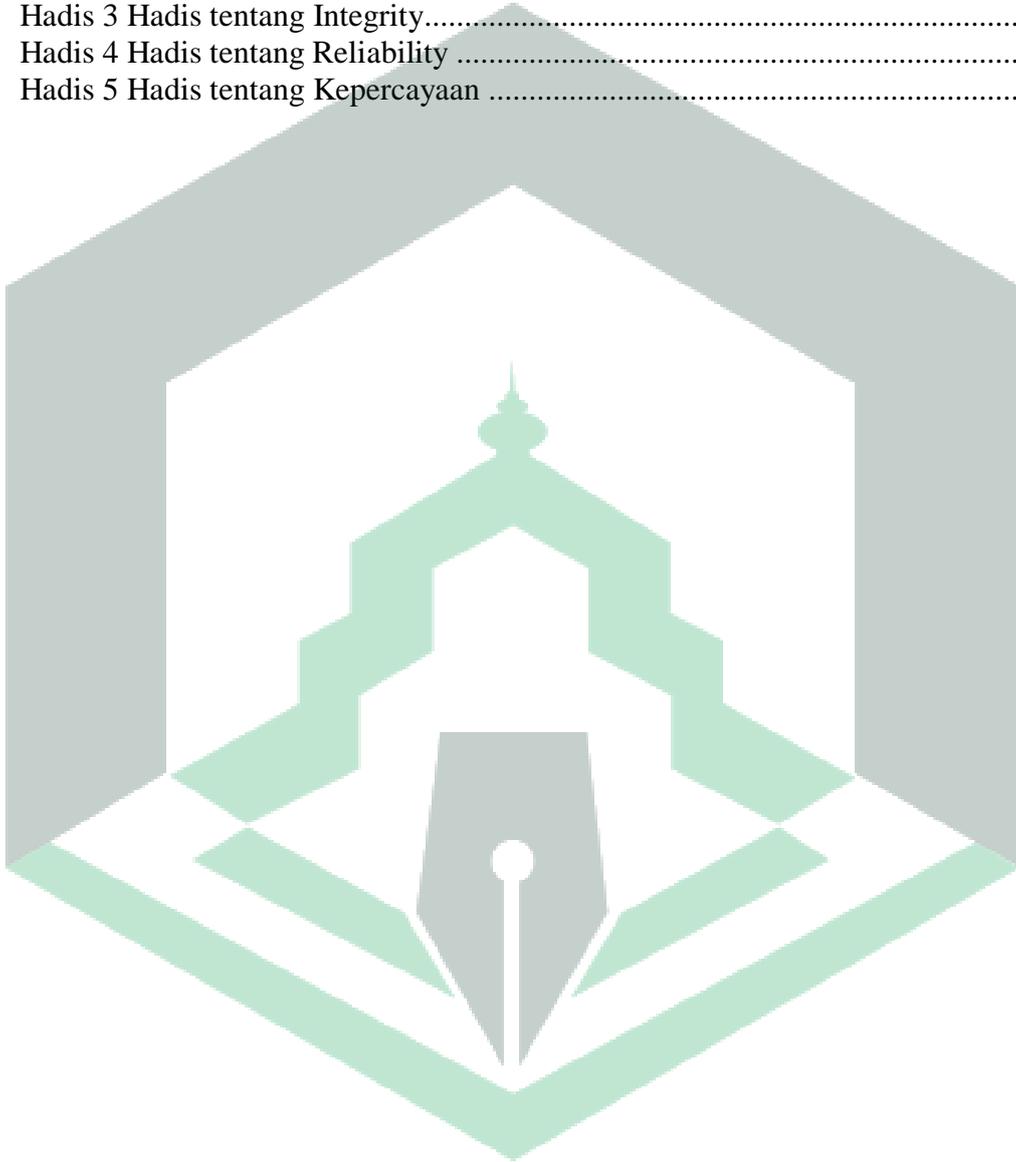
DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Shaad/38: 24.....	16
Kutipan Ayat 2 Q.S Ar Ra'd/13: 11.....	19
Kutipan Ayat 3 Q.S Al-Maidah/5: 2.....	21
Kutipan Ayat 4 Q.S As-Saff /61: 2-3.....	25
Kutipan Ayat 5 Q.S An-Nahl/16: 91.....	28
Kutipan Ayat 6 Q.S Ali-Imran/3: 118.....	31



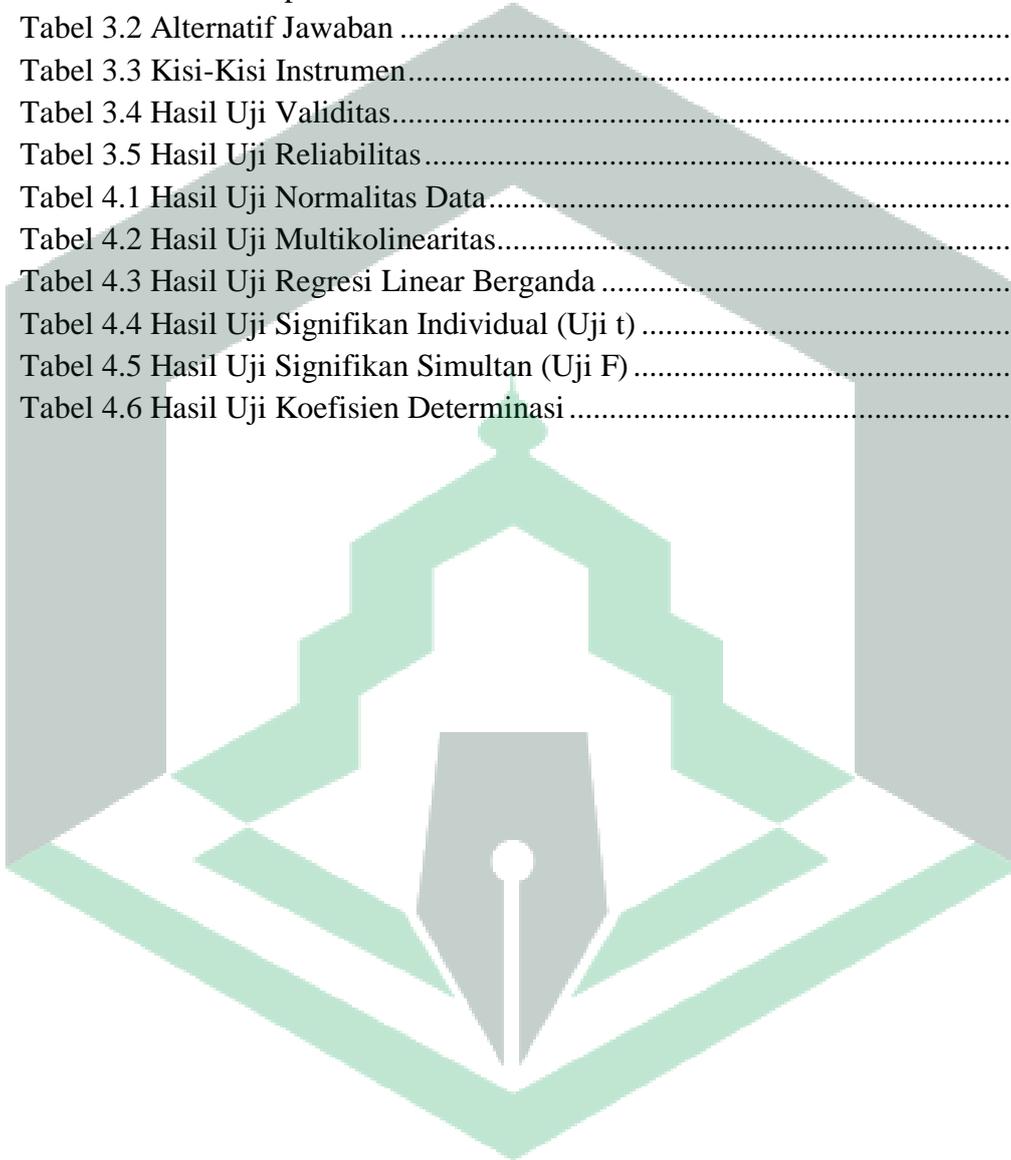
DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis tentang Merger.....	17
Hadis 2 Hadis tentang Benevolence.....	22
Hadis 3 Hadis tentang Integrity.....	25
Hadis 4 Hadis tentang Reliability	28
Hadis 5 Hadis tentang Kepercayaan	31



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kinerja 3 Bank Syariah BUMN dan Hasil Merger BSI (<i>Triliun</i>)	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban	41
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen.....	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Signifikan Individual (Uji t)	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir.....	34
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia	55
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	60



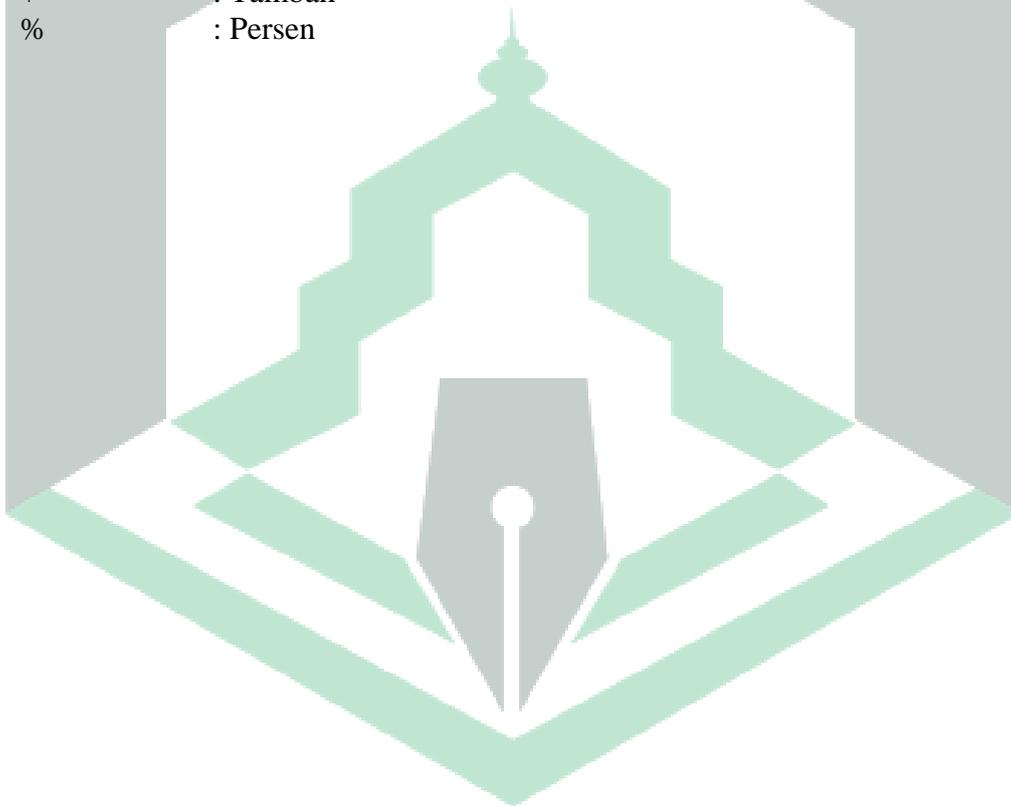
DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 Surat Keputusan (SK)
- Lampiran 6 Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 7 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi
- Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 10 Riwayat Hidup



DAFTAR ISTILAH

SPSS	: Statistical Package for Sosial Science
QS	: Quran Surah
VIF	: Variance Inflation Factor
H_0	: Hipotesis Nol
H_1	: Hipotesis Satu
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
×	: Kali
<	: Kurang dari
>	: Lebih dari
=	: Sama dengan
+	: Tambah
%	: Persen



ABSTRAK

Nurul Firdayanti, 2022. ”Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ahmad Syarief Iskandar dan Adzan Noor Bakri.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *merger* bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia, 2) untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *ability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia, 3) untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *benevolence* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia, 4) untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *integrity* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia, 5) untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *reliability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasinya yakni masyarakat Kota Palopo. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden diambil dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian kuesioner/angket, observasi dan survey. Selanjutnya, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan bantuan program SPSS 23. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: secara parsial variabel *merger* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat, variabel *ability* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat, variabel *benevolence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat, variabel *integrity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat, variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat.

Kata Kunci: *Merger, Ability, Benevolence, Integrity, Reliability*, Kepercayaan.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang paling banyak diminati dan keberadaannya diakui oleh negara. Keberadaan bank syariah telah banyak mengubah sistem perekonomian di era globalisasi digital. Secara resmi bank syariah untuk pertama kali beroperasi di Indonesia yaitu pada tahun 1992. Bank syariah mengalami perkembangan peningkatan yang pesat hingga akhir tahun 2019. Peran bank syariah sangatlah penting yakni sebagai fasilitator seluruh kegiatan perekonomian pada ekosistem industri halal. Di Indonesia, keberadaan bank syariah telah berkembang dan meningkat hanya dalam waktu tiga dekade. Tentunya hal ini dilakukan dengan berbagai cara yang menunjukkan tren yang cukup baik dari waktu ke waktu melalui peningkatan layanan, inovasi produk dan pengembangan jaringan.

Namun pada kenyataannya bank syariah masih tertinggal jauh dari bank konvensional. Bank syariah masih terbilang kalah dari segi permodalan. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia memiliki rencana untuk menangani dengan cara menciptakan lembaga dan permodalan bank syariah yang kuat dengan mengadakan *merger* atau bisa disebut kesepakatan antara perusahaan untuk bersatu menjadi satu bisnis baru, yaitu Bank Syariah Indonesia. Pada akhir tahun 2020, pemerintah Indonesia melalui Menteri BUMN mengumumkan akan ada penggabungan (*merger*) dari ketiga bank syariah terbesar yakni BNI Syariah, BRI Syariah serta Bank Syariah Mandiri yang dipilih karena dinilai mampu

memberikan dampak yang lebih besar lagi serta mempermudah perkembangannya. Penggabungan ini dilakukan ditengah pandemi Covid-19. Proses *merger* ketiga bank syariah tersebut dibuktikan dengan kesepakatan yang tercantum dalam akta penggabungan. Pada tahun 2021, tepatnya tanggal 01 Februari yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, sebagai bukti sejarah bergabungnya ketiga bank syariah yang resmi menjadi Bank Syariah Indonesia.¹

Penggabungan ketiga bank syariah ini adalah usaha untuk mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan umat, dan merupakan energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Keberadaan Bank Syariah Indonesia mencerminkan wajah perbankan syariah yang lebih modern dan universal, serta bermanfaat bagi seluruh alam (Rahmatan Lil 'Aalamin).

Sebagian besar masyarakat Indonesia juga optimis Bank Syariah Indonesia mampu menghadirkan dampak luar biasa dalam perbankan syariah. Sentimen positif juga muncul dari beragam pelaku ekonomi di Indonesia. Dalam beberapa kasus, *merger* menghemat biaya yang dapat diteruskan bank kepada nasabahnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa bank memiliki skala ekonomi. Skala menjadi semakin penting dalam beberapa tahun terakhir karena bank banyak berinvestasi dalam teknologi. Sejalan dengan intuisi ini, beberapa penelitian menunjukkan bahwa *merger* terutama bank-bank kecil menghasilkan

¹Ika Atikah, Maemunah, Fuad Zainuddin, "Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya pada Stabilitas Perekonomian Negara," *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i* 8, No. 2 (2021): 517.

penghematan biaya.² Seperti yang diketahui hingga kini, ketiga bank syariah yang telah bergabung mempunyai berbagai keunggulan seperti Bank Syariah Mandiri, yang dikenal sebagai sistem kerja serta professional kerjanya, BNI Syariah dengan keahlian dalam berinovasi, dan BRI Syariah melalui pengetahuan lokal serta regional. Dengan demikian, banyak yang memperkirakan jika Bank Syariah Indonesia akan menjadi lincah serta makin kompetitif dengan bank konvensional yang kini lebih dominan.

Tabel 1.1 Kinerja 3 Bank Syariah BUMN dan Hasil Merger BSI (*Triliun*)

	BNI Syariah		BRI Syariah		Mandiri Syariah		Bank Syariah Indonesia Per Desember 2020
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	
Total Aset	44,98	55,01	43,12	57,70	112,29	126,85	239,56
Pembiayaan	43,77	47,97	34,12	49,34	99,81	112,58	209,98
Dana Pihak Ketiga	32,58	33,05	27,38	40,00	75,54	83,43	156,51
Laba	0,6	0,5	0,074	0,25	1,28	1,43	2,19

Sumber: Paparan PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. *Bisnis Indonesia*, 2 Februari 2021.

Terlihat pada tabel 1.1 di atas, aset Bank Syariah Indonesia mencapai Rp. 239,56 Triliun pada Desember 2020. Sedangkan modal inti Bank Syariah Indonesia ini sebanyak Rp. 20,4 Triliun. Asset yang sangat besar tersebut tentunya bisa mendongkrak kapasitas lebih luas untuk membantu pembiayaan

²Ika Atikah, Maemunah, Fuad Zainuddin, "Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya pada Stabilitas Perekonomian Negara," *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i* 8, No. 2 (2021): 517.

perekonomian. Dan menurut hitungan Bank Syariah Indonesia jumlah nasabah pasca *merger* berkisar 14,9 juta hingga 15,5 juta rekening.

Tantangan Bank Syariah Indonesia tentu tidak semudah yang dibayangkan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh beberapa ahli ekonom muslim bahwa hambatan dalam mengembangkan bank syariah yaitu terletak pada kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk serta operasional bank syariah. Hal tersebut dikemukakan pada survei yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016, dijelaskan jika masyarakat Indonesia yang *well literate* terhadap produk perbankan syariah hanya sebanyak 21,84%.³ Apalagi dengan munculnya bank syariah raksasa di Indonesia, yaitu Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penggabungan ketiga bank syariah terbesar, antara lain Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Kehadiran Bank Syariah Indonesia tentu menjadi tonggak sejarah baru bagi rakyat Indonesia. Melalui penggabungan beberapa bank ini, maka Indonesia diprediksi akan menjadi pusat keuangan serta perekonomian Islam didunia. Namun, diharapkan Bank Syariah Indonesia lebih meningkatkan lagi pelayanan terhadap nasabah, sehingga tidak ada lagi yang merasa dirugikan setelah bersatunya beberapa bank syariah di Indonesia. Seperti masalah yang terjadi pada Bank Syariah Indonesia di Aceh, banyak nasabah yang mengeluh mengenai layanan bank hasil merger tersebut. Mereka diantaranya mengeluh sulit bertransaksi dengan mitra dari luar Aceh yang umumnya memakai rekening bank konvensional. Bahkan ada beberapa nasabah mengeluh bahwa kualitas pelayanan

³Bagus Romadhon dan Sutantri, "Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah," *Jurnal At-Tamwil* 3, No. 1 (Maret, 2021): 31.

dan akses fitur layanan dimasa transisi tersebut dinilai buruk. Masalah tersebut disebabkan oleh terjadinya koneksi jaringan yang tidak stabil/*down* seperti pada *mobile banking* dan mesin ATM.⁴

Penggabungan beberapa bank menjadi satu nama baru tentu memiliki dampak baik positif ataupun negatif akan kepercayaan masyarakat. Khususnya masyarakat yang sebelumnya telah menjadi nasabah pada tiap-tiap bank tersebut. Hal tersebut, sedikitnya memberikan dampak terhadap tingkat keyakinan nasabah terhadap kemunculan bank hasil dari penggabungan tersebut. Merger bank memiliki potensi untuk memberikan peningkatan kekayaan bagi pemilik bank, meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya operasi, mengurangi risiko, serta meningkatkan kekuatan pasar. Disamping itu juga para nasabah tiap-tiap bank yang melaksanakan merger akan menilai apakah melalui penggabungan bank mampu memberikan peningkatan pada kapasitas layanan atau justru sebaliknya.

Sebagian besar masyarakat berpendapat demikian disebabkan oleh rendahnya informasi yang diberikan bank dengan cara sosialisasi ataupun promosi mengenai bank syariah kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan langsung ataupun tidak langsung terhadap produk/jasa yang ditawarkan. Pada tahap ini bank syariah yang kurang memberikan pemahaman kepada masyarakat umum tentang produk yang terdapat di bank syariah mempunyai perbedaan dengan bank konvensional. Bahkan sebagian orang pada umumnya masih menganggap bank syariah dan bank konvensional itu sama, sehingga menurut mereka yang

⁴ Binti Mas Pelin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2," *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh* (2022): 5.

membedakan hanya berdasarkan segi bahasanya saja. Kondisi seperti ini sangat disayangkan, sebab mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam.

Kepercayaan masyarakat pada bank syariah adalah suatu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Faktor-faktor yang membangun suatu kepercayaan (trust) masyarakat pada bank syariah terdiri dari kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), integritas (*integrity*), serta keandalan (*reliability*).

Kemampuan (*ability*) yaitu keterampilan yang mengarah pada karakteristik dan kompetensi dari suatu bank dimana memengaruhi wilayah yang spesifik. Kemampuan yang dimaksud disini yaitu cara bank dalam mempersiapkan, merespon maupun melindungi beragam transaksi yang dijalankan, nasabah bisa mendapatkan suatu jaminan keamanan ataupun sebuah kepuasan saat melaksanakan sebuah transaksi pada suatu bank.

Kebaikan hati (*benevolence*) yaitu keinginan suatu bank untuk memberi kepuasan dimana saling memberikan keuntungan antara bank dan konsumen. Dalam pengoperasiannya, bank tidak hanya ingin memperoleh keuntungan saja, namun bank mempunyai komitmen besar untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya.

Integritas (*integrity*) yaitu cara bank dalam mengoperasikan bisnisnya, informasi yang disampaikan kepada nasabah apakah telah sesuai atau belum, serta kualitas produk yang dijual bisa dipercaya atau tidak.

Keandalan (*reliability*) mengarahkan pada keterampilan dalam mengoperasikan sebuah jasa secara terpercaya dan akurat. Pada dunia perbankan,

dimensi reliability dapat dilihat melalui pelayanan setiap harinya, seperti teller. Pelayanan pembukuan dengan cermat. Apabila dalam kurun waktu tertentu kesalahan yang dilakukan teller semakin banyak, maka akan memberikan dampak sebuah penilaian dari nasabah akan sebuah kepercayaan.

Karena tanpa kepercayaan dari masyarakat maka bank tidak akan bisa menjalankan kegiatan usahanya dengan baik, maka tidak berlebihan apabila dalam perbankan harus sedemikian rupa dalam menjaga kepercayaan dari masyarakat melalui pelayanan terbaik. Dengan uraian latar belakang diatas, peneliti mengangkat judul **“Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi masyarakat terhadap *merger* bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah persepsi masyarakat terhadap *ability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah persepsi masyarakat terhadap *benevolence* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah persepsi masyarakat terhadap *integrity* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?

5. Apakah persepsi masyarakat terhadap *reliability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *merger* bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *ability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *benevolence* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *integrity* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk membuktikan apakah persepsi masyarakat terhadap *reliability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.

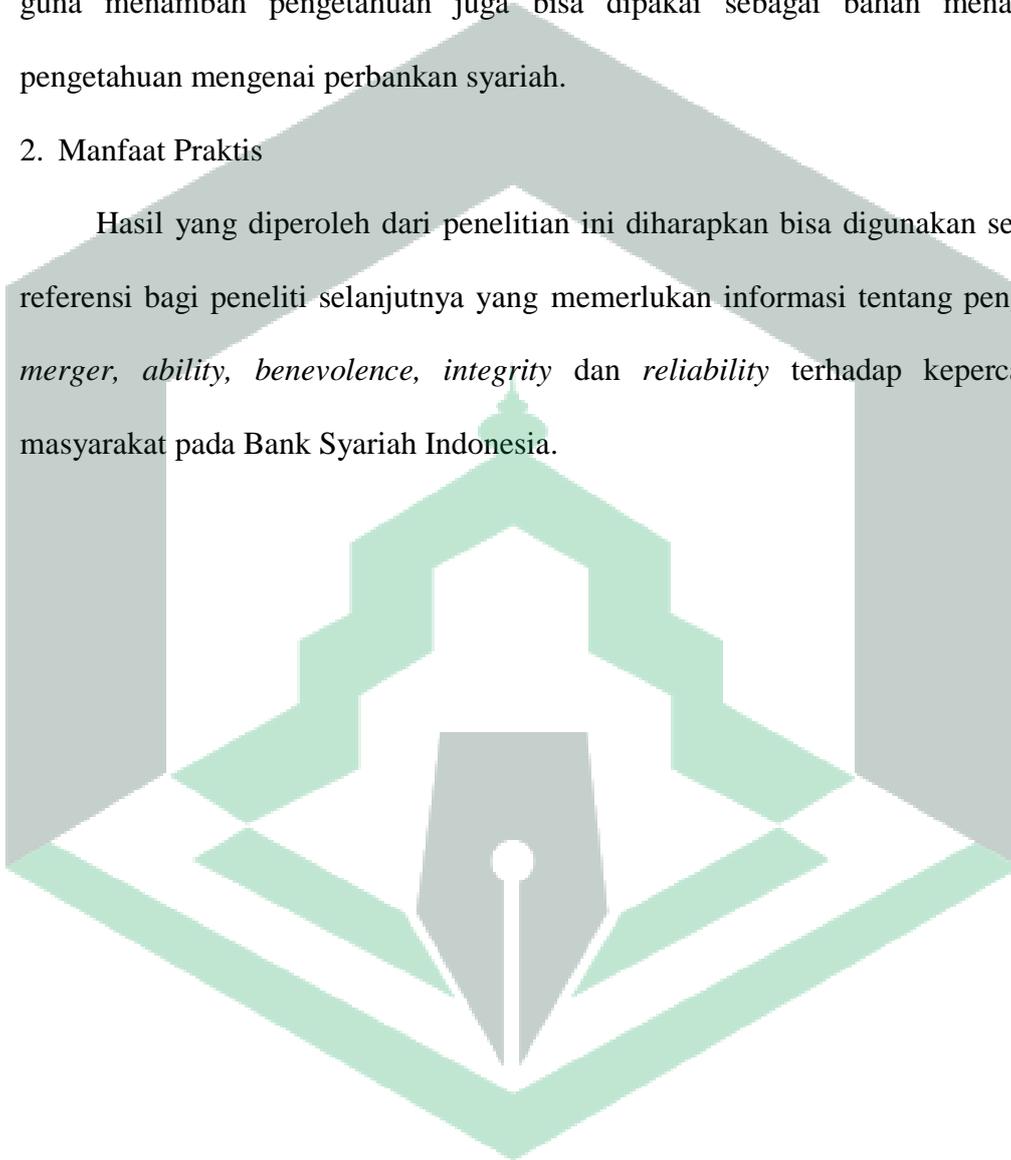
D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bisa bermanfaat sebagai studi literatur tambahan guna menambah pengetahuan juga bisa dipakai sebagai bahan menambah pengetahuan mengenai perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang memerlukan informasi tentang pengaruh *merger, ability, benevolence, integrity* dan *reliability* terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Penelitian Muhammad Rauuf Ramadan dengan judul “Merger Bank Syariah dan Pengembangan UMKM di Indonesia” menyatakan bahwa kebijakan *merger* bank syariah memiliki pengaruh terhadap pegawai, pemegang saham dan khususnya nasabah pada kemajuan UMKM di Indonesia. Dimana UMKM mendapatkan pembiayaan dari bank syariah berupa modal, sehingga dengan adanya pembiayaan tersebut maka unit-unit yang terdapat dalam masyarakat bisa terus ditingkatkan guna mencukupi keperluan masyarakat. Merger bank syariah dimaksudkan untuk mengatasi kesulitan yang membahayakan kelangsungan usaha bank syariah yang bersangkutan atau perluasan usaha bank yang bersangkutan.⁵ Persamaan penelitian yaitu mengkaji tentang *merger* pada bank syariah. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu memakai metode penelitian kualitatif sedangkan penulis memakai metode penelitian kuantitatif.
2. Selanjutnya, penelitian Hikma Wahyuningsi yang berjudul “Pengaruh Merger Ketiga Bank Syariah, *Service Quality*, dan *Brand Image* Produk Syariah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta” menemukan bahwa merger, *service quality*, dan *brand image* secara parsial mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabahnya. Penggabungan ketiga bank syariah dilaksanakan demi meningkatkan pangsa pasar. Meskipun bank syariah menunjukkan tren yang positif, namun penetrasi pasar dari bank

⁵ Muhammad Rauuf Ramadan, “Merger Bank Syariah dan Pengembangan UMKM di Indonesia,” *Jurnal Syntax Transformation* 2, No. 6 (Juni, 2021): 831.

syariah di Indonesia masih relatif rendah dibandingkan dengan bank konvensional. Penggabungan akan menciptakan peluang untuk meningkatkan pangsa pasar serta mengefisiensi biaya operasional.⁶ Persamaan penelitian yaitu variabel bebasnya membahas tentang *merger*. Adapun perbedaannya yaitu variabel terikat penelitian terdahulu menggunakan variabel loyalitas nasabah sedangkan variabel terikat penulis menggunakan kepercayaan masyarakat.

3. Penelitian Nurpitasari yang berjudul “Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di BPR Syariah Al Mabur Ponorogo”, ditemukan bahwa kompetensi dan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di BPR Syariah Al Mabur. Hasil survei menunjukkan bahwa kemampuan dan motivasi kerja rendah, yang tercermin dalam proses pelayanan pelanggan. Kemampuan *Costumer Service* dalam memberikan sikap yang ramah kepada nasabah masih belum konsisten. Kemampuan seseorang untuk bekerja dipengaruhi oleh pemahamannya tentang jenis pekerjaannya dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukannya, sehingga mereka harus dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuannya.⁷ Persamaan penelitian yaitu menggunakan kemampuan sebagai variabel bebas. Adapun perbedaannya yakni variabel terikat penelitian terdahulu menggunakan kinerja pegawai sedangkan penulis menggunakan kepercayaan masyarakat sebagai variabel terikatnya.

⁶Hikmah Wahyuningsih, “Pengaruh Merger Ketiga Bank Syariah, Kualitas Layanan, dan *Brand Image* Produk Syariah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Yogyakarta,” *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* (2021): 59.

⁷Nurpitasari, “Pengaruh Kemampuan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai di BPR Syariah Al Mabur Ponorogo,” *Skripsi IAIN Ponorogo* (2018): 89.

4. Penelitian Karin Novinda yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*” mengatakan bahwa *Benevolence* (kebaikan hati) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan *E-Commerce*. Artinya semakin besar perhatian dan keramahan penjual maka semakin meningkat juga kepercayaan dari pelanggan.⁸ Persamaan dari penelitian ini adalah penggunaan variabel independen kebajikan dan variabel dependen kepercayaan. Perbedaan populasi penelitian sebelumnya adalah nasabah *E-Commerce*, sedangkan penulis adalah nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan penelitian David Wong yang menyatakan bahwa variabel *benevolence* berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.⁹ Persamaan penelitian yaitu variabel bebasnya terdiri atas *ability*, *benevolence* dan *integrity* dan variabel terikatnya sama-sama menggunakan kepercayaan. Adapun perbedaannya yaitu David menggunakan analisis data *SEM (Structural Equation Model)* sedangkan penulis menggunakan analisis regresi berganda.
5. Penelitian Pratamireza Putri Lase dengan judul “Pengaruh Integritas dan Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan Publik” mengatakan bahwa integritas (*integrity*) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kualitas pelayanan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integritas pegawai sangat diperlukan dan penting untuk mencapai hasil yang baik bagi organisasi maupun pegawai karena dapat memberi kepuasan semua pihak,

⁸ Karin Novinda, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan (*Trust*) terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*,” *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* (2011): 84.

⁹ David Wong, “Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap *Trust* serta implikasinya terhadap Partisipasi pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019): 155.

memungkinkan orang untuk memenuhi kepentingan mereka sendiri dan memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Tanpa integritas, seseorang menjadi malas untuk melakukan tugasnya dimana seseorang melakukan semua pekerjaan dengan paksa dan bukan karena hati nuraninya.¹⁰

Persamaan penelitian yaitu menggunakan variabel bebas integritas (*integrity*). Adapun perbedaannya yaitu Pratamireza variabel terikatnya menggunakan kualitas pelayanan publik sedangkan penulis menggunakan variabel terikat kepercayaan masyarakat. Perbedaan lainnya, penelitian terdahulu dilaksanakan di Kota Pariaman adapun peneliti melaksanakan pada Kota Palopo.

6. Pada penelitian Neli dkk yang berjudul “Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan BUMDes” dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh keandalan secara parsial ataupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen BUMDes. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kehandalan penyedia jasa yang ditunjukkan dengan kehandalan berupa ketepatan, standar pelayanan, kemampuan dan keahlian pegawai dalam melayani pelanggan akan menjadi pertimbangan dalam membentuk kepuasan pelanggan.¹¹ Persamaan penelitian yaitu menggunakan keandalan (*reliability*) untuk variabel bebasnya. Sedangkan perbedaannya variabel terikat penelitian terdahulu menggunakan kepuasan BUMDes sedangkan penulis menggunakan kepercayaan masyarakat.

¹⁰Pratamireza Putri Lase, “Pengaruh Integritas dan Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan Publik,” *JESS (Journal of Education on Social Science)* 5, No. 2 (2021): 142.

¹¹Neli Muna Amalia, Sucihatningsih DWP, dan Jarot Tri Bowo Santoso, “Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan BUMDes,” *Business and Accounting Education Journal* 1, No. 2 (2020): 170.

7. Penelitian yang dilaksanakan oleh Lidya Gunarso, dkk yang berjudul “Keterhubungan antara Kemampuan, Kebajikan (*benevolence*), dan Integritas Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Pelanggan: Studi Empiris pada Tokopedia” bertujuan mengetahui hubungan antara kemampuan, kebajikan (*benevolence*), serta integritas perusahaan terhadap kepercayaan serta keikutsertaan nasabah: studi empiris Tokopedia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada tiga hipotesis yang tidak didukung dalam penelitian ini. Ketiga hipotesisnya tentang kebajikan dan integritas tidak memiliki hubungan positif dengan kepercayaan konsumen. Kepercayaan adalah dasar dari sebuah bisnis. Transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih didasarkan pada rasa saling percaya diantara mereka. Kepercayaan ini harus dibangun kembali dan dibuktikan, tidak begitu saja diakui oleh pihak lain/mitra bisnisnya.¹² Persamaan pada penelitian yaitu penggunaan variabel independent *ability*, *benevolence* dan *integrity* dan variabel dependen kepercayaan. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu menggunakan analisis data *SEM (Structural Equation Model)* sedangkan penulis menggunakan analisis regresi berganda.

B. Landasan Teori

Teori yang dipakai dalam penelitian ini yakni, teori yang dikembangkan Rhenald Kasali dalam bukunya *Change* (2005): “setiap perubahan akan menghasilkan alternatif baru, ada yang mengikuti asas *seeing is believing* ada pula yang mengikuti *believing is seeing*, guna menghasilkan sebuah perubahan yang

¹²Lidya Gunarso, Jeremy Andrianto dan Sabrina O Sihombing, “Keterhubungan antara Kemampuan, Kebajikan (*benevolence*), dan Integritas Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Pelanggan: Studi Empiris pada Tokopedia,” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, No. 2 (Oktober, 2020): 330.

pertama dilakukan yaitu melihat, kemudian percaya.” Bukti adanya suatu perubahan dapat dilihat berdasarkan “loop” antara melihat dan percaya. Kecenderungan masyarakat yaitu dalam melihat baru percaya setelah itu mengikuti perubahan.¹³

Dan juga teori penghubung yang dikemukakan oleh Costabile: “Pengalaman akan menjadi sumber bagi konsumen dalam menumbuhkan rasa percaya serta pengalaman mampu memengaruhi evaluasi konsumen terhadap konsumsi, pemakaian maupun kepuasan kontak langsung dan tidak langsung terhadap perusahaan. Sehingga pengalaman konsumen dapat diartikan sebagai bentuk keterkaitan konsumen terhadap produk yang akan dikonsumsi. Konsumen juga butuh merasakan sendiri proses pertukaran tersebut sehingga kepercayaan pada perusahaan dapat terbentuk di benak konsumen.”

1. Penggabungan (*Merger*)

a. Pengertian Penggabungan (*Merger*)

Menurut Hitt, *merger* merupakan strategi antara dua perusahaan yang memilih melakukan penggabungan aktivitas operasionalnya melalui basis yang cukup seimbang, sebab dua perusahaan tersebut mempunyai sumber daya serta kapabilitas yang sama-sama bisa menghasilkan keunggulan kompetitif yang lebih kuat.¹⁴ Menurut Abdul Moin, *merger* adalah bersatunya dua ataupun lebih perusahaan, dimana hanya terdapat satu saja perusahaan yang akan tetap berjalan

¹³ Zarul, “Pengembangan Bank Lokal dengan Merger dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Rakyat,” *Disertasi Universitas Kristen Satya Wacana* (2012): 48.

¹⁴ Michael A Hitt, R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson, *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi; Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 295.

sebagai badan hukum sementara yang lain berhenti beroperasi.¹⁵ Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan *merger* yaitu penyatuan dua perusahaan maupun lebih yang bertujuan menciptakan perusahaan yang lebih kuat. Perusahaan menetapkan *merger* sebagai strategi sebab *merger* dinilai sebagai solusi paling tepat dalam merealisasikan tujuan perusahaan yakni perusahaan tidak harus memulai bisnis barunya dari awal.

Merger dalam pandangan Islam tidak termasuk sebuah larangan, jika manusia memiliki sebuah rencana yang sukses dalam menjalankan usahanya. Karena dalam hukum ekonomi syariah tidak mengharamkan penerapan *merger*. Namun, penerapan *merger* tidak boleh melenceng dari etika bisnis syariah serta hukum Islam. Penggabungan (*merger*) secara tidak langsung dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan istilah "syirkah". Allah SWT berfirman:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ
دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۗ

Terjemahnya: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat. (QS. Shaad/38: 24)¹⁶

Berdasarkan ayat tersebut, makna dalam bekerjasama harus dilakukan dengan adil, suka sama suka dan tidak merugikan satu sama lainnya. Seperti

¹⁵Abdul Moin, *Merger, Akuisisi & Divestasi*, Edisi 2 (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), 5.

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 454.

halnya dalam penerapan sebuah strategi *merger* wajib dilandasi kesepakatan dari kedua pihak yaitu perusahaan target dan perusahaan pengakuisisi yang nantinya akan memberikan sinergi bagi kedua belah pihak.

وروي لنا مُحَمَّد بن سليمان المششي عن مُحَمَّد الزبْرَقَان عن أَبِي حَيَانَا التِيْمِي عن أَبِيهِ عن أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ رَسُوْلُ اللهِ: أَنَا ثَالِثٌ شَخْصِيْنِ مُتَحَالِفِيْنَ مَا دَامَ أَحَدُهُمَا لَا يَتَحَالَفُ. يَخُونُونَ الْآخَرَ وَعِنْدَمَا يَخُونُونَ أُخْرِجُ مِنْهُمْ¹⁷

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sulaiman Al-Mashishi dari Muhammad Al-Zabriqan dari Abi Hayyana Al-Taimi dari ayahnya dari Abi Hurairah berkata Rasulullah: Aku adalah ketiga dari dua orang yang bersekutu selama salah satu dari mereka tidak mengkhianati yang lain dan ketika mereka mengkhianati aku keluar dari mereka.” (HR. Abu Daud)

Dalam hadis ini, Sayid Sabiq menegaskan bahwa selama para mitra menjunjung tinggi hubungan positif dan tidak mengkhianati satu sama lain, Allah SWT akan memberkati harta persekutuan dan menjaga keduanya (mitra kerja). Jika seseorang berbuat curang, maka Allah SWT akan merampas berkah hartanya. Berdasarkan hadits, dapat disimpulkan bahwa kemitraan menurut hukum Islam tidak hanya diperbolehkan, tetapi lebih dari itu, lebih disukai selama tidak ada penipuan dalam kemitraan.

Berdasarkan penjelasan mengenai syirkah tersebut menjelaskan bahwa aktivitas *merger* ialah tergolong *syirkah inan*, dimana antara dua pihak atau lebih dimana setiap pihak memberi kontribusi kerja (‘amal) serta modal (mal). Maka syirkah memiliki hukum boleh berlandaskan dalil As-Sunnah serta Ijma sahabat.

¹⁷ Fuad Achsan, “Analisis Pengaruh Merger dan Akuisisi terhadap Return Saham dan Volume Perdagangan Saham pada Perusahaan Go Public BEI,” *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar* (2016): 17.

b. Aspek-Aspek Penggabungan (*Merger*)

Aspek-aspek penggabungan (*merger*) terdiri dari:

- 1) Produk yang bervariasi
- 2) Jaringan yang luas
- 3) Permodalan yang kuat
- 4) Pelayanan kepada masyarakat artinya penggabungan usaha tidak harus mengurangi kualitas pelayanan bank kepada masyarakat luas.¹⁸

2. Kemampuan (*Ability*)

a. Pengertian Kemampuan (*Ability*)

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, *ability* merupakan kesanggupan, adapun kemampuan ialah seseorang atau aparat yang mempunyai keterampilan melakukan sesuatu yang direalisasikan dengan perilakunya guna menaikkan produktivitas kerja.¹⁹ Individu yang mempunyai kemampuan diartikan mampu untuk mengerjakan tugas-tugas yang diberikan. Misalnya yang dikatakan Robbins bahwa kemampuan (*ability*) merupakan kapasitas individu dalam melaksanakan beragam tugas pada pekerjaan.²⁰ Sedangkan Kreitner dan Kinicki mendefinisikan, kemampuan (*ability*) sebagai ciri serta karakteristik tanggung jawab yang stabil dalam tingkat prestasi yang tinggi berbanding terbalik dengan keahlian kerja mental ataupun fisik.²¹

¹⁸ Agus Prihartono, "Pengaturan Penggabungan Usaha (Merger) Bank Sebagai Upaya Peningkatan Kesehatan Bank di Indonesia dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Nasional," *Jurnal Aktualita* 1, No. 1 (Juni, 2018): 21.

¹⁹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 623.

²⁰ Stephen P Robbins, *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontrversi*, (Jakarta: Prehallindo, 2001), 46.

²¹ R. Kreitner dan A. Kinicki, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), 78.

Kemampuan yaitu keterampilan yang mengarah pada karakteristik dan kompetensi dari suatu bank dimana memengaruhi wilayah yang spesifik. Kemampuan yang dimaksud disini yaitu cara bank dalam mempersiapkan, merespon maupun melindungi beragam transaksi yang dijalankan, nasabah bisa mendapatkan suatu jaminan keamanan ataupun sebuah kepuasan saat melaksanakan sebuah transaksi pada suatu bank.

Kemampuan berdasarkan perspektif Islam yaitu semua orang memiliki kelebihan serta kekurangan pada keterampilan yang membuatnya cukup unggul atau rendah dalam melakukan tugas tertentu dibandingkan dengan yang lain. Untuk menjamin kelangsungan makhluk-Nya, Allah SWT menciptakan bumi, langit, dan segala isinya. Manusia telah diberikan keutuhan berupa akal dan pikiran untuk meneliti semua ciptaannya. Dalam firman Allah SWT dijelaskan:

لَهُر مُعَقَّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Terjemahnya: “Bagi manusia ada malaikat yang selalu mengikutinya secara bergiliran, didepan dan di belakangnya, mereka menjaganya dengan perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga kaum itu mengubah apa yang ada pada diri mereka sendiri. Dan jika Allah menghendaki keburukan atas suatu kaum, maka tidak ada yang dapat menolaknya, dan sama sekali tidak ada pelindung bagi mereka kecuali Dia.” (QS. Ar-Ra’d/13: 11)²²

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 250.

Manusia telah diberikan akal yang dapat dimanfaatkan untuk berpikir, belajar, bereksperimen, dan bertindak guna mengungkap segala sesuatu yang diciptakannya guna mengubah hidupnya.

b. Aspek-Aspek Kemampuan (*Ability*)

Aspek-aspek kemampuan (*ability*) terdiri dari:

- 1) Kompetensi dipahami sebagai perilaku, kecakapan, pemahaman, dan keterampilan yang dipunyai oleh suatu bank untuk menjalankan tugas yang diberikan.
- 2) Pengetahuan luas adalah mencakup segala sesuatu yang diketahui mengenai bank syariah.²³

3. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

a. Pengertian Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Menurut Mayer et al, kebaikan hati adalah keinginan pedagang untuk memberi rasa puas dan memberikan dampak yang menguntungkan satu sama lain. Keuntungan yang didapat penjual bisa dimaksimalkan, namun kepuasan pelanggan tinggi. Penjual tidak hanya menghasilkan keuntungan besar, namun juga memiliki komitmen besar guna memberikan kepuasan kepada konsumennya.²⁴ Kebaikan hati (*benevolence*) adalah kepercayaan suatu pihak atau sesuatu yang diberi perhatian lebih dilindungi serta tidak dirugikan oleh

²³ David Wong, "Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity terhadap Trust, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce di UBM," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019): 161.

²⁴R.C. Mayer, J. H. Davis, dan F. D. Schoorman dalam David Wong, "Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity terhadap Trust, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce di UBM," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019): 158.

pihak yang diyakininya. Keyakinan konsumen bahwa mereka tidak akan dirugikan oleh perusahaan penyedia jasa.

Kebaikan hati yang dimaksud yaitu keinginan suatu bank untuk memberi kepuasan dimana saling memberikan keuntungan antara bank dan konsumen. Dalam pengoperasiannya, bank tidak hanya ingin memperoleh keuntungan saja, namun bank mempunyai komitmen besar untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Menurut ajaran Islam, kebaikan didefinisikan sebagai sifat baik, tindakan baik, manfaat, ataupun sifat manusia yang dianggap baik berdasarkan system nilai yang berlaku. Pada ayat Al-Quran, kebaikan disebut “Al-Biru”. Ulama menafsirkan sebagai “kebaikan yang banyak”. Allah SWT merinci kebaikan dalam QS. Al-Maidah/5: 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Terjemahnya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan ketakwaan, dan janganlah kamu menolong dalam dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat keras siksaan-Nya.” (QS. Al-Maidah/5: 2)²⁵

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk memberikan segala macam bantuan demi kebaikan dan ketakwaan. Memberi pinjaman, hutang, hadiah, dan bahkan sedekah kepada yang membutuhkan adalah salah satu cara agar orang dapat bekerja sama dan membantu satu sama lain.

Kebaikan adalah salah satu bentuk ketakwaan kepada Tuhan. Penilaian terhadap perbuatan, perkataan, sikap, dan perilaku manusia dalam kehidupan

²⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim publishing dan distributng, 2014), 106.

sehari-hari menjadi dasar bagi konsep kebaikan. Menurut sistem norma dan pandangan umum yang berlaku, kebaikan adalah sifat manusia yang dipandang baik. Kebaikan menjadi kebiasaan yang selalu dilakukan oleh seorang muslim yang jika dilakukan dengan benar dan ikhlas akan mendapatkan pahala. Tanpa keikhlasan ibadah kita akan menjadi sesuatu yang sia-sia bahkan mendatangkan bencana. Namun, terkadang kebaikan menjadi salah satu pintu buruk untuk terjerumus kedalam kehancuran, seperti mengungkitnya.²⁶ Dalam hadis riwayat

Imam Bukhari telah dijelaskan bahwa:

نقل إلينا أبو نعيم ، نقل زكريا عن عامر ، فقال: سمعت نعمان بن بصير ، فقال: سمعت رسول الله . قال: ما تحلله ظاهر ، وما هو محرم ظاهر . بين الاثنين هناك شك (غامض) لا يعرفه الكثير من الناس . فمن ابتعد عن الشك يعني أنه حفظ دينه وعرضه . ومن شك فإنه يقع في المحرمات . مثل الراعي الذي يرعى قطيعه في منطقة (حقل) محرمة ، ثم يدخلها تدريجياً . اعلم أن في الجسد كتلة من اللحم ، فإذا كانت جيدة فالبدن كله طيب ، وإذا كان سيئاً فالبدن كله سيء . اعلم أنه القلب²⁷

Artinya: “Telah menyampaikan kepada kami Abu Nu’aim, telah menyampaikan Zakaria dari ‘Amir, dia berkata: Saya mendengar Nu’man bin Basyir, dia berkata: Saya mendengar Rasulullah. bersabda: “Yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas. Diantara keduanya ada keraguan (samar) yang tidak diketahui banyak orang. Maka barang siapa yang menjauhi keraguan berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan siapa terjerumus dalam keragu-raguan, maka ia akan terjerumus kedalam hal-hal yang diharamkan. Bagaikan seorang penggembala yang menggembalakan ternaknya disekitar (ladang) yang diharamkan, maka lambat laun ia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa didalam tubuh ada segumpal daging, jika baik maka baik seluruh tubuh dan jika buruk maka buruk seluruh tubuh. Ketahuilah bahwa dia adalah hati.” (HR. Bukhari No. 52)

²⁶ Annisa Namira, “Fenomena Menyebut Kebaikan Menurut Tinjauan Al-Quran dan Relevansinya dalam Bersosial Media,” *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* (2021): 2-3.

²⁷ Eduwar, “Potensi Kebaikan dan Keburukan pada Manusia dalam Al-Quran dan Hadis,” *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh* (2018): 47-48.

Hadits tersebut menjelaskan dengan sangat jelas jika ide, perkataan, dan perbuatan dari seseorang adalah cerminan dan manifestasi lahiriah dari hatinya. Sebenarnya hanya hati bersih dan sehat yang dapat melahirkan kata-kata santun, pikiran bahagia, dan perbuatan baik. Sebaliknya, bahasa yang menghina, pemikiran yang pesimis, dan tindakan yang sering menyalahkan orang atau pihak lain hanya akan datang dari hati yang kotor, tidak sehat, dan bahkan cenderung binasa. Oleh karena itu, memulihkan dan mengasah kepekaan hati sangat penting bagi siapa saja yang ingin menjalani kehidupan yang aman dan berbuah baik sekarang maupun di akhirat.

b. Aspek-Aspek Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Aspek-aspek kebaikan hati (*benevolence*) terdiri dari:

- 1) Perhatian diartikan sebagai kesadaran yaitu meneliti suatu stimulus, sadar terhadap hal tersebut. Perhatian juga diartikan sebagai ketekunan dan minat.
- 2) Keyakinan merupakan pemahaman dan persepsi yang didapatkan melalui gabungan pengalaman yang dialami langsung dengan objek sikap serta informasi yang terkait dari segala sumber.
- 3) Empati merupakan keinginan menafsirkan suatu situasi ataupun kondisi pikiran orang lain. Seseorang yang memiliki empati didefinisikan sebagai orang yang lembut hati, dapat mengatur diri, ramah, seseorang yang memiliki pengaruh, dan bersifat humanistik.²⁸

²⁸ Arif Rachman Tyo, "Hubungan Kebaikan Hati (*Benevolence*) terhadap Kepercayaan Peserta Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra pada Penggunaan Produk Mitra Iqro Plus," *Skripsi Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (2019): 12.

4. Integritas (*Integrity*)

a. Pengertian Integritas (*Integrity*)

Integrity (integritas) adalah ketabahan yang teguh dan tindakan tegas dalam menjunjung tinggi nilai dan keyakinan yang luhur. Keutuhan atau kelengkapan serta konsistensi dan koherensi prinsip dan nilai adalah beberapa definisi integritas. Menurut beberapa perspektif, integritas adalah kebajikan atau kewajiban profesional (termasuk pandangan dengan fokus pada pertimbangan lingkungan). Seorang profesional harus memiliki integritas agar dapat melaksanakan tugasnya secara memadai, penuh pertimbangan, dan bertanggung jawab dengan tetap memperhatikan semua kepentingan yang terkait.²⁹ *Integrity* (Integritas) berdasarkan KBBI merupakan mutu, kondisi maupun situasi yang memaparkan satu kesatuan utuh, dengan demikian mempunyai keterampilan untuk memancarkan kejujuran serta kewibawaan. Integritas yang dimaksud yaitu cara bank dalam mengoperasikan bisnisnya, informasi yang disampaikan kepada nasabah apakah telah sesuai atau belum, serta kualitas produk yang dijual bisa dipercaya atau tidak.

Berdasarkan tokoh pergerakan Mesir kontemporer, Sayyid Quthub, terdapat arti kejujuran (*al-shidq*) serta stabil (*istiqamah*) untuk mempertahankan kebenaran. Sedangkan menurut Quthub, menafsirkan sebagai sifat bawaan dari pribadi seorang muslim. Menurutnya, seseorang yang mempunyai integritas merupakan orang yang dimensi batinnya sama dengan dimensi lahirnya serta

²⁹Lidya Gunarso, Jeremy Andrianto dan Sabrina O. Sihombing, "Keterhubungan antara Kemampuan, Kebajikan (*benevolence*), dan Integritas Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Pelanggan: Studi Empiris pada Tokopedia," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, No. 2 (Oktober, 2020): 333.

perilakunya selaras dengan ucapannya. Bermakna, seseorang yang hendak mempunyai integritas tinggi mesti menghindarkan diri terhadap aspek hipokritas serta kemunafikan. Demi integritas ini, Allah SWT senantiasa mengingatkan manusia agar tidak sekali-kali mereka mengidap penyakit nifak. Firmannya dalam QS. As-Saff/61 2-3:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ۚ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾

Terjemahnya: "Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu perbuat. Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan." (QS. As-Saff/61 2-3)³⁰

Integritas adalah karakteristik ideal seseorang dalam Islam. Mempertahankan karakter adalah mutlak penting. Hal ini didukung oleh sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Jabir ra dan mengaitkan akhlak dengan keutamaan, kemauan, pentingnya sedekah, dan jaminan masuk surga. Sabda Rasulullah SAW:

إِنَّ مَنْ أَحَبَّهُمْ مِنْكُمْ ، وَأَقْرَبُونَ عَلَيَّ يَوْمَ الْقَوْمَةِ ، هُمْ أَهْلُ أَخْلَاقٍ . وَالنَّاسُ الَّذِينَ أَكْرَهُهُمْ أَكْثَرُ وَأَبْعَدُهُمْ عَنِّي يَوْمَ الْقِيَامَةِ هُمُ السَّارْتَصَارُونَ وَالْمُتْسِيكُونَ وَالْمُطْفِحُونَ . قَالَ الصَّدِيقُ : يَا رَسُولَ اللَّهِ .. لَقَدْ عَرَفْنَا مَعْنَى الذَّرِثِينَ وَالْمُتَشَدِّدِ ، ثُمَّ مَا مَعْنَى الْمُطْفِحِينَ ؟ فَقَالَ : إِنْسَانٌ فَخُورٌ³¹

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang paling aku cintai diantara kamu, dan yang paling dekat denganku pada hari kiamat, adalah orang-orang yang paling tinggi akhlaknya. Dan orang yang paling aku benci dan paling jauh dariku di hari kiamat adalah tsartsarun, mutasyaddiqun dan mutafaihiqun."

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 551.

³¹Mahfudzi, "Integritas Intelektual Menurut Al-Quran", *Jurnal Ilmu Al-Quran dan Tafsir* 2, No. 1 (2019): 27.

Sahabat itu berkata: "Wahai Rasulullah... kami sudah tahu arti tharthārūn dan mutashaddiqūn. Lalu apa yang di maksud dengan mutafayhiqūn?" Beliau menjawab, "Orang yang sombong." (HR. Tirmidhi, ia berkata 'hadis ini hasan gharib'. Hadis ini disahihkan oleh al-Albani dalam kitab Sunan Tirmidhi).

Hadis tersebut menunjukkan jika karakter kejujuran dalam perspektif Islam tidak semata-mata hasil dari pemikiran yang terlepas dari realita kehidupan, tetapi merupakan masalah daya pikir (akal), daya fisik (jasmani), dan daya rasa. menunjukkan bahwa vitalitas, realitas dan tujuan yang telah digariskan oleh Akhlaq Qur'aniah. Oleh karena itu akhlak mulia adalah sistem perilaku yang disyaratkan dalam Islam melalui nash Al-Qur'an serta hadits. Terdapat tiga pilar utama yang berdampak besar pada pengembangan karakter yakni pendidikan dilingkungan keluarga, lingkungan sekolah/lembaga pendidikan, serta lingkungan masyarakat. Tanpa kesinambungan dan keselarasan di antara ketiga pilar tersebut, pembentukan karakter tidak akan berhasil.³²

b. Aspek-Aspek Integritas (*Integrity*)

Aspek-aspek integritas (*integrity*) terdiri dari:

- 1) Tanggung jawab ialah sikap keberpihakan kepada konsumen dimana bentuk kepedulian dalam mengantisipasi maupun mengurangi kerugian.
- 2) Penyediaan atau respons pelanggan adalah penilaian sebuah layanan, terkait beberapa produk itu sendiri yang menghasilkan kegembiraan dari suatu pemakaian.
- 3) Keterus-terangan adalah dasar utama yang wajib dipunyai individu dalam berorganisasi, baik jujur kepada orang lain, diri sendiri, pelanggan ataupun

³²Mahfudzi, "Integritas Intelektual Menurut Al-Quran", *Jurnal Ilmu Al-Quran dan Tafsir* 2, No. 1 (2019): 27.

stakeholder. Bank syariah sangat mengedepankan nilai kejujuran guna mendapatkan sebuah keyakinan dari pelanggan.³³

5. Keandalan (*Reliability*)

a. Pengertian Keandalan (*Reliability*)

Menurut Philip Kotler, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan andal.³⁴ Dan menurut Tjiptono dan Fandy, *reliability* adalah keahlian bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat serta terpercaya. Kinerja juga harus memenuhi permintaan pelanggan, dimana mempunyai arti ketepatan waktu, memberi pelayanan yang sama bagi seluruh konsumen tidak adanya kekeliruan, sikap simpatik atau peduli serta akurasi yang tinggi.³⁵ Keandalan yang dimaksud yaitu mengarah pada keterampilan dalam mengoperasikan sebuah jasa secara terpercaya dan akurat. Pada dunia perbankan, dimensi *reliability* dapat dilihat melalui pelayanan setiap harinya, seperti teller. Pelayanan pembukuan dengan cermat. Apabila dalam kurun waktu tertentu kesalahan yang dilakukan teller semakin banyak, maka akan memberikan dampak sebuah penilaian dari nasabah akan sebuah kepercayaan.

Maka disimpulkan bahwa keandalan ialah keterampilan atau keahlian dalam menghadirkan peningkatan pelayanan secara cepat, tepat, akurat serta

³³ Khusnul Khotimah, "Pengaruh Penerapan Daya Tanggap, Jaminan dan Integritas Costumer Service terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung)," *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan* (2021): 38.

³⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 561.

³⁵ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 174.

memuaskan, kemudahan cara bertransaksi dikasir, program promosi dilakukan berdasarkan program yang disosialisasikan, fasilitas kartu member/anggota bisa dipakai berdasarkan kegunaannya. Allah SWT meridhoi umatnya menepati janji yang sudah dibuat sebagaimana diterangkan pada QS. An-Nahl/16: 91.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ
اللَّهِ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Terjemahnya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpahmu itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu Telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (QS. An-Nahl Ayat 91)³⁶

Ibnu Katsir mengartikan bahwa pada ayat diatas Allah menyeru umatnya untuk selalu menepati janji juga merawat sumpah yang sudah diucapkan. Firmannya, “Dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (kamu) setelah meneguhkannya.” kemudian dijabarkan juga “Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.” Ini merupakan ancaman sekaligus tekanan bagi mereka yang mengingkari janji setelah dikonfirmasi. Rasulullah SAW bersabda:

أخبرنا أبو كميل أن يزيد بن زريع أبلغهم ، أخبرنا حميد الطويل عن يوسف بن محيى
المكي قال: لقد سجلت مرة لشخص يتيم تبناه ، ثم خدعه الابن المتبنى بصفته ألف
درهم ثم كذا وكذا لليتيم. بعد ذلك اكتشفت أن ثروة اليتيم تضاعفت. وتابع يوسف:
أخذت ألف درهم سرقوها منك. سمع رسول الله. قال ﷺ: أعط الثقة لمن يثق بك ولا

يخون من يخونك³⁷

³⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 277.

³⁷Supian Sauri, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah AlKamil Jawa Timur,” *Tesis Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* (2017): 27-28.

Artinya: “Telah memberitahu kami Abu Kamil bahwa Yazid bin Zurai' telah memberitahu mereka, telah memberitahu kami Humaid Ath Thawil dari Yusuf bin Mahik Al Makki dia berkata: "Saya pernah mencatat untuk seseorang mata pencaharian anak yatim yang dia angkat. Kemudian anak angkat itu menipunya sebanyak seribu dirham. Kemudian fulan memberikannya kepada anak yatim. Setelah itu saya menemukan ternyata rejeki anak yatim itu berlipat ganda. Yusuf melanjutkan: "Aku mengambil seribu (dirham) yang mereka curi darimu." Fulan berkata: “Tidak! Saya telah mendengar ayah saya bahwa dia mendengar Rasulullah SAW berkata: “Berikan kepercayaan pada mereka yang mempercayaimu dan jangan khianati mereka yang mengkhianatimu!” (HR. Abu Daud, No. 3037)

Menurut hadis tersebut, telah seharusnya bank syariah ataupun anggota agar menepati janjinya. Mereka berlindung dari melanggar sebuah janji serta penghianatan. Semoga dengan ini mereka dapat menerima taufik dari Allah SWT baik ucapan maupun perbuatan.

b. Aspek-Aspek Keandalan (*Reliability*)

Aspek-aspek *reliability* (keandalan) terdiri dari:

- 1) Kenyamanan ruangan yaitu terkait antropometri tubuh manusia serta bahasa tubuh manusia yang diselaraskan dengan fungsi ruangan. Misalnya, tersedianya tempat duduk dengan bentuk bangku yang memiliki kegunaan dengan jelas berdasarkan ukuran sehingga jika dimanfaatkan oleh pengunjung akan memberikan rasa nyaman.
- 2) Kecepatan pelayanan yaitu keterampilan pelayanan yang diberikan dengan cepat (responsif). Pelayanan merupakan komponen yang terjadi pada interaksi langsung antar individu dengan individu lainnya maupun mesin secara fisik serta memberikan kepuasan kepada konsumen.³⁸

³⁸Hikma Saskiarini, “Analisis Kualitas Pelayanan Mengenai Tingkat Kepuasan Pelanggan Servis Mobil pada PT. Toyota Nasmoco Cabang Gombel,” *Skripsi Universitas Negeri Semarang* (2020): 32.

6. Kepercayaan Masyarakat

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan ialah seluruh pemahaman yang dipunyai oleh pelanggan dan seluruh rangkuman yang diciptakan mengenai objek, atribut, serta kegunaannya.³⁹ Sedangkan Kotler dan Keller, mengartikan kepercayaan ialah kesiapan perusahaan dalam mengandalkan partner bisnisnya. Sebuah kepercayaan sangat bergantung pada beberapa faktor interpersonal serta antar organisasi, misalnya kemampuan, integritas, kejujuran, serta kebaikan perusahaan.⁴⁰

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesiapan seseorang dalam mengandalkan orang lain yang kita yakini. Kepercayaan mengerjakan suatu produk. Karena kepercayaan akan memberi dampak dalam proses pembelian produk yang akan dilaksanakan. Dimana saat seseorang mengambil sebuah keputusan, maka seseorang akan lebih memilih sebuah keputusan menurut pilihan seseorang yang bisa dia percaya lebih dari mereka yang kurang dipercaya. Kepercayaan dalam Islam ialah I'tiqad. Kepercayaan didefinisikan sebagai faktor kunci yang dibutuhkan dalam membangun serta merawat relasi dalam jangka waktu yang panjang layanan penyedia konsumen. Sebagaimana firman Allah SWT yang menekankan adanya keyakinan, dalam QS. Ali 'Imran/3:118:

³⁹John C. Mowen dan M. Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 312.

⁴⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 225.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بِيْطَانَةً مِّنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُؤًا مَا عَنِتُّمْ قَدْ
 بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمْ الْآيَاتِ إِن
 كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ ﴿١١٨﴾

Terjemahnya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ambil menjadi teman kepercayaanmu orang-orang yang, di luar kalanganmu (karena) mereka tidak henti-hentinya (menimbulkan) kemudharatan bagimu. mereka menyukai apa yang menyusahkan kamu. telah nyata kebencian dari mulut mereka, dan apa yang disembunyikan oleh hati mereka adalah lebih besar lagi. Sungguh telah Kami terangkan kepadamu ayat-ayat (Kami), jika kamu memahaminya.” (QS. Ali ‘Imran/3: 118)⁴¹

Quraish Shihab menjelaskan bahwa amanah yang telah diberikan begitu besar sehingga sulit untuk dipenuhi, tetapi orang memiliki kewajiban untuk menunaikan amanah dengan sempurna dan tidak boleh ditunda. Sebagaimana Rasulullah SAW bersabda:

قال لنا مُحَمَّدُ بنِ عَلاءٍ وأَحمدُ بنُ إِبراهيمَ: كَلِمَةُ طَلاقِ بنِ غَنامِ عَن شَرِيحِ ، قال ابنِ عَلاءِ:
 وَعَن أَبي هُرَيرةَ قَيسِ عَن أَبي هَاشِمِ قالَ: قالَ رَسولُ اللهِ ﷺ: تَوَكَّلوا عَلَيَّ الذِّينَ آمَنوا
 بِكَ. ولا تُخونَ مِن يَخونَكَ⁴²

Artinya: “Muhammad bin 'Ala' dan Ahmad bin Ibrahim berkata kepada kami: Thaliq bin Ghonam berbicara kepada kami dari Syarik, Ibn 'Ala' berkata: Dan dari Abi Huraira Qais dari Abu Hashin berkata: Rasulullah saw bersabda: Percayalah pada mereka yang percaya padamu dan jangan mengkhianati mereka yang mengkhianatimu.” (Shahih Sunan Abu Daud, kitab Buyu' bab ke-45, No. 3535 (hasan shahih))

Kita tidak boleh mengkhianati amanah yang dipercayakan kepada kita, baik itu dari orang lain atau dari keluarga kita sendiri, meskipun amanah itu berasal dari non muslim. Dari sini dapat dipahami, jika amanah itu datang dari Allah

⁴¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014), 65.

⁴²Manarul Hidayat, “Konsep Amanah Perspektif Al Quran,” *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten* (2015): 45-46.

dan Rasulullah, maka harus disampaikan karena itu hak Allah dan Rasulullah. Sebuah kepercayaan adalah hal yang mahal, maka dari itu pemahaman yang berputar dalam masyarakat serta hal tersebut betul adanya. Berbicara mengenai keyakinan, berarti berbicara mengenai kejujuran dan titipan. Kepercayaan tidak dapat bersanding dengan uang ataupun materi lainnya, karena keyakinan seseorang dapat dibuktikan melalui tahapan yang terbilang panjang. Kepercayaan dapat hilang dengan gampang tetapi sulit untuk bisa kembali, sebab untuk memupuk rasa percaya itu butuh waktu yang sangat lama, oleh karena itu menjaga kepercayaan itu tergolong perjuangan.

b. Aspek-Aspek Kepercayaan

Farida jasfar aspek-aspek kepercayaan terdiri dari tiga aspek, yaitu:

- 1) Kemampuan (*ability*) adalah kemampuan bank syariah dalam memberikan pelayanan, penyediaan, serta menjaga transaksi dari berbagai macam gangguan pihak lain, maka kepuasan pelanggan akan muncul setelah melaksanakan sebuah transaksi.
- 2) Kebaikan hati (*benevolence*) yaitu seberapa besar bank syariah untuk melaksanakan dan memberikan yang terbaik kepada nasabah.
- 3) Kompetensi (*competence*) yaitu kepercayaan nasabah terhadap keterampilan bank dalam membantu nasabahnya melaksanakan sesuatu berdasarkan kebutuhan nasabah.⁴³

⁴³Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 164.

c. Karakteristik Kepercayaan

Menurut Priansa karakteristik kepercayaan konsumen sebagai berikut:

1) Menjaga hubungan

Konsumen yang percaya diri selalu menjaga hubungan baik dengan perusahaan karena ia sadar bahwa hubungan yang baik dapat memberikan dampak yang dapat memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri, baik saat ini maupun dimasa yang akan datang.

2) Menerima pengaruh

Konsumen yang memiliki kepercayaan yang besar akan mudah terpengaruh sehingga biaya perusahaan yang digunakan dalam rencana pemasaran semakin rendah.

3) Terbuka dalam komunikasi

Konsumen dengan keyakinan yang besar dapat memberikan sebuah informasi yang dapat berdampak positif bagi perusahaan, dengan demikian arus informasi menjadi lancar dan memudahkan perusahaan untuk bertindak cepat.

4) Memberikan pembelaan

Kepercayaan konsumen akan memberikan dampak bagi perusahaan berupa pembelaan terhadap suatu perusahaan ketika produk yang digunakannya memperoleh kritik dari kompetitor.

5) Memberikan informasi yang positif

Konsumen yang memiliki kepercayaan terhadap perusahaan tertentu akan terus memberikan informasi positif serta membangun untuk perusahaan.

6) Kenyamanan

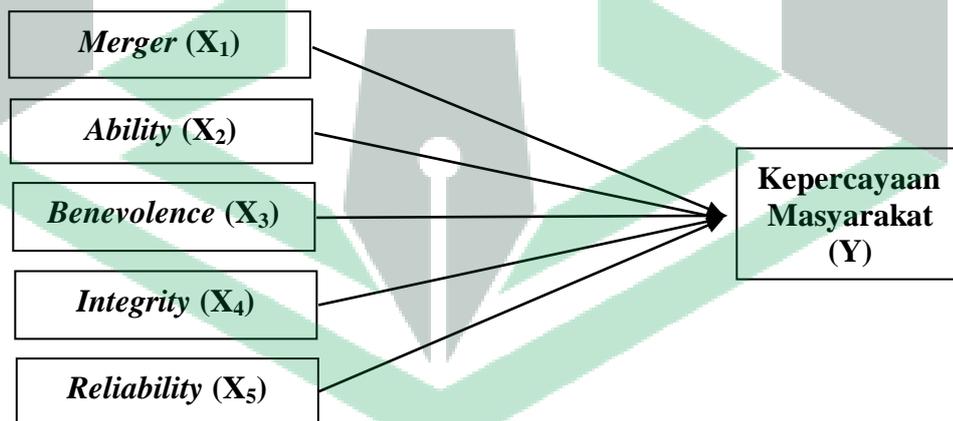
Konsumen yang percaya akan melaksanakan pembelian secara berulang sebab mereka meyakini jika perusahaan dapat memberikan rasa nyaman dalam menggunakan produk dalam waktu singkat ataupun jangka panjang.

7) Kepuasan

Konsumen yang yakin akan mudah diberikan rasa puas dibanding konsumen yang kurang yakin. Oleh karena itu, kepuasan konsumen bisa terwujud oleh perusahaan dengan lebih mudah.⁴⁴

C. Kerangka Pikir

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan, tujuan penelitian, serta landasan teori yang memaparkan pengaruh *merger*, *ability*, *benevolence*, *integrity* dan *reliability* terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Maka tersusun kerangka pikir pada gambar berikut.



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir

Dari kerangka diatas, bisa diketahui jika *merger*, *ability*, *benevolence*, *integrity*, dan *reliability* sebagai variabel bebas dapat mempengaruhi atau menjadi

⁴⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 118-119.

penyebab dari variabel terikat yaitu kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis mempunyai arti sebagai dugaan ataupun jawaban sementara yang menjawab rumusan masalah yang masih perlu diuji kebenarannya. Dijelaskan jika dugaan sementara sebab jawaban yang ada merupakan jawaban dari teori menurut rumusan masalah yang ditemukan sebelumnya.⁴⁵ Dengan demikian, dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀: Persepsi masyarakat terhadap *merger* bank syariah tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₁: Persepsi masyarakat terhadap *merger* bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₀: Persepsi masyarakat terhadap *ability* dari bank syariah tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₁: Persepsi masyarakat terhadap *ability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₀: Persepsi masyarakat terhadap *benevolence* dari bank syariah tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₁: Persepsi masyarakat terhadap *benevolence* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₀: Persepsi masyarakat terhadap *integrity* dari bank syariah tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

⁴⁵Azwar Juliandi dan Irfan, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Media Perintis, 2013), 45.

H₁: Persepsi masyarakat terhadap *integrity* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₀: Persepsi masyarakat terhadap *reliability* dari bank syariah tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

H₁: Persepsi masyarakat terhadap *reliability* dari bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai ialah jenis penelitian kuantitatif yang dilaksanakan pada kurun waktu tertentu dengan meneliti sampel serta populasi tertentu untuk mengukur pengaruhnya pada variabel penelitian. Proses pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dimana analisa data bertujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.⁴⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Dengan waktu penelitian berlangsung pada tanggal 6 April 2022 s/d 06 Juli 2022.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam membuktikan definisi yang jelas mengenai tujuan pengkajian judul, maka diberi batasan operasional yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Dimensi/Indikator
1.	<i>Merger</i> (X1)	<i>Merger</i> adalah suatu proses penggabungan dua perusahaan atau lebih menjadi satu perusahaan saja, dimana perusahaan tersebut mengambil dengan cara menyatukan dua saham berupa aset dan non aset perusahaan yang di merger.	1. Produk inovatif 2. Jaringan yang luas 3. Permodalan yang kuat ⁴⁷ 4. Pelayanan kepada masyarakat ⁴⁸

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 13.

⁴⁷ Hikmah Wahyuningsih, "Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah (BUMN), Kualitas Layanan, dan Brand *Image* Produk Syariah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Yogyakarta," *Skripsi Universitas Islam Indonesia* (2021): 17.

⁴⁸ Agus Prihartono, "Pengaturan Penggabungan Usaha (Merger) Bank Sebagai Upaya Peningkatan Kesehatan Bank di Indonesia dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Nasional," *Jurnal Aktualita* 1, No. 1 (Juni, 2018): 21.

2.	<i>Ability</i> (X2)	<i>Ability</i> (kemampuan) adalah kesanggupan, kecakapan serta kekuatan yang dimiliki setiap orang secara individu untuk menjalankan tugas dalam pekerjaan yang telah menjadi tanggung jawabnya. Baik dalam organisasi, kehidupan bermasyarakat, ataupun didalam fungsi keluarga.	1. Kompetensi 2. Pengetahuan luas ⁴⁹
3.	<i>Benevolence</i> (X3)	<i>Benevolence</i> adalah sejauh mana sebuah perusahaan ingin melakukan dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya, terlepas dari motif keuntungan yang egosentris.	1. Perhatian 2. Keyakinan 3. Empat ⁵⁰
4.	<i>Integrity</i> (X4)	Integritas adalah ketika berbicara tentang integritas, maka tidak akan terlepas dari upaya untuk menjadi orang yang utuh dan terpadu di setiap bagian diri yang berlainan, yang bekerja dengan baik dan menjalankan fungsinya sesuai apa yang telah dirancang sebelumnya.	1. Tanggung jawab 2. Pemenuhan atau respon konsumen 3. Keterus-terangan ⁵¹
5.	<i>Reliability</i> (X5)	<i>Reliability</i> adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	1. Kenyamanan ruangan 2. Kecepatan pelayanan ⁵²
6.	Kepercayaan (Y)	Kepercayaan merupakan sikap yang di perlihatkan manusia ketika merasa cukup mengetahui serta menyimpulkan bahwa dirinya sudah mampu mencapai suatu kebenaran.	1. Kemampuan 2. Kebaikan hati 3. Kompetensi ⁵³

⁴⁹ David Wong, "Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity terhadap Trust, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce di UBM," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019):161.

⁵⁰ Arif Rachman Tyo, "Hubungan Kebaikan Hati (Benevolence) terhadap Kepercayaan Peserta Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra pada Penggunaan Produk Mitra Iqro Plus," *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (2019): 12.

⁵¹ Khusnul Khotimah, "Pengaruh Penerapan Daya Tanggap, Jaminan dan Integritas Customer Service terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung)," *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan* (2021): 38.

⁵² Hikma Saskiarini, "Analisis Kualitas Pelayanan Mengenai Tingkat Kepuasan Pelanggan Servis Mobil pada PT. Toyota Nasmoco Cabang Gombel," *Skripsi Universitas Negeri Semarang* (2020): 32.

⁵³ Farida Jafar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 164.

D. Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai totalitas semua dasar-dasar yang terdapat dalam karakteristik tertentu dari beberapa objek yang hendak dipelajari sifat-sifatnya. Populasi juga diartikan sebagai bagian generalisasi dimana terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas serta keunikan, dimana telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari.⁵⁴ Dalam penelitian ini populasi yakni masyarakat Kota Palopo dimana jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari anggota populasi yang telah dipilih dengan metode pengambilan sampling. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, yaitu menentukan sampel berdasarkan karakteristik atau pertimbangan tertentu.⁵⁵ Adapun kriteria sampel pada penelitian ini yakni masyarakat yang memakai jasa Bank Syariah Indonesia. Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan sebab jumlah populasi tidak diketahui sehingga rumus yang digunakan yaitu rumus Cochran:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel yang dicari

z^2 = Harga dalam kurva normal untuk simpanan 5%, dengan nilai = 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan pengambilan sampel (sampling error) adalah 10%

⁵⁴Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Padang: Sukabina Press, 2016), 31.

⁵⁵Sugiyono, Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 126.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,84 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

Berdasarkan pengukuran tersebut, maka total sampel yang digunakan untuk penelitian ini berjumlah 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

1. Kuesioner (angket), yaitu dilaksanakan dengan memberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab.⁵⁶ Kuesioner didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang sangat efisien ketika peneliti memiliki gambaran tentang variabel yang akan diukur. Selain itu, kuesioner juga dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup yang disampaikan langsung kepada responden atau dikirim melalui internet.⁵⁷
2. Observasi, yaitu kegiatan pengumpulan data melalui penyelidikan langsung terhadap kondisi lingkungan yang diteliti, untuk mendukung kegiatan peneliti dalam memperoleh pola nyata tentang kondisi objek yang diteliti.⁵⁸
3. Survey, penelitian dilaksanakan pada populasi kecil ataupun besar, akan tetapi data yang diteliti merupakan data berdasarkan sampel yang diambil dari

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 142.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 199.

⁵⁸ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 134.

populasi, diperoleh fenomena yang relatif, distribusi, serta berkaitan antara variable psikologis dan sosiologis.⁵⁹

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian didefinisikan sebagai media yang dipakai dalam mengukur kejadian sosial dan alam yang dilihat, seluruh peristiwa tersebut disebut variabel penelitian.⁶⁰ Instrumen atau alat yang dipakai merupakan kuesioner yang menampung daftar pernyataan ataupun pertanyaan yang memiliki hubungan dengan masalah serta tujuan penelitian. Kuesioner yang terdiri dari pertanyaan diberikan kepada masyarakat Kota Palopo untuk dimintai respons tentang pertanyaan yang terdapat pada kuesioner.

Kemudian data yang sudah terkumpul dilakukan perhitungan dengan memakai teknik skala *likert*. Kriteria skala tersebut terdiri dari 5 bagian dengan skor 1 sampai 5. Kriteria tersebut diantaranya yaitu:

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Untuk memperoleh hasil penelitian yang diinginkan, oleh karena itu peneliti menata kisi-kisi instrumen penelitian yang memiliki tujuan dalam mengarahkan sebuah kaitan antar variable dalam penelitian ini. Setiap variabel pada penelitian

⁵⁹Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 14.

⁶⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 146.

ini dijelaskan, kemudian ditentukan indikator yang diukur sebagai bagian dari pertanyaan.

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Aspek	Item Pertanyaan
1	<i>Merger</i> (X1)	Produk yang inovatif Jaringan yang luas Permodalan yang kuat Pelayanan kepada masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang bervariasi dan inovatif membuat nasabah memilih untuk melakukan transaksi pada Bank Syariah Indonesia 2. Bank Syariah Indonesia bisa menggapai daya saing yang berkesinambungan (berkelanjutan) 3. Penggabungan bank syariah membuat jaringan kantor tersebar luas serta mudah dijangkau, sehingga mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi 4. Penggabungan bank syariah membuat aset dan modal bank syariah menjadi besar sehingga membuat nasabah yakin untuk bertransaksi di Bank Syariah Indonesia 5. Kepentingan dari nasabah lebih diutamakan 6. Karyawan bank tanggap untuk mencukupi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi 7. Karyawan bersikap ramah dan sopan ketika menyambut nasabah 8. Karyawan yang andal dan mahir memberikan pelayanan membuat nasabah tidak ragu melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia
2	<i>Ability</i> (X2)	Kompetensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bank Syariah Indonesia mempunyai keahlian dalam menyediakan produk yang berkualitas bagi nasabahnya. 2. <i>Costumer service</i> Bank Syariah Indonesia memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas 3. Manajer Bank Syariah Indonesia tanggap dalam penyelesaian masalah pembiayaan dengan nasabah

	Pengetahuan luas	4. Menurut saya transaksi pada Bank Syariah Indonesia tidak terdapat riba (bunga), maisir (perjudian) serta gharar (ketidakpastiaan)
		5. Menurut saya pembagiaan keuntugn pada Bank Syariah Indonesia sudah sesuai sistem bagi hasil (nisbah)
3	<i>Benevolence</i> (X3)	Perhatian
		1. Bank Syariah Indonesia memiliki perhatian untuk memberikan keuntungan bagi nasabahnya
		2. Bank Syariah Indonesia memeiliki ketertarikan dalam menyajikan pelayanan terbaik untuk nasabahnya.
		Keyakinan
		3. Saya yakin menggunakan produk Bank Syariah Indonesia sebab dalam operasionalnya bank sedah sesuai dengan hukum islam.
		4. Saya bersedia untuk merekomendasikan Bank Syariah Indonesia kepada orang lain sebab kinerja para karyawan sangat baik serta memuaskan.
		Empati
		5. Karyawan bersikap simpatik menghadapi masalah nasabah dalam hal transaksi.
		6. Pegawai bank senantiasa sabardan lemah lembut dalam merespons beragam keluhan nasabahnya.
4	<i>Integrity</i> (X4)	Tanggung jawab
		1. Karyawan selalu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah nasabah
		2. Bank syariah selalu menyempatkan waktu jika terdapat keluhan nasabah serta selalu berusaha untuk memperbaiki.
		Pemenuhan
		3. Layanan ATM sudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah
		4. Bank Syariah Indonesia mempunyai waktuk pelayanan yang tepat dengan kebutuhan nasabahnya.
		Keterus-terangan
		5. Pegawai Bank Syariah Indonesia selalu bersikap terbuka kepada nasabah apabila terjadi kesalahan pada produk yang digunakan
		6. Karyawan jujur dalam memberikan pelayanan
5	<i>Reliability</i> (X5)	Kenyamanan ruangan
		1. Kebersihan ruangan pada Bank Syariah Indonesia membuat nasabah nyaman saat berada di bank
		2. Fasilitas yang dimiliki Bank Syariah

		Indonesia membuat nasabah nyaman ketika berkunjung ke bank
Kecepatan pelayanan	3.	Karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu terlalu lama
	4.	Respon manajer Bank Syariah Indonesia pada pengambilan keputusan dinilai tepat dan cepat
6 Kepercayaan (Y)	1.	Karyawan Bank Syariah Indonesia mempunyai pemahaman yang baik akan jenis layanan serta produk perbankan
	2.	Pihak bank mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan
Kebaikan Hati	3.	Bank Syariah Indonesia memberikan jangka waktu kepada nasabah yang ingin mempunyai tanggungan pembiayaan.
	4.	Bank Syariah Indonesia dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya tidak memandang status social.
Kompetensi	5.	Karyawan bank bekerja dengan teliti dan akurat melayani transaksi nasabahnya.
	6.	Karyawan Bank Syariah Indonesia selalu memberi informasi dengan komunikasi yang baik kepada nasabah

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dipakai dalam mengukur validitas suatu angket. Suatu angket dinyatakan valid bila pertanyaan yang terdapat di kuesioner tersebut dapat menerangkan sesuatu yang hendak diukur kuesioner. Uji validitas dilaksanakan dengan melakukan perbandingan nilai r hitung. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka soal dikatakan valid. Instrumen yang valid artinya media ukur yang dipakai dalam memperoleh data (ukur) valid. Valid artinya instrumen bisa digunakan dalam mengukur apa yang harus diukur. Alat ukur yang valid bisa dipakai dalam mengukur panjang secara akurat, sebab meter merupakan alat ukur dalam

mengukur panjang. Meter menjadi tidak valid saat dipakai dalam mengukur satuan berat.⁶¹

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	Merger (X1)	Pernyataan 1	0,373	0,361	Valid
		Pernyataan 2	0,767	0,361	Valid
		Pernyataan 3	0,371	0,361	Valid
		Pernyataan 4	0,554	0,361	Valid
		Pernyataan 5	0,512	0,361	Valid
		Pernyataan 6	0,672	0,361	Valid
		Pernyataan 7	0,710	0,361	Valid
		Pernyataan 8	0,472	0,361	Valid
2.	Ability (X2)	Pernyataan 9	0,674	0,361	Valid
		Pernyataan 10	0,572	0,361	Valid
		Pernyataan 11	0,678	0,361	Valid
		Pernyataan 12	0,628	0,361	Valid
		Pernyataan 13	0,813	0,361	Valid
3.	Benevolence (X3)	Pernyataan 14	0,750	0,361	Valid
		Pernyataan 15	0,744	0,361	Valid
		Pernyataan 16	0,720	0,361	Valid
		Pernyataan 17	0,774	0,361	Valid
		Pernyataan 18	0,780	0,361	Valid
		Pernyataan 19	0,603	0,361	Valid
4.	Integrity (X4)	Pernyataan 20	0,824	0,361	Valid
		Pernyataan 21	0,834	0,361	Valid
		Pernyataan 22	0,775	0,361	Valid
		Pernyataan 23	0,588	0,361	Valid

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 121.

		Pernyataan 24	0,812	0,361	Valid
		Pernyataan 25	0,681	0,361	Valid
5.	Reliability	Pernyataan 26	0,738	0,361	Valid
	(X5)	Pernyataan 27	0,820	0,361	Valid
		Pernyataan 28	0,737	0,361	Valid
		Pernyataan 29	0,584	0,361	Valid
6.	Kepercayaan	Pernyataan 30	0,634	0,361	Valid
	(Y)	Pernyataan 31	0,565	0,361	Valid
		Pernyataan 32	0,581	0,361	Valid
		Pernyataan 33	0,600	0,361	Valid
		Pernyataan 34	0,445	0,361	Valid
		Pernyataan 35	0,688	0,361	Valid

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 23.

Menurut tabel 3.4 bisa dikatakan jika R_{hitung} pada masing-masing pernyataan dalam indikator tersebut menyatakan $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,361). Dengan begitu, bisa ditarik kesimpulan, setiap pernyataan dalam indikator adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan variabel atau komponen struktural. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika tanggapan terhadap pertanyaan stabil dari waktu ke waktu. SPSS menyediakan fasilitas yang berguna untuk mengukur reliabilitas berdasarkan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Jika $\alpha > 0,60$, variabel tersebut dinyatakan reliabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika digunakan untuk mengukur

objek yang sama beberapa kali akan memberikan data yang sama. Alat ukur panjang karet adalah contoh alat ukur yang tidak reliabel.⁶²

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Merger (X1)	0,720	Reliabel
2	Ability (X2)	0,765	Reliabel
3	Benevolence (X3)	0,782	Reliabel
4	Integrity (X4)	0,785	Reliabel
5	Reliability (X5)	0,782	Reliabel
6	Kepercayaan (Y)	0,731	Reliabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 23.

Menurut tabel 3.5 tersebut bisa diketahui semua nilai dari *cronbach's alpha* > 0,60. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan semua variabel yang terdiri dari merger, ability, benevolence, integrity, reliability serta kepercayaan yang dipakai pada penelitian ini bisa dinyatakan reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memakai teknik analisis kuantitatif yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dari tanggapan kuesioner, dan teknik statistik dapat digunakan untuk menganalisis data berupa angka dan perhitungan. Data tersebut harus dikelompokkan ke dalam golongan tertentu dengan menggunakan tabel tertentu agar lebih mudah dalam melakukan analisis data menggunakan SPSS versi 23. Teknik analisis yang digunakan adalah:

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 121.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum menguji hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya kesalahan. Ada tiga uji asumsi klasik yang digunakan penulis, antara lain:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan uji parsial (uji-t) tergantung apakah penelitian tersebut berdistribusi normal.⁶³ Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menunjukkan korelasi linier yang hampir sempurna antara dua atau lebih variabel bebas. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi yang dibangun memiliki korelasi yang besar atau sempurna antara variabel bebas.⁶⁴ Model regresi yang baik tidak boleh memiliki korelasi antar variabel bebas. Jika variabel-variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut dikatakan tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebasnya adalah nol.⁶⁵ Hal ini dimaksudkan untuk menguji apakah model-model yang termasuk dalam regresi dapat mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas.

⁶³ Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan pendekatan Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 163.

⁶⁴ Sulyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), 81.

⁶⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 105.

c. Uji heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memberikan varians variabel yang tidak sama dalam suatu model regresi. Sebaliknya, homoskedastisitas dapat terjadi ketika variabel dalam model regresi memiliki nilai yang sama.⁶⁶ Model regresi yang baik memiliki varians yang sama atau tidak ada gejala heteroskedastisitas. Data yang menunjukkan heteroskedastisitas paling banyak ditemukan pada data cross-section. Hal ini karena data cross-section dapat menggabungkan data yang mewakili ukuran yang berbeda dari yang terkecil hingga yang terbesar.⁶⁷ Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji scatterplot.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan model yang dipakai dalam menganalisa adanya pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen.⁶⁸ Analisis ini digunakan dalam mengestimasi suatu nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas bertambah atau berkurang serta dalam mengetahui hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen apakah setiap variabel independen memiliki hubungan yang positif maupun negatif. Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1\chi_1 + \beta_2\chi_2 + \beta_3\chi_3 + \beta_4\chi_4 + \beta_5\chi_5$$

⁶⁶Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), 97.

⁶⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 139.

⁶⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 96.

Dimana:

Y = Kepercayaan Masyarakat

A = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Variabel Bebas dan Koefisien Regresi

χ_1 = *Merger*

χ_2 = *Ability*

χ_3 = *Benevolence*

χ_4 = *Integrity*

χ_5 = *Reliability*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Pengujian ini dipakai dalam mengetahui derajat maupun kekokohan suatu pengaruh antara variabel bebas dengan masing-masing antar variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (0,05). Sehingga terdapat syarat uji t diantaranya:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maksudnya variabel independen bisa menjelaskan variabel dependen serta mempunyai pengaruh antara kedua variabel yang diuji.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maksudnya variabel independen tidak bisa menjelaskan variabel dependen dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang diuji.

b. Uji Signifikan Simultan (uji-F)

Pengujian ini dipakai dalam mengetahui sejauh mana derajat dan kuatnya pengaruh antara variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Koefisien diperoleh dengan mengambil akar dari koefisien determinasi R.⁶⁹ Uji-F memiliki persyaratan diantaranya yaitu:

- 1) H_1 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Artinya variabel independen secara bersamaan bisa menjelaskan variabel dependen serta berpengaruh antar variabel yang diuji.
- 2) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$. Maksudnya variabel independen secara simultan mampu menjelaskan variabel dependen serta tidak terdapat pengaruh antara variabel yang diuji.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa baik kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel terikat.⁷⁰

⁶⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 85.

⁷⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8 Cet. 8, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 95.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk yang paling banyak beragama Islam. Dimana hal tersebut membuat Indonesia menjadi pasar yang mempunyai peluang besar untuk mengembangkan perekonomian dengan system keuangan syariah. Kebijakan dari pengembangan lembaga keuangan bertujuan untuk mencukupi kebutuhan masyarakatnya dengan meyakini jika system operasi bank konvensional tidak berlandaskan pada hukum Islam. Strategi perkembangan perbankan syariah di Indonesia mempunyai cukup besar peluang dimasa depan. Dengan demikian, sangat diharapkan sanggup berkompetisi dengan bank konvensional dalam berbagai hal seperti memberikan pelayanan yang akurat serta memberikan keuntungan dari segi finansial.

Akan tetapi masih banyak anggapan jika melakukan transaksi pada bank syariah memiliki kesamaan dengan bank konvensional pada umumnya. Hal tersebut dikarenakan minimnya pemahaman tentang kegiatan bank syariah yang disebabkan oleh rendahnya sosialisasi tentang bank syariah itu sendiri. Diketahui bahwa mayoritas masyarakat adalah muslim, namun eksistensi bank syariah sendiri belum cukup untuk mengubah anggapan masyarakat yang memilih bank konvensional untuk beralih menggunakan bank syariah. Wawasan masyarakat yang masih sangat minim jika terdapat kegiatan usaha pada bank syariah sebab bank syariah sendiri masih berada pada tahap pertumbuhan. Anggapan

masyarakat juga sangat bervariasi mengenai layanan, operasional maupun dari segi kemudahan dalam menggunakan jasa bank syariah. Perlu diketahui jika masyarakat merupakan komponen penting sebab masyarakat yang menjadi nasabah untuk bank syariah.

Perkembangan bank syariah memiliki pengaruh besar terhadap upaya peningkatan perekonomian masyarakat serta kesadaran dalam memajukan atau mengembangkan Lembaga Keuangan Syariah. Salah satu cara untuk mengembangkan Lembaga Keuangan Syariah dan cara mengupayakannya adalah dengan melakukan merger. Dimana pada tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, sebagai bukti bersatunya Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah menjadi satu yaitu Bank Syariah Indonesia atau sering disebut BSI. Penyatuan ini akan menggabungkan beragam keunggulan yang dimiliki oleh setiap ketiga bank tersebut. Maka dari itu, dapat menghadirkan sebuah layanan yang baik, dengan jangkauan yang tentunya jauh lebih besar lagi, mempunyai kapabilitas permodalan yang lebih kuat. Hal tersebut didorong oleh adanya sinergisitas dari perusahaan induk serta persetujuan pemerintah melalui kementerian BUMN, BSI memperoleh dukungan sehingga dapat bersaing dalam tingkat global.

Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo terdiri dari dua lokasi diantaranya KCP Ratulangi yang terletak di Jalan Dr. Ratulangi Nomor 62 A-B Kota Palopo. Dengan lokasi yang sangat strategis karena berada di tengah kota sehingga mudah ditemukan oleh masyarakat Kota Palopo. Bank tersebut sebelumnya bernama Bank Syariah Mandiri atau biasa disingkat BSM. Berikutnya adalah KCP Andi

Djemma yang berada di jalan Andi Djemma No. 6 Selecoe, Wara Timur, Kota Palopo. Lokasi kantor cabang ini sama strategisnya dengan yang sebelumnya karena bank ini terletak di jalan utama dan sangat mudah ditemukan. Sebelumnya, bank tersebut dinamakan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS).

2. Visi Misi Perusahaan

Visi Bank Syariah Indonesia adalah menjadikan Bank Syariah “*Top 10 Islamic Bank in the World*”. Untuk mencapai visi tersebut, Bank Syariah Indonesia telah menetapkan empat misi yang harus dicapai, antara lain:

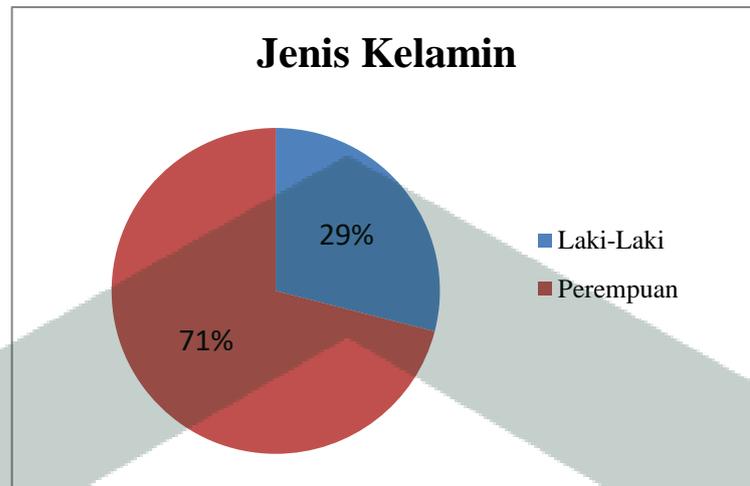
- a. Menyediakan akses solusi bagi keuangan syariah, melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi 5 bank teratas pada tahun 2005 dengan aset (500+T) dan nilai buku 50 T.
- b. Tumbuh menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaiknya kepada para pemegang sahamnya.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia.
- d. Perusahaan kuat yang memberdayakan masyarakat dan berkomitmen pada keunggulan karyawan melalui budaya kinerja.

3. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Palopo yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia. Pada penelitian memakai sampel sebanyak 100 responden yang dijumpai disaat penelitian sedang berjalan.

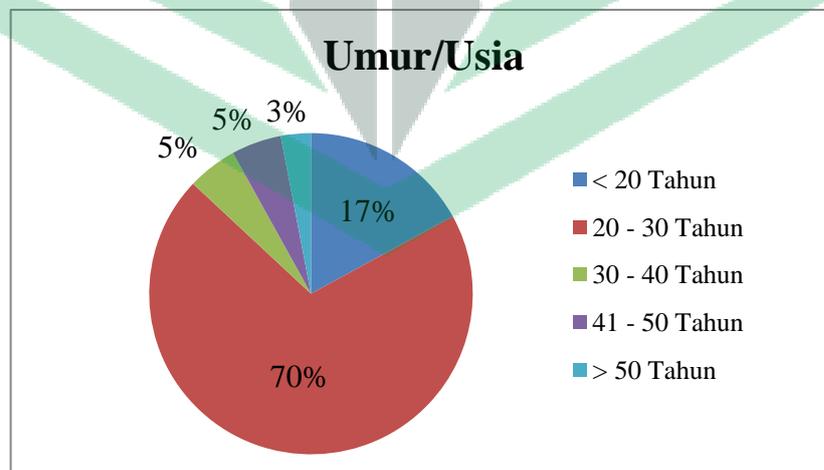
b. Jenis Kelamin Responden



Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Menurut hasil pengolahan data kriteria responden dari jenis kelamin, diperoleh bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 29 responden atau sebesar 29% adapun responden yang mempunyai jenis kelamin perempuan berjumlah 71 responden atau sebanyak 71%. Bisa disimpulkan bahwa rata-rata nasabah BSI di dominasi responden wanita.

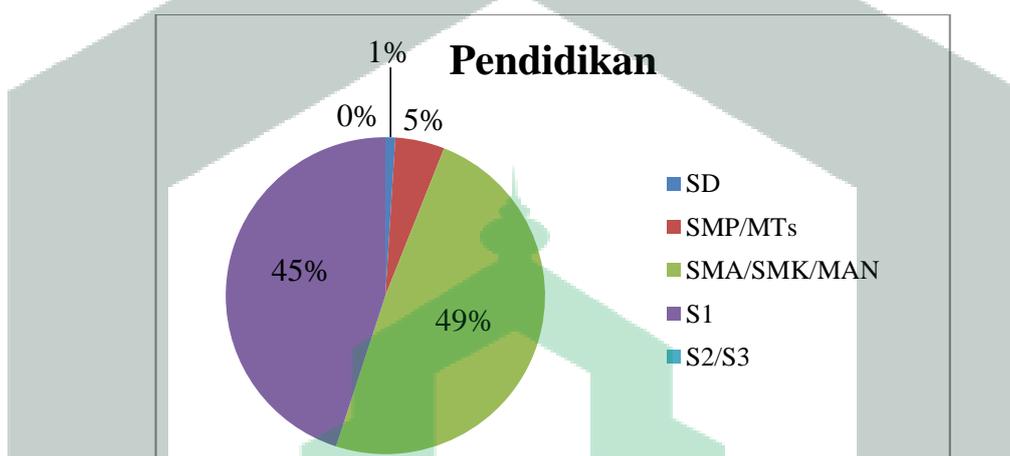
c. Umur/Usia Responden



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia

Menurut hasil pengolahan data primer menurut kriteria responden berdasarkan umur. Jumlah responden terbanyak yaitu berusia 20-30 tahun yakni 70 orang atau 70%, dan responden berumur 50 tahun berjumlah 3 orang atau 3%. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa rata-rata mayoritas nasabah Bank Syariah Indonesia berusia antara 20-30 tahun.

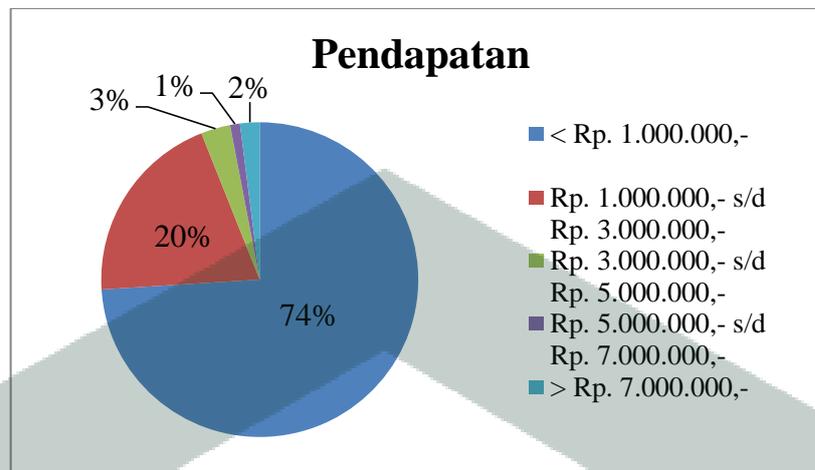
d. Pendidikan Terakhir Responden



Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Hasil pengolahan data menurut kriteria responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Jumlah responden terbanyak adalah responden dengan pendidikan SMA yaitu 49 orang atau 49%, responden dengan pendidikan SD yaitu 1 orang atau 1%, responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 5 orang atau 5%, dan responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 45 orang atau 45%. Dengan demikian, rata-rata nasabah Bank Syariah Indonesia adalah mayoritas responden dengan tingkat pendidikan SMA.

e. Pendapatan Perbulan Responden



Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Hasil pengolahan data pada kriteria responden menurut pendapatan bulanan, jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pendapatan bulanan < Rp. 1.000.000,- yaitu 74 orang atau 74%, responden dengan penghasilan Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,- adalah 20 orang atau 20%, responden yang pendapatannya Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,- sebanyak 3 orang atau 3%, responden yang berpenghasilan bulanan Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 7.000.000,- adalah 1 orang atau 1%, dan responden yang penghasilan bulannya > Rp. 7.000.000,- adalah 2 orang atau sebanyak 2%. Sehingga disimpulkan jika rata-rata nasabah Bank Syariah Indonesia didominasi responden berpendapatan perbulan <Rp. 1.000.000,-.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka residual berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73418491
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,052
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,175 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 23

Dari hasil uji normalitas memakai teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memberikan hasil yang signifikan sebanyak 0,175. Dimana hasil ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,175 > 0,05$). Oleh karena itu, diperoleh kesimpulan jika uji normalitas dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan ikatan linear antara variabel independen pada regresi berganda. Dimana model regresi dikatakan baik apabila tidak mengalami korelasi antara variabel independen. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Dimana nilai *cut off* yang lazim digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu nilai *tolerance* $< 0,10$, yang sesuai dengan nilai VIF 10. Sehingga hasil pengujian bisa dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1,174	2,408		,488	,627		
Merger	,008	,045	,013	,177	,860	,862	1,160
Ability	,160	,113	,108	1,414	,161	,825	1,212
Benevolence	,219	,090	,226	2,435	,017	,561	1,781
Integrity	,239	,087	,248	2,746	,007	,591	1,692
Reliability	,415	,116	,339	3,567	,001	,534	1,874

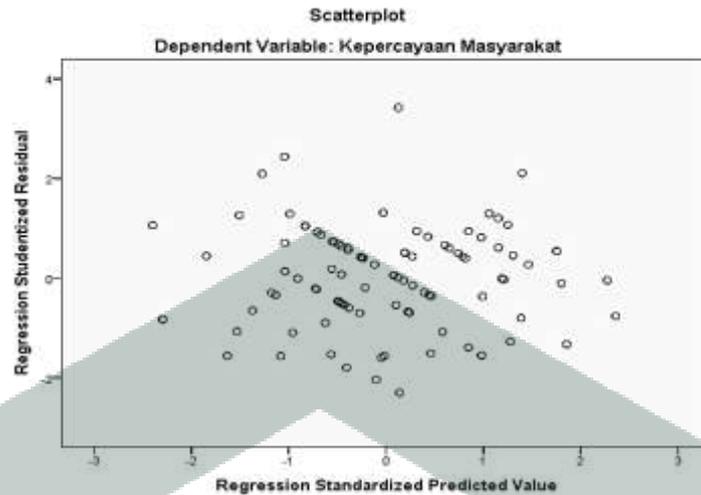
a. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat

Sumber: Output SPSS 23

Dari hasil uji multikolinearitas bisa diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) *Merger* (X1) sebanyak $1,160 < 10$, *Ability* (X2) sebesar $1,212 < 10$, *Benevolence* (X3) sebesar $1,781 < 10$, *Integrity* (X4) sebanyak $1,692 < 10$ dan *Reliability* (X5) sebanyak $1,874 < 10$. Nilai *tolerance* dalam variabel *Merger* (X1) sebanyak $0,862 > 0,10$, *Ability* (X2) sebanyak $0,825 > 0,10$, *Benevolence* (X3) sebanyak $0,561 > 0,10$, *Integrity* (X4) sebanyak $0,591 > 0,10$, dan *Reliability* (X5) sebanyak $0,534 > 0,10$. Bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak mengalami gejala multikolinearitas antar variable bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan guna menguji apakah model regresi yang ada tidak sesuai dengan varian model regresi residual. Data dikatakan baik jika tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Teknik scatterplot digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Sehingga didapat hasil uji heteroskedastisitas pada gambar berikut:



Sumber: Output SPSS 23

Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Hal ini dapat dilihat dari *output scatterplot* diatas, yang menunjukkan bahwa.

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak bersatu hanya pada bagian bawah ataupun atas saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membuat bentuk meluas selanjutnya menyempit kemudian meluas kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak memiliki pola.

Dari hasil uji heteroskedastisitas memakai teknik *scatterplot* bisa ditarik kesimpulan jika pada penelitian ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda yang dipakai pada penelitian ini bertujuan guna mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variable bebas terhadap variable terikat. Regresi linier berganda bisa diketahui dari tabel dibawah ini.

Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,174	2,408		,488	,627
	Merger	,008	,045	,013	,177	,860
	Ability	,160	,113	,108	1,414	,161
	Benevolence	,219	,090	,226	2,435	,017
	Integrity	,239	,087	,248	2,746	,007
	Reliability	,415	,116	,339	3,567	,001

a. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat

Sumber: Output SPSS 23

$$Y = a + \beta_1\chi_1 + \beta_2\chi_2 + \beta_3\chi_3 + \beta_4\chi_4 + \beta_5\chi_5$$

$$Y = 1,174 + 0,008X_1 + 0,160X_2 + 0,219X_3 + 0,239X_4 + 0,415X_5$$

Hasil analisis berdasarkan rumus berikut dapat digambarkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta persamaan tersebut sebanyak 1,174 yaitu apabila *Merger* (X1), *Ability* (X2), *Benevolence* (X3), *Integrity* (X4) serta *Reliability* (X5) konstan (tidak berubah) maka kepercayaan masyarakat sebesar 1,174.
- Nilai koefisien *Merger* (X1) sebesar 0,008 menerangkan bahwa bila terjadi kenaikan sebanyak satu satuan dalam variabel *merger* maka kepercayaan masyarakat mengalami peningkatan 0,008.
- Nilai koefisien *Ability* (X2) sebesar 0,160 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada variabel *ability* maka kepercayaan masyarakat akan meningkat sebesar 0,160.
- Nilai koefisien *Benevolence* (X3) sebesar 0,219 menunjukkan jika terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada variabel *benevolence* maka kepercayaan masyarakat akan meningkat sebesar 0,219.

- e. Nilai koefisien *Integrity* (X4) sebesar 0,239 menunjukkan bahwa apabila mengalami kenaikan sebesar satu satuan variabel *integrity* maka kepercayaan masyarakat mengalami peningkatan sebanyak 0,239.
- f. Nilai koefisien *Reliability* (X5) sebesar 0,415 menerangkan apabila mengalami kenaikan sebesar satu satuan dalam variabel *reliability* maka kepercayaan masyarakat mengalami peningkatan sebanyak 0,415.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Uji parsial (uji-t) dilakukan untuk memastikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Uji-t dilakukan dengan signifikansi 0,05 melalui perbandingan t-hitung dengan t-tabel. Nilai t-tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan $(df) = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ untuk signifikansi 0,05. Hasil uji parsial ini ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.4 Hasil Uji Signifikan Individual (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,174	2,408		,488	,627
	Merger	,008	,045	,013	,177	,860
	Ability	,160	,113	,108	1,414	,161
	Benevolence	,219	,090	,226	2,435	,017
	Integrity	,239	,087	,248	2,746	,007
	Reliability	,415	,116	,339	3,567	,001

a. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat

Sumber: Output SPSS 23

1) Pengaruh *merger* terhadap kepercayaan masyarakat

Berdasarkan tabel tersebut yang menunjukkan nilai sig. X1 sebanyak $0,860 > 0,05$ serta nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,177 < 1,987$).

Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya secara parsial tidak mengalami pengaruh antara *merger* terhadap kepercayaan masyarakat.

2) Pengaruh *ability* terhadap kepercayaan masyarakat

Menurut tabel diatas dapat dilihat nilai sig. pada X2 sebanyak $0,161 > 0,05$ serta nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($1,414 < 1,987$). Bisa ditarik kesimpulan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara *ability* dengan kepercayaan masyarakat.

3) Pengaruh *benevolence* terhadap kepercayaan masyarakat

Berdasarkan tabel diatas bisa dilihat nilai sig. pada X3 sebesar $0,017 < 0,05$ serta nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,435 > 1,987$). Bisa ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak serta H_1 diterima yang berarti bahwa *benevolence* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat.

4) Pengaruh *integrity* terhadap kepercayaan masyarakat

Berdasarkan tabel tersebut yang menunjukkan nilai sig. pada X4 sebanyak $0,007 < 0,05$ serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($2,746 > 1,987$). Bisa ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara parsial *integrity* dan kepercayaan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan.

5) Pengaruh *reliability* terhadap kepercayaan masyarakat

Berdasarkan tabel bisa dilihat nilai sig. pada X5 sebanyak $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,567 > 1,986$). Sehingga bisa ditarik

kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara parsial *reliability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji F dilaksanakan dengan tujuan mengetahui apakah variable independen secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Jika diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F bisa dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	359,018	5	71,804	22,670	,000 ^b
	Residual	297,732	94	3,167		
	Total	656,750	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat
 b. Predictors: (Constant), Reliability, Merger, Ability, Integrity, Benevolence

Sumber: Output SPSS 23

Menurut hasil pengolahan data diketahui nilai F_{hitung} sebanyak 22,670 > F_{tabel} 2,31. Untuk nilai signifikan sebanyak 0,000 < 0,05. Bisa ditarik kesimpulan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Artinya menurut simultan *merger*, *ability*, *benevolence*, *integrity* dan *reliability* berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan dalam mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, sehingga perlu diketahui nilai Koefisien Determinasi (R-Square). Adapun hasil ujinya sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739 ^a	,547	,523	1,780

a. Predictors: (Constant), Reliability, Merger, Ability, Integrity, Benevolence
b. Dependent Variable: Kepercayaan Masyarakat

Sumber: Output SPSS 23

Dari hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R Square sebesar 0,547 atau 54,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *merger*, *ability*, *benevolence*, *integrity* dan *reliability* terhadap kepercayaan masyarakat secara simultan memberikan pengaruh sebesar 54,7% sedangkan sisanya ($100\% - 54,7\% = 45,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

B. Pembahasan

Menurut hasil olah data diatas, bisa ditarik sebuah kesimpulan, dimana peneliti bisa menjawab hipotesis yang dirumuskan dalam rumusan masalah yaitu.

1. Pengaruh persepsi masyarakat terhadap *Merger* (X1) bank syariah terhadap kepercayaan masyarakat (Y) pada Bank Syariah Indonesia

Merger merupakan penggabungan bisnis guna menggapai kepemilikan bersama. Dapat pula diartikan sebagai pengambilalihan semua aktiva serta pasiva yang dimiliki perusahaan oleh perusahaan lain. Mergernya bank syariah dapat meningkatkan kapasitas perbankan syariah yang seringkali terkendala oleh adanya keterbatasan modal. Peleburan tiga bank syariah BUMN tersebut diharapkan mampu menghimpun asset yang besar, sehingga peleburan ini akan mampu

menjadikan bank syariah sejajar atau bahkan di atas bank konvensional yang rata-rata sudah menjadi BUKU IV. BUKU bank erat kaitannya dengan tingkat imbal hasil yang diharapkan oleh nasabah pemilik dana. Umumnya, semakin tinggi BUKU suatu bank, maka akan diasumsikan lebih aman oleh nasabah.⁷¹

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan pada variabel *Merger* diketahui nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($0,177 > 1,987$) dan nilai sig. sebanyak $0,860 > 0,05$. Maksudnya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara *merger* terhadap kepercayaan masyarakat. Jadi H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya variabel *merger* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilaksanakan (David Novaldi dkk) yang menunjukkan bahwa merger bank syariah berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat.⁷²

Penggabungan ketiga bank syariah BUMN dilaksanakan demi meningkatkan pangsa pasar. Meskipun bank syariah masih menunjukkan tren positif, namun penetrasi pasar bank syariah di Indonesia masih relatif rendah dibanding dengan bank konvensional. Sehingga dengan melakukan penggabungan akan memberikan peluang untuk memperluas pangsa pasar dan mengefisiensi biaya operasional.

Namun berdasarkan fakta dari hasil penelitian yang penulis peroleh dilihat dari produknya yang inovatif, jaringan yang luas, permodalan yang kuat, dan

⁷¹Anis Fatinah, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto, "Analisis Kinerja Keuangan, Dampak *Merger* 3 Bank Syariah BUMN dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Pengembangan Ekonomi Nasional," *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)* 34, No. 1 (Juni, 2021): 29.

⁷²David Novaldi, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto dan Lita Monalysa, "Analisis Kondisi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Akibat *Merger* Bank Syariah Indonesia", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, No. 3 (2021): 755.

pelayanan kepada masyarakat. Merger bank syariah tidak mempengaruhi kepercayaan masyarakat Kota Palopo pada Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut mungkin dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap merger bank syariah, atau karena setelah adanya merger nasabah sudah tidak lagi meragukan kinerja bank BUMN. Sehingga membuat nasabah tidak terpengaruh untuk mudah beralih ke layanan bank syariah lain atau ke bank konvensional. Hal ini terlihat pada saat transisi merger Bank Syariah Indonesia yang masih berusaha untuk melakukan kegiatannya dengan baik dengan menawarkan layanan yang lebih mudah bagi para nasabahnya. Dan nasabah juga telah mempercayakan asetnya kepada Bank Syariah Indonesia selama tidak merugikan dirinya.

Menurut sudut pandang ekonomi Islam, penggabungan perusahaan tidak dilarang kecuali melanggar ajaran Hukum Islam. Bank hasil merger akan terus beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan tidak menyimpang dari etika bisnis dan hukum kontrak syariah. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia harus memperjelas hukum syariah dalam menjalankan usahanya.

2. Pengaruh persepsi masyarakat terhadap *Ability* (X2) dari bank syariah terhadap kepercayaan masyarakat (Y) pada Bank Syariah Indonesia

Ability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah dalam bertransaksi.⁷³ Jika nasabah mempercayai jasa bank tersebut dalam menjamin keamanan proses transaksi, maka nasabah akan terus mempercayai layanan dari Bank Syariah Indonesia.

⁷³ Indirasari Cynthia Setyoparwati, "Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, *Integrity* terhadap Partisipasi *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen *E-Commerce* di Indonesia)," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, No. 2 (November, 2019):170.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada variabel *Ability* diketahui jika nilai t-hitung lebih kecil dari pada t-tabel ($1,414 > 1,987$) serta nilai sig. sebanyak $0,161 > 0,05$. Maksudnya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara *ability* terhadap kepercayaan masyarakat. Jadi H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya *ability* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilaksanakan (David Wong, 2019) dimana ia menemukan bahwa *ability* memengaruhi kepercayaan konsumen *e-commerce* yang ada dilingkungan UBM.⁷⁴

Dari hasil penelitian yang dilakukan bisa ditarik kesimpulan bila *ability* bank syariah yang diukur dari segi kompetensi dan pengetahuan yang luas, tidak mempengaruhi kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Artinya faktor *ability* bukan penentu masyarakat dalam menaruh kepercayaannya kepada Bank Syariah Indonesia. *Ability* yang dimaksud disini yaitu cara bank dalam mempersiapkan, merespon maupun melindungi beragam transaksi yang dijalankan, nasabah bisa mendapatkan suatu jaminan keamanan ataupun sebuah kepuasan saat melaksanakan sebuah transaksi pada suatu bank.

3. Pengaruh persepsi masyarakat terhadap *Benevolence* (X3) dari bank syariah terhadap kepercayaan masyarakat (Y) pada Bank Syariah Indonesia

Benevolence terkait keinginan baik perusahaan dalam mewujudkan kepuasan nasabah dimana saling memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun pelanggan. Perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan maksimal,

⁷⁴ David Wong, "Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap *Trust* serta implikasinya terhadap Partisipasi pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019): 155.

tetapi juga berfokus untuk mewujudkan kepuasan nasabahnya.⁷⁵ Partisipasi nasabah dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia meningkat ketika nasabah memiliki kepercayaan terhadap kebaikan hati Bank Syariah Indonesia dalam mewujudkan kepuasan nasabah dalam proses transaksi.

Menurut hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada variabel *Benevolence* menyajikan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel ($2,435 > 1,987$) serta nilai sig. sebanyak $0,017 < 0,05$. Maksudnya secara parsial terdapat pengaruh positif serta signifikan antara *benevolence* terhadap kepercayaan masyarakat. Hasil analisis ini adalah H_0 ditolak serta H_1 diterima. Maksudnya *benevolence* berpengaruh positif terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (David Wong, 2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Kemampuan, Kebajikan, dan Integritas terhadap Kepercayaan dan Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus Pelanggan *E-Commerce* di UBM” dengan hasil penelitian bahwa *benevolence* mempengaruhi kepercayaan (trust) konsumen *e-commerce* di lingkungan UBM.⁷⁶ Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Masakazu et al, dimana kebaikan hati memberikan pengaruh positif yang sangat besar terhadap kepercayaan mahasiswa Universitas Terbuka.⁷⁷

⁷⁵ Indirasari Cynthia Setyoparwati, “Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, *Integrity* terhadap Partisipasi *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen *E-Commerce* di Indonesia),” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, No. 2 (November, 2019):170.

⁷⁶ David Wong, “Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap *Trust* serta implikasinya terhadap Partisipasi pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019): 155.

⁷⁷ Kadek Masakazu, T.M Kusuma, I Ketut Putu Suniantara, dan Gede Suwardika, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka dengan Trust sebagai Intervening,” *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, No. 10 (Maret, 2022): 1234.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa semakin tinggi kebaikan hati dalam bank syariah maka kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia di Kota Palopo akan semakin meningkat. Sebagai penjual, sangat efektif jika bank mengenal nasabahnya terlebih dahulu dan cara dalam mendekati nasabah sesuai dengan keinginannya. Menjual adalah proses melibatkan nasabah secara emosional. Nasabah tidak akan menggunakan apabila produk yang dijual dan kepribadian pihak bank tidak mengena di hati nasabah. Sehingga bank syariah perlu memperhatikan *benevolence* melalui perhatian, keyakinan dan empati untuk terus menaikkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

4. Pengaruh persepsi masyarakat terhadap *Integrity* (X4) dari bank syariah terhadap kepercayaan masyarakat (Y) pada Bank Syariah Indonesia

Integritas terkait bagaimana sikap perusahaan untuk mengoperasikan bisnisnya. Dimana informasi yang telah diberikan kepada nasabah apakah telah cocok atau selaras dengan fakta dilapangan. Kualitas produk yang dijual bisa dipercaya atau tidak.⁷⁸ Apabila nasabah memiliki kepercayaan terhadap perilaku atau integritas Bank Syariah Indonesia dalam menjalankan usahanya. Maka nasabah akan lebih percaya lagi untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia lebih lanjut.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada variabel *Integrity* diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,746 > 1,987$) serta nilai sig. untuk sebesar $0,007 < 0,05$. Maksudnya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *integrity* terhadap kepercayaan masyarakat. Hasil dari

⁷⁸ Indirasari Cynthia Setyoparwati, "Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, *Integrity* terhadap Partisipasi *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen *E-Commerce* di Indonesia)," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, No. 2 (November, 2019):170.

analisis ini yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya *integrity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Davis Wong, 2019) yang meneliti tentang “Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap *Trust* serta implikasinya terhadap Partisipasi pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM” dengan hasil penelitian bahwa *integrity* mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan (*trust*) konsumen *e-commerce* yang terdapat di lingkungan UBM.⁷⁹ Dan juga penelitian yang dilakukan Masakazu dkk yang menunjukkan integritas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan para mahasiswa Universitas Terbuka.⁸⁰

Berdasarkan hasil penelitian maka disimpulkan bahwa semakin baik *integrity* suatu bank syariah maka makin meningkat pula kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia. Bank perlu memiliki perilaku dan kebiasaan yang baik untuk memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa informasi yang mereka berikan akurat dan dapat diandalkan dan bahwa produk mereka berkualitas baik dan karenanya dapat diandalkan. Kepercayaan datang dari integritas. Semakin baik tingkah laku dan kebiasaan bank saat menjalankan usahanya, maka nasabah akan semakin percaya. Untuk terus menumbuhkan kepercayaan masyarakat maka pihak bank syariah perlu meningkatkan *integrity*,

⁷⁹ David Wong, “Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap *Trust* serta implikasinya terhadap Partisipasi pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019): 155.

⁸⁰ Kadek Masakazu, T.M Kusuma, I Ketut Putu Suniantara, dan Gede Suwardika, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka dengan Trust sebagai Intervening,” *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, No. 10 (Maret, 2022): 1234.

hal ini dapat dilakukan melalui tanggung jawab, pemenuhan atau respon konsumen dan keterus-terangan.

5. Pengaruh persepsi masyarakat terhadap *Reliability* (X5) dari bank syariah terhadap kepercayaan masyarakat (Y) pada Bank Syariah Indonesia

Keandalan adalah kemampuan bank untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus memenuhi harapan nasabah yang artinya ketepatan waktu, layanan yang sama tanpa kesalahan kepada semua pelanggan, empati dan akurasi yang tinggi.⁸¹ Tuntutan keandalan pegawai untuk memberikan pelayanan yang cepat, akurat, mudah, lancar, disertai dengan penyediaan informasi yang jelas menjadi syarat bagi orang yang dilayani. Dengan memahami ruang lingkup dan uraian pekerjaan yang menjadi perhatian dan fokus setiap pegawai dalam memberi pelayanannya. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa, yang artinya bahwa pegawai mampu memberikan pelayanan dengan baik seperti pegawai siap setiap saat ketika pelanggan membutuhkan pelayanan dari pegawai.⁸²

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, variabel *Reliability* menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,567 > 1,986$) serta nilai sig. sebesar $0,001 < 0,05$. Maksudnya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *reliability* terhadap kepercayaan masyarakat. Hasil dari analisis ini yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya *reliability* berpengaruh positif dan

⁸¹Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 174.

⁸²Nur Dwi Jayanti, "Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) di Legend Premium Coffe Yogyakarta," *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta* (2016): 20.

signifikan terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan (Eko Saputra, Zulkarnain dan Samsir, 2018) yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah KUR Mikro Bank BRI Kota Dumai” dengan hasil penelitian bahwa kualitas sebuah jasa dimana terdiri atas (tangible, reliability, responsiveness, assurance serta empathy) memiliki pengaruh terhadap kepercayaan nasabah.⁸³

Sehingga dapat disimpulkan ketika *reliability* terus ditingkatkan maka hal ini dapat pula meningkatkan kepercayaan masyarakat Kota Palopo pada Bank Syariah Indonesia. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa keandalan penyedia layanan, yang dinyatakan dalam bentuk kecermatan, standar layanan, keterampilan pegawai dan kepercayaan pada keahlian pelayanan nasabah akan dipertimbangkan dalam membentuk kepercayaan masyarakat. Untuk meningkatkan keandalan bank syariah dapat dilakukan dengan memberikan kenyamanan dalam ruangan dan kecepatan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai bank.

⁸³ Eko Saputra, Zulkarnain dan Samsir, “Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah KUR Mikro Bank BRI Kota Dumai,” *Jurnal Ekonomi* 26, No. 2 (Juni, 2018): 15.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi masyarakat terhadap *merger* bank syariah tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.
2. Persepsi masyarakat terhadap *ability* dari bank syariah tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.
3. Persepsi masyarakat terhadap *benevolence* dari bank syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.
4. Persepsi masyarakat terhadap *integrity* dari bank syariah berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.
5. Persepsi masyarakat terhadap *reliability* dari bank syariah memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia Kota Palopo.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa saran yang akan penulis berikan untuk penelitian selanjutnya maupun bagi pihak terkait dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi pihak perbankan syariah diharapkan untuk memperluas atau memperbanyak cabang Bank Syariah Indonesia agar masyarakat baik calon nasabah maupun masyarakat yang sudah menjadi nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi dan kegiatan menabung.
2. Diharapkan Bank Syariah Indonesia Kota Palopo terus meningkatkan kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia melalui *benevolence*, *integrity* dan *reliability*.
3. Peneliti selanjutnya yang akan mengkaji topik yang sama dengan penelitian ini, diharapkan dapat menyempurnakan penelitian dengan menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk mengkaji lebih dalam terkait variabel merger yang masih tergolong baru untuk mengetahui peningkatan atau perubahan pada kepercayaan masyarakat yang disebabkan oleh mergernya bank syariah.
5. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan revisi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsan, Fuad, "Analisis Pengaruh Merger dan Akuisis terhadap *Return Saham* dan Volume Perdagangan Saham pada Perusahaan *Go Public* BEI," *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar* (2016).
- Amalia, Neli Muna, Sucihatningsih DWP, dan Jarot Tri Bowo Santoso, "Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan BUMDes," *Business and Accounting Education Journal* 1, No. 2 (2020).
- Atikah, Ika, Maemunah, dan Fuad Zainuddin, "Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya dalam Stabilitas Perekonomian Negara," *Jurnal Sosial & Budaya Syar'i* 8, No. 2 (2021).
- Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press, 2016.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Halim Publishing dan Distributing, 2014.
- Eduwar, "Potensi Kebaikan dan Keburukan pada Manusia dalam Al-Quran dan Hadis," *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh* (2018).
- Fatinah, Anis, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto, "Analisis Kinerja Keuangan, Dampak *Merger* 3 Bank Syariah BUMN dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Pengembangan Ekonomi Nasional," *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)* 34, No. 1 (Juni, 2021).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8 Cet. 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Gunarso, Lidya, Jeremy Andrianto dan Sabrina O. Sihombing, "Keterhubungan antara Kemampuan, Kebajikan (benevolence), dan Integritas Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Pelanggan: Studi Empiris pada Tokopedia," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 4, No. 2 (Oktober, 2020).
- Hidayat, Manarul, "Konsep Amanah Perspektif Al Quran," *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten* (2015).

- Hitt, Michael A, R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson. *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi; Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Jayanti, Nur Dwi, “Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*) di Legend Premium Coffe Yogyakarta,” *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta* (2016).
- Juliandi, Azwar dan Irfan. *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Media Perintis, 2013.
- Khotimah, Khusnul, “Pengaruh Penerapan Daya Tanggap, Jaminan dan Integritas Costumer Service terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung),” *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan* (2021).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kreitner, R. dan A. Kinicki. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Lase, Pratamireza Putri, “Pengaruh Integritas dan Profesionalisme Kerja terhadap Kualitas Pelayanan Publik,” *JESS (Journal of Education on Social Science)* 5, No. 2 (2021).
- Mahfudzi, “Integritas Intelektual Menurut Al-Quran,” *Jurnal Ilmu Al-Quran dan Tafsir* 2, No. 1 (2019).
- Masakazu, Kadek, T.M Kusuma, I Ketut Putu Suniantara, dan Gede Suwardika, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka dengan Trust sebagai Intervening,” *Journal of Innovation Research and Knowledge* 1, No. 10 (Maret, 2022).
- Mayer, R.C, J. H. Davis, dan F. D. Schoorman dalam David Wong, “Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity terhadap Trust, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce di UBM,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019).
- Moin, Abdul. *Merger, Akuisisi & Divestasi*. Edisi 2. Yogyakarta: Ekonisia, 2010.
- Mowen, John C. dan M. Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.

- Namira, Annisa, "Fenomena Menyebut Kebaikan Menurut Tinjauan Al-Quran dan Relevansinya dalam Bersosial Media," *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* (2021).
- Novaldi, David, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto dan Lita Monalysa, "Analisis Kondisi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Akibat Merger Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, No. 3 (2021).
- Novinda, Karin, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan (*Trust*) terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*," *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* (2011).
- Nurpitasari, "Pengaruh Kemampuan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai di BPR Syariah Al Maburr Ponorogo," *Skripsi IAIN Ponorogo* (2018).
- Pelin, Binti Mas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2," *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh* (2022).
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- Prihartono, Agus, "Pengaturan Penggabungan Usaha (*Merger*) Bank Sebagai Upaya Peningkatan Kesehatan Bank di Indonesia dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Nasional," *Jurnal Aktualita* 1, No. 1 (Juni, 2018).
- Ramadan, Muhammad Rauuf, "Merger Bank Syariah dan Pengembangan UMKM di Indonesia," *Jurnal Syntax Transformation* 2, No. 6 (Juni, 2021).
- Robbins, Stephen P. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontrversi*. Jakarta: Prehallindo, 2001.
- Romadhon, Bagus dan Sutantri, "Korelasi Merger Tiga Bank Syariah dan Kesadaran Masyarakat terhadap Produk Perbankan Syariah," *Jurnal At-Tamwil* 3, No. 1 (Maret, 2021).
- Saputra, Eko, Zulkarnain dan Samsir, "Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah KUR Mikro Bank BRI Kota Dumai," *Jurnal Ekonomi* 26, No. 2 (Juni, 2018).
- Saskiarini, Hikma, "Analisis Kualitas Pelayanan Mengenai Tingkat Kepuasan Pelanggan Servis Mobil pada PT. Toyota Nasmoco Cabang Gombel," *Skripsi Universitas Negeri Semarang* (2020).

- Sauri, Supian, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah AlKamil Jawa Timur," *Tesis Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* (2017).
- Setyoparwati, Indirasari Cynthia, "Pengaruh *Ability, Benevolence, Integrity* terhadap Partisipasi *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen *E-Commerce* di Indonesia)," *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, No. 2 (November, 2019).
- Siregar, Syofian. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Tim Penyusun. *Kamus Bahasa Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Tyo, Arif Rachman, "Hubungan Kebaikan Hati (*Benevolence*) terhadap Kepercayaan Peserta Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra pada Penggunaan Produk Mitra Iqro Plus," *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (2019).
- Wahyuningsih, Hikmah, "Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah, Kualitas Layanan, dan Brand Image Produk Syariah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Yogyakarta," *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* (2021).
- Wong, David, "Pengaruh *Ability, Benevolence* dan *Integrity* terhadap *Trust*, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* 2, No. 2 (Juni, 2019).
- Zarul, "Pengembangan Bank Lokal dengan Merger dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Rakyat," *Disertasi Universitas Kristen Satya Wacana* (2012).
- Zulfikar. *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Kuesioner Penelitian
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Keputusan (SK)
6. Halaman Persetujuan Tim Penguji
7. Nota Dinas Tim Penguji
8. Hasil Cek Plagiasi
9. Dokumentasi Penelitian
10. Riwayat Hidup



KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Masyarakat Kota Palopo

Assalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Nama : Nurul Firdayanti
NIM : 16 0402 0002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
PerguruanTinggi : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Merger, Ability, Benevolence, Integrity dan Reliability terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia**”. Kali ini saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuisisioner berikut dengan memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

I. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Sebelum mengisi kuisisioner ini mohon Saudara/i membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda *check list* (✓) pada salah satu pilihan yang sesuai dengan situasi anda yang sebenarnya. Dengan skala penilaian sebagai berikut:
SS = Sangat Setuju; (5)
S = Setuju; (4)
KS = Kurang Setuju; (3)
TS = Tidak Setuju; (2)
STS = Sangat Tidak Setuju (1)
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternative jawaban.

4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beritanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang lewat.
6. Anda dapat bertanya langsung dengan penelitian jika mengalami kesulitan dalam mengisi kuisisioner ini

II. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia : < 20 Tahun 41 - 50 Tahun
 20 - 30 Tahun > 50 Tahun
 30 - 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : SD S1
 SMP/MTs S2/S3
 SMA/SMK/MAN
- e. Pendapatan Perbulan : < Rp. 1.000.000,-
 Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-
 Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-
 Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 7.000.000,-
 > Rp. 7.000.000,-

III. Daftar Pertanyaan / Pernyataan

A. MERGER (PENGABUNGAN)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
PRODUK YANG INOVATIF						
1	Produk yang bervariasi dan inovatif membuat nasabah memilih bertransaksi di Bank Syariah Indonesia					
2	Bank Syariah Indonesia mampu mencapai daya saing yang sustainable (berkelanjutan)					
JARINGAN YANG LUAS						
3	Penggabungan bank syariah membuat jaringan kantor tersebar luas dan mudah dijangkau, sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi					
PERMODALAN YANG KUAT						
4	Penggabungan bank syariah membuat aset dan modal bank syariah menjadi besar sehingga membuat nasabah yakin untuk bertransaksi di Bank Syariah Indonesia					
PELAYANAN KEPADA MASYARAKAT						
5	Kepentingan dari nasabah lebih diutamakan					
6	Karyawan bank tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					
7	Karyawan bersikap ramah dan sopan saat menyambut nasabah					
8	Karyawan yang handal dan berkompeten dalam pelayanan membuat nasabah tidak ragu bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia					

B. ABILITY (KEMAMPUAN)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
KOMPETENSI						
1	Bank Syariah Indonesia memiliki kemampuan untuk menyediakan produk yang berkualitas bagi nasabah					
2	<i>Costumer service</i> Bank Syariah Indonesia memberikan informasi yang nasabah butuhkan dengan jelas					
3	Manajer Bank Syariah Indonesia tanggap dalam penyelesaian masalah pembiayaan dengan nasabah					
PENGETAHUAN LUAS						
4	Menurut saya transaksi di Bank Syariah Indonesia tidak ada unsur riba (bunga), maysir (perjudian) dan gharar (ketidakpastian)					
5	Menurut saya pembagian keuntungan di Bank Syariah Indonesia sudah berdasarkan sistem bagi hasil (nisbah)					

C. BENEVOLENCE (KEBAIKAN HATI)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
PERHATIAN						
1	Bank Syariah Indonesia memiliki perhatian untuk memberikan keuntungan bagi nasabahnya					
2	Bank Syariah Indonesia memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya					
KEYAKINAN						
3	Saya yakin menggunakan produk Bank Syariah Indonesia karena operasional bank telah sesuai dengan hukum islam					
4	Saya bersedia merekomendasikan Bank Syariah Indonesia kepada orang lain karena					

	kinerja pegawai sangat baik dan memuaskan					
EMPATI						
5	Karyawan bersikap simpatik dalam menghadapi masalah atau komplain nasabah dalam hal transaksi perbankan					
6	Pegawai bank selalu bersikap sabar dan lemah lembut dalam menanggapi keluhan nasabah					

D. INTEGRITY (INTEGRITAS)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
TANGGUNG JAWAB						
1	Karyawan selalu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah nasabah					
2	Bank syariah selalu memberikan atau menyempatkan waktu bila ada keluhan dari nasabah dan selalu berusaha memperbaikinya					
PEMENUHAN						
3	Layanan ATM sudah memuaskan untuk transaksi perbankan nasabah					
4	Bank Syariah Indonesia memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah					
KETERUS-TERANGAN						
5	Karyawan jujur dalam memberikan pelayanan					
6	Karyawan Bank Syariah Indonesia selalu bersikap terbuka kepada nasabah apabila terjadi kesalahan pada produk yang digunakan					

E. RELIABILITY (KEANDALAN)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
KENYAMANAN RUANGAN						
1	Kebersihan ruangan pada Bank Syariah Indonesia membuat nasabah nyaman saat berada di bank					

2	Fasilitas yang dimiliki Bank Syariah Indonesia membuat nasabah nyaman saat berkunjung ke bank					
KECEPATAN PELAYANAN						
3	Karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan pelayanan yang cepat tanpa membuat nasabah menunggu lama					
4	Respon manajer Bank Syariah Indonesia dalam pengambilan keputusan dinilai tepat dan cepat					

F. KEPERCAYAAN

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
KEMAMPUAN						
1	Karyawan Bank Syariah Indonesia memiliki pengetahuan yang baik terhadap jenis layanan dan produk perbankan					
2	Pihak bank mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk atau layanan					
KEBAIKAN HATI						
3	Bank Syariah Indonesia memberikan tenggang waktu kepada nasabah yang masih memiliki tanggungan pinjaman					
4	Bank Syariah Indonesia dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang status social					
KOMPETENSI						
5	Karyawan bank bekerja dengan teliti dan akurat dalam melayani transaksi perbankan					
6	Karyawan bank syariah selalu memberi informasi dengan komunikasi yang baik kepada nasabah					

~ TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA ~

HASIL KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *MERGER*, *ABILITY*, *BENEVOLENCE*, *INTEGRITY* DAN *RELIABILITY* TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Responden	Merger (X1)								X1	Ability (X2)					X2
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	
1	4	3	3	4	3	4	4	4	29	4	5	4	4	3	20
2	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	5	5	3	3	3	29	4	4	3	4	4	19
4	5	4	4	4	5	4	5	4	35	4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19
6	4	4	2	5	3	3	5	5	31	4	4	4	5	3	20
7	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	3	4	4	4	19
8	4	5	4	5	4	5	5	5	37	5	5	4	5	5	24
9	3	4	3	4	4	5	5	5	33	4	3	3	5	3	18
10	4	5	5	4	4	5	5	4	36	4	5	4	4	5	22
11	4	5	2	5	5	5	5	4	35	5	3	5	5	5	23
12	4	4	4	3	4	3	3	4	29	3	3	4	3	3	16
13	5	5	2	5	5	5	5	5	37	5	4	4	5	3	21
14	4	4	2	4	4	4	4	5	31	5	4	4	4	4	21
15	4	2	2	3	3	4	4	4	26	4	4	3	3	3	17
16	5	4	2	3	4	5	5	4	32	4	5	4	3	3	19
17	2	5	5	5	2	5	5	5	34	5	5	5	5	5	25
18	3	4	3	4	4	4	4	3	29	4	4	4	4	3	19
19	4	4	3	4	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20
22	5	4	3	4	4	3	5	4	32	4	4	5	4	3	20
23	4	4	3	4	2	4	4	4	29	4	4	4	4	2	18
24	5	5	3	5	4	5	5	4	36	4	5	5	4	4	22
25	4	4	5	5	4	4	5	5	36	5	5	4	3	4	21
26	4	5	4	5	5	4	4	5	36	4	5	4	4	5	22
27	5	4	3	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	20
28	4	4	2	5	5	4	4	4	32	5	5	5	5	5	25
29	5	4	2	4	3	4	4	4	30	4	5	4	4	3	20
30	2	4	4	3	3	2	4	5	27	5	4	4	2	3	18
31	5	4	2	5	4	4	4	4	32	5	5	4	5	5	24
32	5	4	2	3	3	4	4	4	29	4	3	4	5	3	19

33	5	3	1	4	3	5	3	4	28	4	5	5	4	5	23
34	5	4	3	4	3	4	4	5	32	3	4	4	3	3	17
35	4	4	3	4	5	3	4	4	31	4	3	3	3	4	17
36	4	4	2	3	3	3	4	5	28	5	5	4	4	3	21
37	3	4	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	5	21
38	4	4	2	3	3	3	4	4	27	4	4	4	4	4	20
39	4	3	3	3	3	3	4	4	27	4	4	4	4	3	19
40	3	3	3	3	3	3	4	4	26	3	4	3	3	3	16
41	4	5	5	4	4	5	5	5	37	4	5	5	4	4	22
42	4	4	2	3	3	4	4	4	28	4	4	4	4	3	19
43	4	4	2	3	4	3	4	4	28	4	3	4	4	3	18
44	4	5	2	3	4	3	4	4	29	4	3	4	4	3	18
45	4	4	3	3	3	3	4	3	27	3	3	5	4	3	18
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	3	18
47	4	4	2	3	3	3	4	4	27	4	4	5	4	3	20
48	4	4	3	3	3	3	4	3	27	4	4	4	4	3	19
49	4	5	2	3	3	4	4	4	29	4	4	5	4	3	20
50	4	3	3	3	3	3	4	4	27	3	3	4	4	3	17
51	4	4	2	3	4	4	4	4	29	4	4	4	4	3	19
52	5	5	2	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19
53	4	3	3	3	3	3	4	4	27	3	3	4	4	3	17
54	4	3	3	4	4	4	3	4	29	3	3	3	3	3	15
55	5	5	5	5	5	5	3	4	37	5	4	5	3	3	20
56	5	4	4	4	4	4	4	5	34	5	5	5	3	4	22
57	5	3	3	3	3	3	5	5	30	3	4	5	4	4	20
58	5	5	4	5	4	4	5	4	36	4	5	4	5	5	23
59	4	5	4	5	4	4	4	5	35	4	5	4	5	5	23
60	5	3	2	3	3	4	4	5	29	4	3	4	4	2	17
61	4	4	5	4	5	4	4	5	35	4	5	4	4	5	22
62	5	4	5	5	4	4	4	4	35	4	4	5	5	4	22
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
64	5	4	2	4	4	4	4	5	32	4	4	4	4	3	19
65	5	4	3	5	5	5	5	5	37	4	4	5	5	3	21
66	5	5	2	3	4	4	4	4	31	4	4	5	3	3	19
67	5	4	3	3	3	3	4	4	29	4	4	5	4	4	21
68	4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	3	19
69	4	4	3	4	4	4	5	4	32	4	4	5	4	4	21
70	4	4	3	3	3	3	4	4	28	4	4	4	4	4	20
71	5	5	2	4	5	5	4	4	34	5	5	5	4	3	22
72	4	4	2	3	4	4	4	4	29	4	4	5	4	3	20

73	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	5	4	3	20
74	4	3	3	3	3	3	4	4	27	4	4	4	4	3	19
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
76	5	4	3	3	3	3	4	3	28	3	4	5	4	3	19
77	5	4	3	4	4	4	4	5	33	5	4	4	4	4	21
78	5	5	3	5	4	4	5	4	35	5	4	5	5	4	23
79	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19
80	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19
81	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19
82	5	5	3	5	5	5	5	5	38	4	4	5	5	4	22
83	5	4	2	5	4	5	5	5	35	4	5	4	5	4	22
84	4	5	5	3	3	4	5	4	33	4	5	4	5	5	23
85	5	4	3	3	3	4	3	4	29	3	3	4	4	4	18
86	3	5	4	4	4	4	4	5	33	5	5	5	4	4	23
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	4	22
88	4	4	2	4	4	4	5	4	31	4	4	4	4	4	20
89	4	5	2	4	4	4	4	4	31	4	4	4	5	4	21
90	5	4	3	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	19
91	5	4	2	5	5	4	4	4	33	4	4	5	5	3	21
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
93	4	4	2	3	4	4	4	3	28	4	4	4	3	3	18
94	5	5	2	3	5	3	4	3	30	3	3	4	4	3	17
95	4	3	3	3	3	3	4	3	26	3	3	4	4	3	17
96	4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	3	19
97	3	5	4	4	4	4	4	5	33	5	5	5	4	4	23
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	5	4	22
99	4	4	2	4	4	4	5	4	31	4	4	4	4	4	20
100	4	5	2	4	4	4	4	4	31	4	4	4	5	4	21

Responden	Benevolence (X3)						X3	Integrity (X4)						X4
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	
1	4	3	3	1	2	5	18	4	5	4	4	4	3	24
2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	23
3	4	4	5	5	4	5	27	3	3	4	4	3	3	20
4	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	4	3	3	4	21	4	4	4	3	4	3	22
6	5	4	5	1	3	4	22	4	4	4	4	4	3	23
7	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	4	3	4	21
8	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	4	5	29

9	4	3	4	5	4	4	24	4	4	5	3	4	3	23
10	4	4	3	5	4	4	24	3	4	3	3	2	4	19
11	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
12	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	3	3	18
13	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	5	4	28
14	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	5	4	4	4	25	3	3	3	4	4	2	19
16	3	4	5	4	3	5	24	4	5	4	4	4	3	24
17	5	5	2	3	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
18	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	23
19	5	5	4	5	4	4	27	5	4	4	4	4	4	25
20	3	3	5	5	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30
21	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	3	23
22	4	5	3	3	4	3	22	3	4	5	5	5	3	25
23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	23
24	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	5	5	4	27
25	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	5	4	2	25
26	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	5	4	28
27	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	30
28	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	5	28
29	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	4	2	23
30	1	1	1	1	2	3	9	5	4	4	1	5	5	24
31	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	5	25
32	3	3	3	2	4	3	18	4	4	3	3	4	3	21
33	5	4	1	5	3	5	23	5	5	5	5	5	4	29
34	4	3	3	4	3	3	20	5	4	4	4	4	3	24
35	3	4	3	4	3	4	21	4	5	4	5	3	4	25
36	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	5	3	24
37	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
39	4	3	4	4	3	3	21	4	4	3	4	4	4	23
40	3	3	3	4	3	3	19	4	4	3	4	4	4	23
41	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	5	25
42	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	3	4	3	3	21	4	5	4	5	4	4	26
45	4	3	3	4	3	4	21	5	5	5	5	4	4	28
46	5	4	4	4	3	5	25	5	4	5	5	4	5	28
47	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	5	27
48	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	5	26
52	4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25
53	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
54	4	3	3	3	3	4	20	4	4	3	3	3	3	20
55	5	3	5	4	4	4	25	5	5	4	3	4	4	25
56	3	5	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
57	5	4	4	4	3	4	24	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	4	4	4	27	4	5	4	4	4	4	25
59	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	5	4	5	27
60	5	2	4	2	4	5	22	4	4	5	4	4	2	23
61	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	5	4	5	26
62	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	5	28
63	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
65	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	3	27
66	4	4	4	5	4	4	25	5	5	5	5	5	5	30
67	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	5	5	28
68	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30
70	4	3	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
71	5	4	4	5	4	5	27	5	5	5	5	4	5	29
72	4	4	4	5	3	4	24	5	5	4	5	4	5	28
73	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25
74	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	3	4	4	5	24	4	4	4	5	4	4	25
76	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	5	4	4	25
77	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
78	5	5	5	4	4	5	28	5	5	3	4	4	5	26
79	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
80	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
81	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	5	3	5	25	5	5	4	5	5	3	27
83	5	5	4	4	4	5	27	5	5	4	5	4	4	27
84	4	4	5	5	3	5	26	5	4	5	5	3	4	26
85	4	5	3	4	3	4	23	4	5	4	4	3	3	23
86	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	5	27
88	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	5	27

89	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
91	5	4	3	4	4	4	24	4	5	3	5	4	5	26
92	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	5	26
95	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24
96	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
98	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	5	27
99	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	5	27
100	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

Responden	Reliability (X5)				X5	Kepercayaan (Y)						Y
	1	2	3	4		1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	4	19	4	3	4	3	5	5	24
2	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	3	14	3	3	3	4	4	3	20
4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25
5	3	3	4	3	13	3	3	4	4	4	3	21
6	5	5	5	3	18	3	2	4	5	4	5	23
7	4	4	4	4	16	3	4	3	3	3	3	19
8	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	5	28
9	5	4	4	3	16	4	3	4	4	4	5	24
10	4	4	5	4	17	4	3	5	3	5	4	24
11	5	5	5	3	18	4	5	5	5	5	4	28
12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
13	5	4	4	4	17	5	4	4	3	4	3	23
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	4	23
16	5	5	5	4	19	3	3	4	5	4	4	23
17	3	5	4	5	17	4	5	5	5	3	5	27
18	5	5	5	3	18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	4	4	4	17	4	5	4	5	4	4	26
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	2	5	27
21	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
22	5	3	4	5	17	2	4	5	3	2	4	20
23	5	4	4	2	15	3	3	4	4	4	4	22
24	4	4	4	4	16	4	4	5	4	5	5	27

25	5	4	5	4	18	4	4	5	4	4	3	24
26	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	4	25
27	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27
28	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	5	25
29	5	5	4	5	19	3	3	5	4	4	2	21
30	4	4	3	5	16	5	4	4	3	3	2	21
31	4	4	4	4	16	4	4	5	4	5	5	27
32	3	4	3	5	15	3	3	3	3	3	3	18
33	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	4	28
34	3	4	4	3	14	3	4	3	3	3	3	19
35	5	4	4	4	17	4	5	4	5	4	4	26
36	5	5	4	4	18	3	3	4	4	5	5	24
37	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
39	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	4	20
40	4	4	4	4	16	3	3	4	3	4	4	21
41	5	5	5	3	18	5	4	4	4	4	5	26
42	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	4	22
43	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	4	20
44	5	5	4	4	18	4	3	3	3	4	4	21
45	5	5	5	5	20	3	3	4	3	4	5	22
46	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25
47	5	5	5	5	20	3	4	4	4	4	5	24
48	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
49	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
51	5	5	5	5	20	4	3	4	4	4	4	23
52	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	23
54	4	4	4	3	15	4	4	3	3	3	4	21
55	5	5	5	3	18	5	3	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	25
57	5	5	5	5	20	3	3	4	4	4	5	23
58	4	5	5	4	18	4	5	5	4	5	5	28
59	4	4	4	5	17	5	4	4	4	4	4	25
60	4	4	4	4	16	3	4	5	3	5	5	25
61	5	4	4	5	18	5	5	4	4	5	4	27
62	4	4	5	4	17	5	4	5	4	4	4	26
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24

65	5	5	5	3	18	3	3	5	3	5	5	24
66	5	5	5	5	20	3	4	5	5	4	5	26
67	4	4	4	5	17	3	3	3	4	4	5	22
68	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	23
69	5	5	4	5	19	4	3	5	5	5	4	26
70	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
71	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28
72	5	5	4	5	19	4	3	4	4	4	4	23
73	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	4	19	3	3	4	4	4	4	22
77	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	26
78	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	3	27
79	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
81	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	3	18	5	3	5	3	5	5	26
83	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	5	26
84	5	4	5	4	18	4	3	5	3	4	4	23
85	5	5	5	4	19	4	4	3	4	4	5	24
86	4	5	5	5	19	4	4	5	4	4	5	26
87	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	20	4	2	5	5	5	5	26
89	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	3	23
90	5	4	4	4	17	4	3	4	3	4	4	22
91	4	4	4	4	16	4	3	4	3	3	3	20
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
93	5	4	4	4	17	4	3	3	4	4	3	21
94	5	4	5	4	18	4	3	3	4	5	3	22
95	4	4	4	4	16	3	3	3	4	4	3	20
96	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	3	22
97	4	5	5	5	19	4	4	5	4	4	5	26
98	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	5	30
99	5	5	5	5	20	4	2	5	5	5	5	26
100	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	3	23

	Sig. (2-tailed)	.625	.093	.234	.209	.803	.268	.009		.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.373*	.767**	.371*	.554**	.512**	.672**	.710*	.472*	1
	Sig. (2-tailed)	.042	.000	.044	.002	.004	.000	.000	.008	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Ability (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.306	.387*	.279	.453*	.674**
	Sig. (2-tailed)		.101	.035	.135	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.306	1	.306	.020	.333	.572**
	Sig. (2-tailed)	.101		.100	.916	.072	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.387*	.306	1	.307	.418*	.678**
	Sig. (2-tailed)	.035	.100		.099	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.279	.020	.307	1	.408*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.135	.916	.099		.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.453*	.333	.418*	.408*	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.012	.072	.022	.025		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.674**	.572**	.678**	.628**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variabel Benevolence (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.726**	.419*	.308	.497**	.451*	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.098	.005	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.726**	1	.352	.409*	.534**	.294	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.056	.025	.002	.114	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.419*	.352	1	.518**	.377*	.447*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.021	.056		.003	.040	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.308	.409*	.518**	1	.640**	.319	.774**
	Sig. (2-tailed)	.098	.025	.003		.000	.086	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.497**	.534**	.377*	.640**	1	.329	.780**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.040	.000		.076	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.451*	.294	.447*	.319	.329	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.012	.114	.013	.086	.076		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.750**	.744**	.720**	.774**	.780**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Variabel Integrity (X4)

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.642**	.497**	.265	.672**	.657**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.157	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.642**	1	.701**	.441*	.601**	.451*	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.015	.000	.012	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.497**	.701**	1	.441*	.669**	.293	.775**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.015	.000	.116	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.265	.441*	.441*	1	.355	.113	.588**
	Sig. (2-tailed)	.157	.015	.015		.055	.554	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.672**	.601**	.669**	.355	1	.423*	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.055		.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.657**	.451*	.293	.113	.423*	1	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.116	.554	.020		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.824**	.834**	.775**	.588**	.812**	.681**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

e. Variabel Reliability (X5)

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	.502**	.577**	.115	.738**
	Sig. (2-tailed)		.005	.001	.544	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	.502**	1	.588**	.306	.820**
	Sig. (2-tailed)	.005		.001	.100	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	.577**	.588**	1	.085	.737**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.656	.000
	N	30	30	30	30	30
X5.4	Pearson Correlation	.115	.306	.085	1	.584**
	Sig. (2-tailed)	.544	.100	.656		.001

	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.738**	.820**	.737**	.584**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

f. Variabel Kepercayaan (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.521**	.264	.068	.202	.208	.634**
	Sig. (2-tailed)		.003	.159	.720	.284	.269	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.521**	1	.351	.268	-.199	.154	.565**
	Sig. (2-tailed)	.003		.057	.152	.292	.417	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.264	.351	1	.244	.096	.248	.581**
	Sig. (2-tailed)	.159	.057		.194	.615	.186	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.068	.268	.244	1	.120	.436*	.600**
	Sig. (2-tailed)	.720	.152	.194		.528	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.202	-.199	.096	.120	1	.229	.445*
	Sig. (2-tailed)	.284	.292	.615	.528		.224	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.208	.154	.248	.436*	.229	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.269	.417	.186	.016	.224		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.634**	.565**	.581**	.600**	.445*	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.014	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Merger (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.720	9

b. Variabel Ability (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.765	6

c. Variabel Benevolence (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.782	7

d. Variabel Integrity (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.785	7

e. Variabel Reliability (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.782	5

f. Variabel Kepercayaan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.731	7

SURAT IZIN PENELITIAN

  
1 2 0 2 2 1 8 0 0 9 0 3 2 6

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : J. K.H.M. Hasyim No 5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn. (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 326/PP/DPMPPTSP/IV/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyerahan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Penetapan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pimpinan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : NURUL FIRDAYANTI
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Andi Mappayompa Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 16 0402 0002

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH MARGER, ABILITY, BENEVOLENCE, INTEGRITY DAN RELIABILITY TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Lokasi Penelitian : BANK SYARIAH INDONESIA KCP PALOPO RATULANGI
Lamanya Penelitian : 06 April 2022 s.d 06 Juli 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaatl semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat istiadat setempat
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaatl ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal 07 April 2022
a n Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP


SUSIHA, SH
Pangkat : Penata Tk I
NIP 19720215 200604 2 016

Tembusan :

1. Kepala Badan Kepegawaian Palopo - Sul-Sel
2. Walikota Palopo
3. Sekretaris Palopo
4. Kepala Badan
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kepegawaian Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

SURAT KEPUTUSAN (SK)



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 165 TAHUN 2019
TENTANG

PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang** : a. Bahwa demi kelancaran proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata S1, maka dipandang perlu dibentuk Tim Pembimbing Penyusunan dan penulisan skripsi.
b. Bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Tim Dosen Pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo,
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo;

Memperhatikan : DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2019

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Pertama** : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas;
- Kedua** : Tugas Tim Dosen Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi adalah membimbing, mengarahkan, mengoreksi, serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang ditetapkan pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Ketiga** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2019
- Keempat** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 30 Oktober 2019

Rektor
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Ramhan

- Tembusan** :
1. Kabiro AUAK,
 2. Pertiagal,
 3. Mahasiswa yang bersangkutan

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 165 TAHUN 2019
TENTANG
PENGANGKATAN TIM DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI
MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Nurul Firdayanti
NIM : 16 0402 0002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Kepercayaan Menjadi Nasabah Bank BRI Syariah.**
- III. Tim Dosen Pembimbing :
- A. Pembimbing Utama (I) : Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M.
- B. Pembantu Pembimbing (II) : Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

Palopo, 30 Oktober 2019

a.n. Rektor
Mekran,

↓ Ramdan M



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 323 TAHUN 2022
TENTANG

**PENGGANGKATAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang** : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian seminar hasil dan ujian munaqasyah bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah;
- b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.
- Memperhatikan** : Penunjukan Penguji dari Ketua Prodi
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** : **KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**
- Pertama** : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.
- Kedua** : Tugas Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
- Ketiga** : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2022.
- Keempat** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 26 April 2022



Rektor
Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Peringgal

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NOMOR : 323 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Nurul Firdayanti
NIM : 16.0402.0002
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
- II. Judul Skripsi : **Pengaruh Merger, Ability, Benevolence, Integrity dan Reliability terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia.**
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
 - Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
 - Penguji Utama (I) : Ilham, S.Ag., M.A.
 - Pembantu Penguji (II) : Ishak, M.EI.

Palopo, 26 April 2022



Rektor
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

[Handwritten Signature]
Kantah M

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Nurul Firdayanti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0002, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis, tanggal 22 September 2022 Miladiyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, SH., M.H

Ketua Sidang

()

tanggal:

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

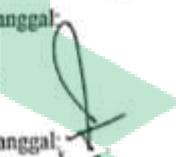
Sekretaris Sidang

()

tanggal:

3. Ilham, S.Ag., M.A.

Penguji I

()

tanggal:

4. Ishak, S.E.I., M.E.I.

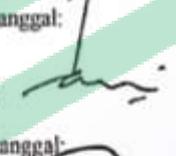
Penguji II

()

tanggal:

5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.

Pembimbing I

()

tanggal:

6. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy.,MA.EK.

Pembimbing II

()

tanggal:

Ilham, S.Ag., M.A.
Ishak, S. E.I., M.E.I.
Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.
Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy.,MA.Ek.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :-
Hal : Skripsi

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nurul Firdayanti
NIM : 16 0402 0002
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity* dan *Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia"

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

1. Ilham, S.Ag., M.A.
Penguji I
2. Ishak, S.E.I., M.E.I.
Penguji II
3. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.
Pembimbing I
4. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy.,MA.Ek.
Pembimbing II

(
Tanggal:

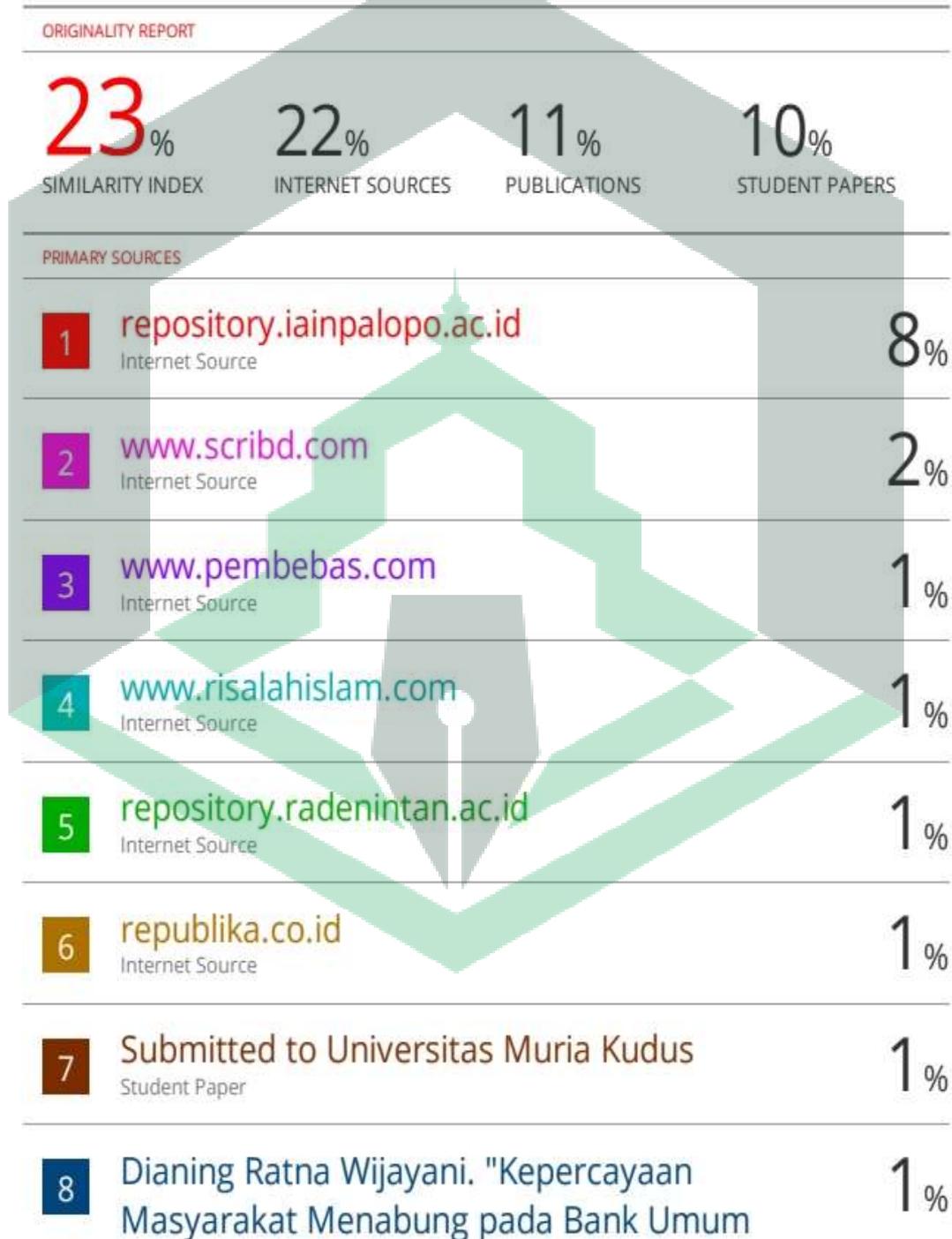
(
Tanggal:

(
Tanggal:

(
Tanggal:

HASIL CEK PLAGIASI

Pengaruh Merger, Ability, Benevolence, Integrity dan Reliability terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia



DOKUMENTASI PENELITIAN



RIWAYAT HIDUP



Nurul Firdayanti, lahir di Desa Dandang Kec. Sabbang Selatan Kab. Luwu Utara pada tanggal 17 Maret 1998.

Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Saldi. S dan ibu bernama Muliana. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Dandang, Kecamatan Sabbang Selatan, Kabupaten

Luwu Utara. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 008 Dandang, kemudian ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 1 Sabbang dan selesai pada tahun 2013, kemudian melanjutkan di SMK Negeri 1 Masamba, dengan mengambil jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) dan lulus di SMK di tahun 2016, penulis kemudian melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dan pada akhirnya penulis membuat tugas akhir skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul skripsi “**Pengaruh *Merger, Ability, Benevolence, Integrity dan Reliability* terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Bank Syariah Indonesia**”.

contact person penulis: nurul_firdayanti_mhs@iainpalopo.ac.id