

**LOYALITAS NASABAH PASCA MERGER
DI BSI KCP PONOROGO
COKROAMINOTO**

SKRIPSI



Oleh:

FIKA AULIA PRATIWI

NIM. 402180141

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2021**

P O N O R O G O

**LOYALITAS NASABAH PASCA MERGER
DI BSI KCP PONOROGO
COKROAMINOTO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Perbankan Syariah Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

FIKA AULIA PRATIWI

NIM. 402180141

Pembimbing:

RIDHO ROKAMAH, S. Ag., M.S.I.

NIP. 197412111999032002

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fika Aulia Pratiwi

NIM : 402180141

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

LOYALITAS NASABAH PASCA MERGER DI BSI KCP PONOROGO
COKROAMINOTO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 28 April 2022

Pembuat Pernyataan



Fika Aulia Pratiwi

NIM. 402180141

PONOROGO

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

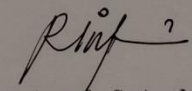
No	Nama	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Fika Aulia Pratiwi	402180141	Perbankan Syariah	Loyalitas Nasabah Pasca Merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 28 April 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

Menyetujui,

Ridho Rokamah, S. Ag, M. S. I.
NIP. 197412111999032002

P O N O R O G O

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jerangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Loyalitas Nasabah Pasca Merger Di BSI KCP Ponorogo

Cokroaminoto

Nama : Fika Aulia Pratiwi

NIM : 402180141

Jurusan : Perbankan Syariah

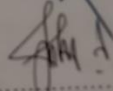
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

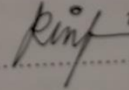
Ketua Sidang
Dr. Ely Masykuroh, S. E., M.S.I.
NIP. 197202111999032003

: 
(.....)


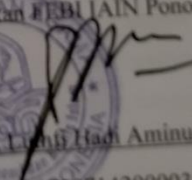
Penguji I
Yulia Anggraini, S.A.B., M.M.
NIDN. 2004078302

: 
(.....)

Penguji II
Ridho Rokamah, S. Ag., M.S.I.
NIP. 197412111999032002

: 
(.....)

Ponorogo
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

Surat Publikasi

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

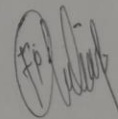
Nama : Fika Aulia Pratiwi
NIM : 402180141
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : **“Loyalitas Nasabah Pasca Merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto”**

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 13 Juni 2022

Penulis



Fika Aulia Pratiwi

PONOROGO

ABSTRAK

Pratiwi, Fika Aulia. *Loyalitas Nasabah Pasca Merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Skripsi. 2022. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ridho Rokamah, S. Ag, M.S.I.*

Kata Kunci: Loyalitas Nasabah, Merger, Bank Syariah.

Loyalitas secara harfiah berarti adanya kesetiaan atau setia terhadap suatu hal tanpa adanya paksaan maupun permintaan dari pihak lain. Faktor yang membentuk loyalitas diindikasikan berupa *Repeat Purchase* (pembelian kembali), *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh negatif), dan *referrals* (merefereasikan). BSI KCP Ponorogo merupakan daerah kota yang memiliki banyak nasabah sebelum adanya merger. Lokasi yang strategis kiranya cukup menjadi perhatian setelah melakukan merger. Akan tetapi pertama melakukan diskusi dengan salah satu nasabah beliau menyampaikan keresahannya mengenai beberapa fasilitas yang berbeda pasca merger.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas nasabah pasca merger BSI dan dampak loyalitas nasabah pada tingkat transaksi pasca merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis pendekatan penelitian lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada 10 informan dan observasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Penelitian dilakukan pada 10 nasabah yang sudah melakukan migrasi dan bertransaksi menggunakan BSI.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto baik. Hal ini ditunjukkan berdasarkan respon positif seluruh nasabah yang menjadi informan memiliki kesediaan melakukan beberapa indikator dari loyalitas. Sedangkan dampak loyalitas terhadap tingkat transaksi belum menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini diasumsikan peneliti disebabkan oleh jenis tabungan yang digunakan nasabah untuk tabungan bukan untuk transaksi sehari-hari.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah muncul pertama kali di Indonesia dengan wajah yang sangat mengagumkan. Tepatnya pada 1 November 1991 Bank Muamalat Indonesia (BMI) diresmikan sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip syariah. BMI mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992. Berbagai peraturan serta dukungan untuk menjaga dan melindungi perkembangan bank syariah serta operasionalnya.¹

Bangkitnya perkembangan perbankan syariah yang terus mengalami peningkatan memicu untuk munculnya bank-bank syariah swasta lain. Perkembangan tersebut tentunya dipengaruhi oleh proses pemasaran BMI yang mulai memperkenalkan diri sebagai bank syariah dengan prinsip tanpa riba ditengah masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim. Tentu hal yang menarik bagi masyarakat, selain dipicu oleh religiusitas, masyarakat akan merasakan pengalaman yang menarik dengan adanya bank syariah pertama. Ketertarikan tersebut tentunya membawa perkembangan bank syariah yang cukup pesat di Indonesia.

Singkatnya, kesempatan menarik tersebut dilirik oleh BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang kemudian secara perlahan ikut serta dalam perkembangan bank syariah. Usaha tersebut ditunjukkan dengan

¹ Fuad Rofi'udin, "Sejarah Perkembangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 1991-2002" *Skripsi*. (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), 14.

munculnya bank syariah yang dinaungi oleh BUMN seperti BSM (Bank Syariah Mandiri), BRIS (Bank Rakyat Indonesia Syariah), dan BNIS (Bank Negara Indonesia Syariah). Tepatnya pada tanggal 31 Juli 1999 PT Bank Mandiri melakukan konsolidasi sebagai bentuk respon dari pemberlakuan UU No. 10 Tahun 1998 tentang kesempatan bank umum untuk bertransaksi syariah. Sehingga PT Bank Susila Bakti yang semula konvensional berubah operasionalnya menjadi bank berprinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri.

Sedangkan berdirinya BRI Syariah bermula dari proses akuisisi Bank Rakyat Indonesia (BRI) terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007. Setelah mengurus segala kelengkapan mengenai proses akuisisi dan mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 maka BRI Syariah resmi beroperasi sebagai bank syariah pada tanggal 17 November 2008.² Sedangkan BRI Syariah di Ponorogo mulai beroperasi pada tahun 2013.³

Bank syariah selanjutnya yaitu Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah). BNI Syariah usai diberikan izin pada tanggal 21 Mei 2010 sehingga mulai beroperasi pada tanggal 19 Juni 2010.⁴ Namun, di Ponorogo sendiri belum terdapat gerai KCP (Kantor Cabang Pembantu)

² Rohayati, Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Impian Pada BSI Syariah Kantor Cabang Jombang. *Skripsi*. (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020). 2.

³ Suryani, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. *Skripsi*. (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019). 3.

⁴ Shafira Yassar Yafi, Strategi Pemasaran Produk Tabungan BNIiB Hasanah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. *Skripsi*. (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2020), 17-18.

BNI Syariah yang resmi. Sehingga belum banyak masyarakat yang tahu keberadaan BNI Syariah.

Baru-baru ini ketiga bank BUMN tersebut melakukan merger untuk meningkatkan aset serta memaksimalkan upaya pengembangan bank syariah. Hasil merger ketika bank tersebut menjadi satu bank kesatuan yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia). Bank syariah di Indonesia memilih untuk mempertahankan eksistensinya dengan melakukan gebrakan baru yang mengejutkan. Masyarakat dikejutkan dengan adanya keputusan perbankan syariah untuk melakukan merger.

Proses menggabungkan beberapa entitas menjadi satu kesatuan entitas pada bank syariah saat ini dikenal dengan istilah merger. Merger sendiri dapat diartikan sebagai serikat bisnis atau penggabungan beberapa entitas pilihan secara horizontal.⁵ Merger tentu menjadi hal yang perlu dipublikasi atau dikenalkan dan atau diinformasikan kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan apabila nasabah belum mengetahui hal tersebut dan atau belum diedukasi mengenai hal tersebut maka bisa membuat nasabah menjadi bingung. Pengetahuan merupakan suatu yang diperoleh dalam pengalaman dan membaca. Pengetahuan berbeda halnya dengan ilmu pengetahuan sebab ilmu pengetahuan ialah suatu pengetahuan yang diambil dalam bentuk keterangan (analisis). Contoh dengan membaca berita di media sosial, kita menjadi tahu tentang adanya suatu kejadian tertentu dalam suatu berita. Oleh sebab itu adanya pengetahuan dapat

⁵ Ika Atikah dkk, "Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya dalam Stabilitas Perekonomian Negara", *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I Sinta*, Vol. 8, No. 2, (2021), 517.

menjadikan diri kita memiliki ilmu dari sebelumnya tidak mengerti menjadi mengerti.⁶ Pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan nasabah.⁷ Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka dalam memandang bank syariah pastinya rendah pula.⁸

Penggabungan bank-bank tersebut diresmikan tepat pada 1 Februari 2021. Proses penggabungan bank atau yang lebih akrab disebut merger tersebut selain berdampak pada penggabungan perekonomian nasional diharapkan juga mampu memberikan dampak yang positif bagi masyarakat. Meski peresmian dilaksanakan di pusat pada tanggal 1 Februari 2021, namun Ibu Ella, selaku salah satu pegawai bank yang melakukan merger menyatakan bahwa edukasi kepada nasabah sudah dilakukan sebelum 1 Februari. Edukasi yang dilaksanakan sebelum 1 Februari mencakup pamflet dan penyampaian informasi merger kepada nasabah. Sedangkan untuk jadwal merger sendiri sudah ditentukan langsung oleh pihak pusat. Menurut beliau jadwal merger terkait operasional dan sebagainya di wilayah Kediri dilaksanakan pada 12 Juli

⁶ Vito Aurefanda, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry), 9.

⁷ Arief Firdy Firmansyah, "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah" *Jurnal Ekonomi Islam*, 3, (2019), 20.

⁸ Febrina Adellia, "Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Nasabah," *skripsi* (Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2018), 78.

2021. Sedangkan pada peresmian 1 Februari setiap cabang juga mengadakan perayaan peresmian sesuai anjuran dari pusat.⁹

Diharapkan keputusan merger tersebut dapat menjadi pilihan yang tepat. Utamanya juga memberikan manfaat yang maksimal bagi para nasabah. Diharapkan nantinya dengan adanya merger maka nasabah akan menjadi satu dalam entitas baru, yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia). Adanya entitas baru yang menaungi semua nasabah kiranya dapat memaksimalkan efisiensi pada layanan platform digital yang akan diperbaharui. Selain itu jangkauan layanan infrastruktur yang dimiliki oleh masing-masing bank akan lebih luas.¹⁰

Sebagaimana yang terlansir dalam laman web resmi BSI (Bank Syariah Indonesia) bahwasanya perbandingan antara populasi jumlah penduduk muslim di Indonesia dengan minat untuk bertransaksi dengan bank syariah masih rendah. Secara statistik, dari jumlah penduduk muslim Indonesia yang mencapai populasi lebih dari 200 juta jiwa atau sekitar 87,2% dari total populasi masyarakat di Indonesia namun pangsa pasar bank syariah masih tergolong kecil, karena masih dibawah 7%.¹¹

Sayangnya saat ini belum banyak nasabah yang mengetahui produk, proses serta pemakaian fasilitas yang ditawarkan setelah adanya merger BSI. Nasabah belum memiliki pengetahuan secara maksimal mengenai

⁹ Ella S (Pegawai bank Ex BRIS), *Wawancara*, 6 September 2021.

¹⁰ Nur Fitriatus Shalihah, "Merger 3 Bank Syariah BUMN, Bagaimana Dampaknya bagi nasabah?" dalam <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/13/192000665/merger-3-bank-syariah-bumn-bagaimana-dampaknya-bagi-nasabah-?page=all>, (diakses pada tanggal 14 Maret 2021, 15.30).

¹¹ www.bsi.co.id

dampak adanya merger ini bagi nasabah. Belum lagi beredar berita mengenai pemotongan saldo pasca merger BSI. Hal tersebut tentunya menjadi isu hangat bagi nasabah.

Pasca adanya merger, tentu hal lain seperti operasional bank dan beberapa SOP akan dijadikan satu komando sesuai peraturan yang telah dibuat. Diantaranya adalah ketentuan migrasi untuk seluruh nasabah yang sebelumnya merupakan nasabah dari BNI Syariah dan BRI Syariah. Proses migrasi ini tentunya menunjukkan bahwa ada perubahan dari beberapa fasilitas serta produk yang sebelumnya ada di bank ex legacy sebelum menjadi BSI.

Adanya perubahan operasional dan produk namun tetap memiliki kontinuitas transaksi pada produk tersebut sebagaimana teori loyalitas yang disampaikan oleh Kotler dan Keller. Gambaran takaran loyalitas menurut Kotler dan Keller point *purchase across product product and services line* yang digambarkan dalam suatu kondisi pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa yang sama diperusahaan yang sama.¹² Selain itu Kotler dan Keller juga menyampaikan mengenai indikator loyalitas, yaitu: a) *Repeat Purchase*, b) *Retention*, dan c) *Referalls* yang menjadi dasar penelitian ini. Sebagaimana pernyataan tersebut, kondisi merger yang memiliki perubahan baik secara produk maupun operasional dan tetap memiliki nasabah yang bertransaksi secara berkala meski sudah mengalami perubahan dari BRI Syariah ke BSI.

¹² Bimo Taufan, Edy Yulianto, dkk, "Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38, No.2, (2016), 48-49.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Agung, beliau menyatakan bahwa merger ini membuat beliau bingung dan resah jika nantinya ATM yang beliau miliki tidak bisa digunakan lagi melalui beberapa ATM. Terlebih saat ini belum terdapat ATM BSI yang resmi dibuka di Kabupaten Ponorogo. Berita yang beredar mengenai pemotongan saldo akibat pemindahan buku tabungan juga menjadi salah satu alasan.¹³ Keresahan tersebut beliau sampaikan saat bertemu dan berbincang dengan saya beberapa waktu lalu.

Berdasarkan pemaparan ketidaksesuaian teori loyalitas nasabah dan fakta yang disampaikan oleh Bapak Agung tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat masalah diatas dalam sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Loyalitas Nasabah Pasca Merger BSI di Kabupaten Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang tersebutkan diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana loyalitas nasabah terhadap BSI KCP Cokroaminoto Ponorogo pasca merger?
2. Bagaimana dampak loyalitas nasabah terhadap tingkat transaksi pasca merger di BSI KCP Cokroaminoto Ponorogo?

¹³ Agung Subiantoro, *Wawancara*, 2 September 2021.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk melakukan analisis terhadap loyalitas nasabah dalam situasi pasca merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.
2. Untuk menganalisis dampak loyalitas nasabah terhadap tingkat transaksi pasca merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih secara teoritis maupun konseptual dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang perbankan syariah yang berhubungan dengan praktik atau penerapan membangun loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai loyalitas nasabah pasca merger.
- b. Bagi pihak akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan, dan menambah kemudahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang perbankan syariah.

- c. Bagi pihak bank diharapkan mampu dijadikan evaluasi untuk mempertahankan loyalitas nasabah, mengingat pentingnya loyalitas bagi perusahaan
- d. Bagi nasabah diharapkan mampu memberikan pengetahuan usaha pihak bank untuk menjaga loyalitas nasabah.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu dalam penelitian ini berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil dari penelitian yang telah dibuat sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Pertama, jurnal penelitian yang ditulis oleh Imaduddin Murdifin dari Universitas Muslim Indonesia, Makassar yang dinaungi oleh *Equilibrium Celebes Journal*. Penelitian tersebut berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian di Kota Makassar”. Masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah faktor-faktor yang mendukung loyalitas nasabah bertransaksi di pegadaian serta strategi yang digunakan pegadaian untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian tersebut adalah citra, kepercayaan, dan pelayanan adalah variabel yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah di PT Pegadaian. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan peneliti kali ini adalah sama-sama menggunakan variabel untuk menguji suatu masalah. Sedangkan perbedaan tersebut dengan penelitian kali ini terletak pada fokus penelitian, dimana fokus penelitian

tersebut mengacu pada faktor yang mempengaruhi loyalitas, sedangkan penelitian kali ini mengacu pada kesediaan nasabah untuk loyal atau tidak pasca adanya merger bank.¹⁴

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Hairul Anwar dari Politeknik Negeri Banjarmasin yang dinaungi oleh Jurnal INTEKNA. Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Dimensi Brand Positioning dan Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah : Studi Empiris Tentang Penerapan Aplikasi Bank Tabungan Pensiunan Nasional Jenius”. Masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah sejauh apa *brand positioning* dan dimensi kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah setelah dilakukan pengujian. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama menguji variabel loyalitas. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah penelitian tersebut menguji loyalitas nasabah jika dipengaruhi oleh *brand positioning* dan dimensi kualitas layanan, sedangkan peneliti menggunakan loyalitas sebagai variabel yang tidak dikenai maupun terkena pengaruh lain.¹⁵

Ketiga, penelitian yang ditulis oleh Nur Laely yang dinaungi oleh jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen JMM17, dari Universitas Kediri. Penelitian tersebut berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel

¹⁴ Imadudin Murdifi, “Analisis, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian di Kota Makassar”. *Equilibrium Journal Celebes*, Vol. 2, No.1, (2021), 35.

¹⁵ Hairul Anwar, “Pengaruh Dimensi Brand Positioning dan Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah: Studi Empiris Tentang Penerapan Aplikasi Bank Tabungan Pensiunan Nasional Jenius”. *Jurnal INTKNA*, Vol. 21, No. 1, 2021.

di Kota Kediri”. Masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah mengenai kepercayaan dan harga suatu produk/jasa yang ditawarkan oleh PT Telkomsel untuk mempengaruhi loyalitas konsumen. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama menguji loyalitas untuk suatu situasi tertentu. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti terletak pada variabel yang mengenai loyalitas, dimana dalam penelitian tersebut loyalitas diuji dengan pengaruh kepercayaan dan harga, sedangkan loyalitas pada peneliti akan diuji pada suatu kondisi sosial.¹⁶

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Unggul Raga Tua Sinaga, Gusti Noorlitaria Achmad, dan Jusuf Kuleh yang dinaungi oleh Jurnal Ilmiah Indonesia Syntax Literate. Penelitian tersebut berjudul “ Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Konvensional”. Masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah pengujian bahwa *customer relationship management* berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas nasabah. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas variabel loyalitas. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti terletak pada variabel yang mempengaruhi, dimana penelitian tersebut membahas loyalitas yang dipengaruhi oleh *customer relationship*

¹⁶ Nur Laely, “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri.”. *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2016.

management dan kualitas pelayanan, sedangkan peneliti menggunakan loyalitas yang dipengaruhi oleh situasi pasca merger.¹⁷

Kelima, penelitian yang ditulis oleh I Made Mahastika dan Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi yang dinaungi oleh Jurnal Management, Kewirausahaan dan Pariwisata Widya Amrita. Judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan”. Masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut mengenai loyalitas nasabah koperasi yang ada di Tabanan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan nilai nasabah. Persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama membahas mengenai loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah obyek penelitian tersebut berada pada koperasi, sedangkan peneliti menggunakan bank syariah sebagai obyek.¹⁸

Keenam, penelitian yang ditulis oleh Ni Komang Pani Yudiadari dan Made Dian Putri Agustina yang dinaungi oleh jurnal Jurnal Management, Kewirausahaan dan Pariwisata Widya Amrita. Judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan-Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem”. Masalah yang diangkat

¹⁷ Unggul Raga Tua Sinaga,dkk. “Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Konvensional”. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 6, No. 5, 2021.

¹⁸ I Made Mahastika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan”. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1, No.2, 2021.

dalam penelitian tersebut adalah loyalitas nasabah pada suatu unit simpan pinjam dengan dipengaruhi oleh kualitas layanan terhadap kepuasan. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas loyalitas nasabah di suatu lembaga keuangan. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah obyek loyalitas penelitian tersebut adalah unit simpan-pinjam, sedangkan peneliti menguji loyalitas nasabah pada bank syariah.¹⁹

Ketujuh, penelitian yang ditulis oleh Budi Hermawan yang dinaungi oleh Jurnal Manajemen Teori Terapan. Judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul”. Masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah pengujian kualitas, pada kepuasan, reputasi, dan loyalitas konsumen jamu. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas mengenai loyalitas pada konsumen. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah penelitian tersebut memiliki variabel lain yang mempengaruhi loyalitas, sedangkan peneliti menggunakan variabel loyalitas untuk dipengaruhi oleh suatu kondisi.²⁰

Kedelapan, penelitian yang ditulis oleh Putri Apriyani, Djasuro Surya, dan Lutfi yang dinaungi oleh Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen

¹⁹ Ni Komang Pani Yudiadar, Made Dian P, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan-Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Kaeangasem”, *Jurnal Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, dan Pariwisata*, Vol. 1 No. 1, 2020.

²⁰ Budi Hermawan, “Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek, dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul”, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 2, No. 2, 2011.

Tirtayasa. Judul penelitian tersebut adalah “Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pada Tandamata Bank BJB Cabang Semarang. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas mengenai loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah proses memberikan pengaruh pada loyalitas dan variabel yang mempengaruhi loyalitas serta metode penelitiannya. Dimana dalam penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif.²¹

Kesembilan, penelitian yang ditulis oleh Endang Tjahjaningsih yang dinaungi oleh Media Ekonomi dan Manajemen. Judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah pengujian empiris pengaruh citra dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada suatu supermarket. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas loyalitas konsumen sebagai suatu variabel yang dikenai pengaruh. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti terletak pada variabel yang mempengaruhi loyalitas, dimana pada

²¹ Putri Apriyani, Djasuro dkk, “Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No.2, 2017.

penelitian tersebut loyalitas dipengaruhi oleh citra dan promosi, sedangkan penulis menguji loyalitas dengan suatu kondisi tertentu.²²

Kesepuluh, penelitian yang tulis oleh Berlian Nisazizah, dan Budi Sudaryanto yang dinaungi oleh Diponegoro Journal Of Management. Penelitian tersebut berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah. Masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah reaksi pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, dan *customer relationship* pada kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Persamaan penelitian tersebut dan peneliti adalah sama-sama membahas loyalitas nasabah di bank syariah. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah metode penelitian serta variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas.²³

Kesebelas, penelitian yang ditulis oleh Herviana Vidya Purnama Sari dan Anik Lestari Andjarwati yang dinaungi oleh Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya. Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen yang diuji melalui variabel kepuasan. Persamaan penelitian ini

²² Endang Tjahjaningsih, “Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 28, No. 2, 2013.

²³ Berlian Nisazizah dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 7, No. 4, 2018.

dan peneliti adalah sama-sama menggunakan variabel loyalitas sebagai variabel yang dikenai pengaruh. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah metode penelitian yang digunakan serta variabel yang digunakan untuk mempengaruhi loyalitas.²⁴

Keduabelas, penelitian yang ditulis oleh Doni Marlius yang dinaungi oleh Jurnal Pundi. Penelitian ini berjudul “Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan”. Masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah model regresi antara variabel loyalitas dan kualitas pelayanan. Persamaan penelitian ini dan peneliti adalah sama-sama menggunakan variabel loyalitas. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah metode penelitiannya serta variabel yang mempengaruhi loyalitas.²⁵

Ketigabelas, penelitian yang ditulis oleh Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati yang dinaungi oleh Jurnal Administrasi Bisnis. judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. Masalah dalam penelitian tersebut adalah menguji hubungan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra dan loyalitas pelanggan yang menginap di hotel. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas variabel loyalitas. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah metode penelitian serta obyek

²⁴ Herviana Vidya, Anik Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No.1, 2018.

²⁵ Doni Marlius, “Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan”, *Jurnal Pundi*, Vol. 01, No. 03, 2017.

penelitian, dimana obyek penelitian tersebut adalah pelanggan hotel, sedangkan peneliti menggunakan suatu peristiwa sebagai obyek.²⁶

Keempatbelas, penelitian yang ditulis oleh Kusuma Wijayanto yang dinaungi oleh Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank”. Masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah regresi berganda pada variabel loyalitas dan kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas loyalitas nasabah di bank. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah metode penelitian, dan variabel yang mempengaruhi loyalitas.²⁷

Kelimabelas, penelitian yang ditulis oleh Jaka Atmaja yang dinaungi oleh Jurnal Ecodemica. Judul penelitian tersebut adalah “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB”. Masalah yang diusung dalam penelitian tersebut bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah sama-sama membahas mengenai loyalitas nasabah di suatu bank. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti adalah penelitian tersebut dilakukan pada bank konvensional dengan dipengaruhi oleh beberapa

²⁶ Selvy Normasari, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No.2, 2013.

²⁷ Kusuma Wijayanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank”, *Jurnal Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 17, No.1, 2015.

variabel, sedangkan peneliti menggunakan loyalitas sebagai variabel yang dipengaruhi oleh suatu kondisi.²⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai dan jenis data yang dibutuhkan maka penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan dan atau langsung kepada nasabah sebagai responden. Penelitian kualitatif nantinya akan menghasilkan penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa teknik statistik.²⁹ Sebagaimana penelitian kualitatif pada umumnya, penelitian ini menitikberatkan pada jawaban responden secara alami sebagai data yang diperlukan. Tidak ada pengkondisian tertentu pada obyek penelitian, karena peneliti dalam kondisi ini sebagai instrumen kunci untuk mendapatkan data yang disampaikan oleh responden. Segala respon atau tanggapan dari responden akan diamati kemudian diinterpretasi dengan sifat induktif dan hasil yang lebih menekankan pada makna yang ingin disampaikan.³⁰

Penelitian kualitatif ini memiliki tujuan untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan memberikan penjelasan atau

²⁸ Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No. 1, 2018.

²⁹ Etta Mamang dan Sopiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Publisher, 2010), 26.

³⁰ Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 10.

gambaran yang jelas mengenai gejala atau fenomena tersebut dalam bentuk rangkaian interpretasi kata untuk menghasilkan teori.³¹ Peneliti menggunakan metode penelitian ini dengan alasan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam mengenai kondisi lapangan, situasi lapangan, maupun karakteristik serta definisi tertentu. Peneliti berusaha menggali informasi secara mendalam terkait loyalitas nasabah pasca merger BSI di Kabupaten Ponorogo. Melalui wawancara diharapkan mampu memperoleh data yang akurat serta mampu menganalisis lebih dalam mengenai loyalitas nasabah.

2. Kehadiran Peneliti

Tidak adanya pengukuran dalam penelitian kualitatif (dikarenakan tidak menggunakan pengukuran, melainkan menggunakan eksplorasi untuk menemukan atau menyelesaikan suatu masalah) maka yang menjadi instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen diharuskan atau diwajibkan untuk “divalidasi” demi mengukur seberapa jauh peneliti siap dan mampu untuk melakukan penelitian di lapangan.³²

Peneliti sebagai instrumen penelitian serta sebagai orang yang mengumpulkan data pula dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menunjang data maka akan memiliki peran penting. Peran penting peneliti juga sebagai pengamat atau partisipan dalam kegiatan penelitian ini. Pasalnya, peneliti diketahui oleh subyek

³¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis&Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 21-22.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 293.

secara terbuka dengan sukarela memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengamati suatu peristiwa.

3. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan serta tempat yang menjadi pengamatan situasi serta kondisi sosial yang akan diteliti.³³ Penelitian ini berlokasi di BSI KCP Hos Cokroaminoto di Kabupaten Ponorogo yang beralamatkan di Jalan H.O.S Cokroaminoto No.2B, Ponorogo.

Peneliti memilih BSI KCP Cokroaminoto sebagai obyek penelitian ini dikarenakan penulis menengok adanya potensi yang bisa lebih dimaksimalkan lagi oleh BSI KCP Cokroaminoto dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Hal tersebut ditinjau peneliti melalui adanya respon nasabah terhadap merger. Beberapa nasabah memiliki pandangan positif terhadap adanya merger di BSI KCP Cokroaminoto, namun sayangnya masih ada pula nasabah yang belum bisa menerima hal tersebut. Oleh karena itu peneliti kiranya memandang perlu adanya penelitian ini untuk memaksimalkan loyalitas nasabah sehingga mampu meningkatkan profit perusahaan.

4. Data dan Sumber Data

Data merupakan informasi atau keterangan berupa bahan baku dalam penelitian yang digunakan sebagai kunci untuk memecahkan

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 292.

masalah atau mengungkapkan suatu kondisi tertentu atau fenomena tertentu.³⁴ Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dan hasil observasi dengan nasabah di BSI KCP H.O.S Cokroaminoto. Data yang diperoleh dari hasil wawancara serta observasi diharapkan mampu menggambarkan loyalitas nasabah terhadap BSI KCP H.O.S Cokroaminoto. Pasca adanya merger tentu masyarakat akan diuji untuk memutuskan migrasi atau justru menutup rekening. Hal ini yang sedang diujikan oleh peneliti untuk mengetahui loyalitas nasabah BSI KCP H.O.S Cokroaminoto.

Sumber data adalah segala keterangan atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas atau informasi yang menjadi topik penelitian.³⁵ Sebagaimana pengertian sumber data berikut maka sumber data pada penelitian ini akan berupa sumber data primer atau utama yang diperoleh melalui wawancara dengan nasabah serta dengan customer service dari BSI KCP H.O.S Cokroaminoto sebagai pegawai yang bersinggungan langsung dengan respon nasabah mengenai merger. Selain itu melalui customer service pula nasabah akan dibantu untuk proses migrasi fasilitas pasca merger dari ex legacy BRI Syariah ke BSI. Selain dari sumber data utama atau primer, peneliti juga mengupayakan untuk mendapatkan sumber data sekunder yang bisa diperoleh melalui literatur atau data tertulis atau mengakses

³⁴ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogjakarta: A-Ruzz Media, 2016), 204.

³⁵ Ibid., 206.

web resmi yang tersedia mengenai data yang dibutuhkan peneliti seperti buku, dokumentasi, dan karya ilmiah lain.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.³⁶ Sebab, dalam penelitian kualitatif berupaya mengungkapkan kondisi yang diteliti, menjelaskan momen dan nilai-nilai rutinitas serta problematika individu yang terlibat di dalam penelitian.³⁷ Oleh karena itu peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Beberapa teknik tersebut diatas akan diuraikan beberapa teknik untuk menggambarkan teknik yang digunakan peneliti.

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antar dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.³⁸ Secara garis besar terdapat dua jenis wawancara yaitu: a) Wawancara mendalam (*in-depth interview*), b) wawancara terarah (*guided interview*).³⁹

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016), 224

³⁷ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 141.

³⁸ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 180.

³⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis&Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 31.

Pada penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (wawancara tidak terstruktur atau *in-depth interview*) yaitu dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara mendalam sehingga data yang diperlukan terkumpul.⁴⁰ Sedangkan dalam penelitian ini, informan yang akan di wawancara adalah nasabah dari BSI KCP H.O.S Cokroaminoto, Branch Manager BSI KCP H.O.S Cokroaminoto, dan customer service BSI H.O.S Cokroaminoto. Hal ini dilakukan peneliti untuk memaksimalkan hasil data informasi yang diperoleh serta menilai keselarasan jawaban diantara beberapa narasumber sebagai penguji keabsahan data.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.⁴¹

Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Beberapa bentuk observasi yaitu observasi partisipasi, observasi tidak

⁴⁰ Afrizal, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 21.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), 106.

terstruktur, dan observasi kelompok. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model observasi tidak terstruktur karena fokus penelitian akan tetap berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Dalam hal ini, peneliti datang langsung ke BSI KCP H.O.S Cokroaminoto dan terlibat langsung dalam pengamatan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di BSI H.O.S Cokroaminoto. Berbagai aktivitas yang dilaksanakan oleh semua lini, peneliti fokus pada kegiatan yang dilakukan oleh customer service selaku pegawai yang langsung bersinggungan dengan nasabah serta langsung melayani respon nasabah mengenai merger dan atau migrasi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain.

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam

penelitian kualitatif.⁴² Adapun dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dokumen terkait dengan usaha pihak BSI H.O.S Cokroaminoto dalam menginformasikan mengenai merger sebagai bentuk usaha untuk mempertahankan loyalitas nasabah pasca merger. Sehingga sebelum adanya merger nasabah sudah lebih dulu mengetahui akan adanya merger serta beberapa dampak terkait seperti keharusan untuk migrasi bagi nasabah.

6. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan temuan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan metode triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data.⁴³ Triangulasi adalah teknik yang berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Sedangkan, Triangulasi sumber bermakna untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.⁴⁴

Pada penelitian ini penulis menggunakan triangulasi

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 240.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 125.

⁴⁴ *Ibid.*, 125.

sumber data yang menggali informasi melalui wawancara, observasi, dokumen tertulis, arsip, dokumentasi yang penulis lakukan secara langsung di BSI KCP H.O.S. Cokroaminoto di Kabupaten Ponorogo. Melalui teknik yang digunakan peneliti, diharapkan mampu menghasilkan data yang dapat diuji keabsahannya secara maksimal.

7. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data berasal dari data yang diperoleh baik dari lapangan maupun kepustakaan. Pengolahan data bertujuan untuk dapat menolong proses penelitian agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh peneliti, memecahkan dan menjawab persoalan yang sedang dipertanyakan dalam penelitian.⁴⁵

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan teknik pengolahan data sebagai berikut:⁴⁶

a. *Editing*, yaitu memeriksa kembali data yang sudah masuk melalui beberapa teknik pengumpulan data. Pemeriksaan data tersebut meliputi segi kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian, dan keselarasan satu dengan yang lain.

b. *Organizing*

Pengaturan dan penyusunan data-data yang telah didapat dalam penelitian dengan sedemikian rupa

⁴⁵ Muh. Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2017) 31.

⁴⁶ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), h. 153.

sehingga menghasilkan dasar pemikiran yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. Peneliti menyusun data yang diperoleh secara sistematis melalui teknik yang sudah disampaikan tersebut di atas tentang loyalitas nasabah BSI KCP Cokroaminoto yang didalamnya terdapat penelitian untuk mengetahui loyalitas nasabah.

c. *Analyzing*

Analyzing merupakan kegiatan dalam mendalami data-data yang sudah dikumpulkan serta di cek keabsahannya. Data-data tersebutlah yang akan diklasifikasikan sebagaimana klasifikasi data yang diperlukan dalam penelitian ini. selain itu juga akan dianalisis sesuai teori mengenai loyalitas nasabah pasca adanya merger.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan kemudian menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁴⁷ Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Emzir dalam buku yang berjudul Metodologi penelitian

⁴⁷ Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998), 104.

Kualitatif disebutkan ada tiga macam kegiatan dalam data kualitatif yaitu:⁴⁸

a. Reduksi Data

Melakukan reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan penulis melakukan pengumpulan selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.⁴⁹

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dalam hal ini, Miles dan Huberman menyatakan : yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan mempermudah memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya dan berdasarkan yang dipahami tersebut.

c. *Verification/ Conclusion Drawing*

Conclusion Drawing yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian mengungkap

⁴⁸ Enzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) 129.

⁴⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2006), 338.

temuan berupa hasil deskripsi yang sebelumnya masih kurang jelas kemudian diteliti menjadi lebih jelas dan diambil kesimpulan.⁵⁰

G. Sistematika Pembahasan

Susunan pembahasan pada penelitian ini, dibagi menjadi 5 bab, yang setiap bab tersebut terdiri dari sub bab yang menjadi rangkaian pembahasan dalam penelitian ini. Adapun Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab Pendahuluan ini berisi gambaran secara umum permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yang dikembangkan menjadi beberapa masalah. Pendahuluan ini berisi judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LOYALITAS

Pada bab kedua membahas tentang landasan teori tentang Loyalitas. Bab ini merupakan rangkaian teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini. Pembahasan ini meliputi: Pengertian Loyalitas, Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas, dan Merger.

BAB III: PAPARAN DATA

⁵⁰ Mallew B. Miles and A Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta : UI Press, 1992), 16.

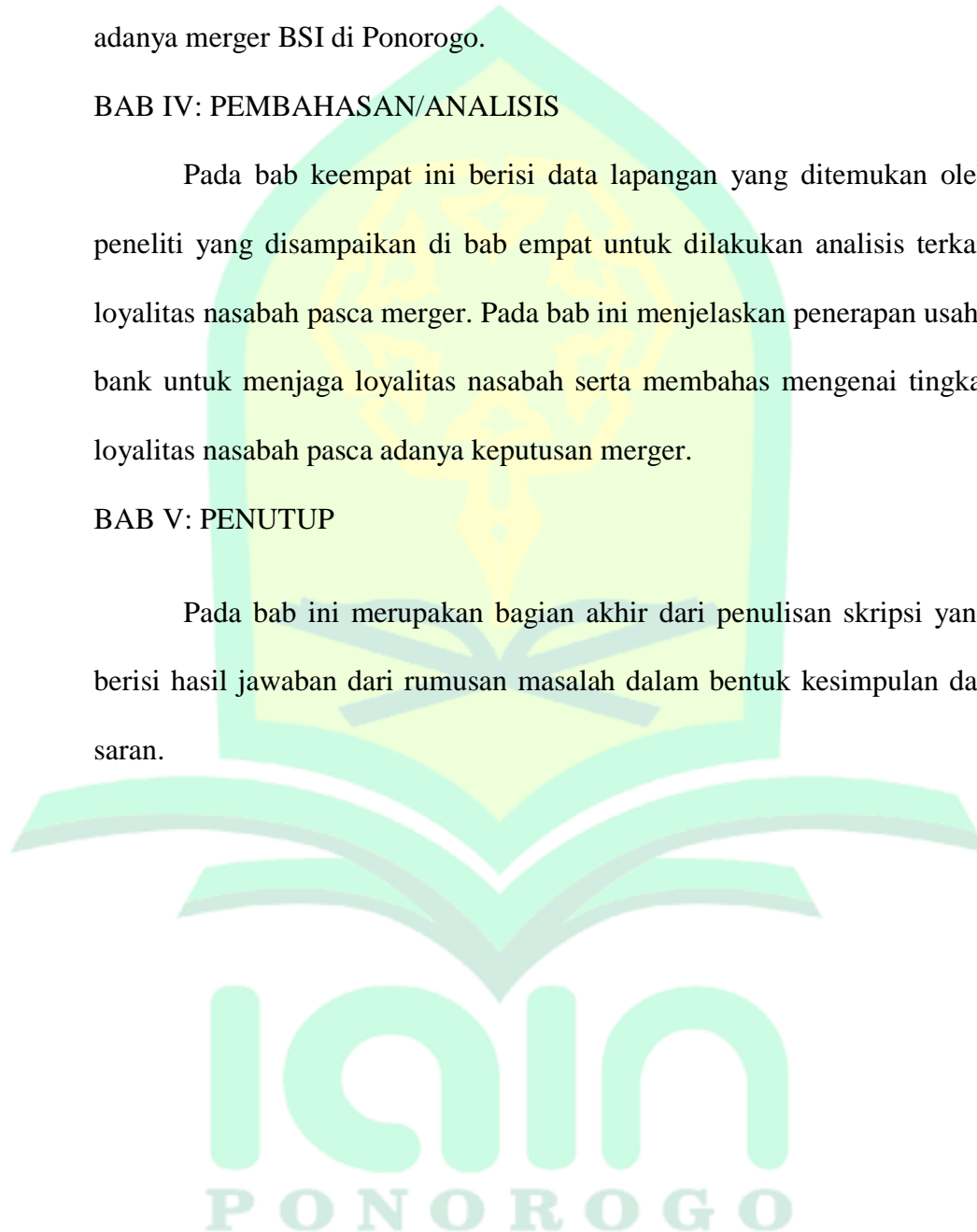
Pada bab ketiga ini membahas tentang data-data yang dikumpulkan melalui beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Paparan data akan berupa data loyalitas nasabah pasca adanya merger BSI di Ponorogo.

BAB IV: PEMBAHASAN/ANALISIS

Pada bab keempat ini berisi data lapangan yang ditemukan oleh peneliti yang disampaikan di bab empat untuk dilakukan analisis terkait loyalitas nasabah pasca merger. Pada bab ini menjelaskan penerapan usaha bank untuk menjaga loyalitas nasabah serta membahas mengenai tingkat loyalitas nasabah pasca adanya keputusan merger.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisi hasil jawaban dari rumusan masalah dalam bentuk kesimpulan dan saran.



BAB II

TEORI LOYALITAS, FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

LOYALITAS, MERGER

A. Loyalitas

Loyalitas secara harfiah berarti adanya kesetiaan atau setia terhadap suatu hal tanpa adanya paksaan maupun permintaan dari pihak lain. Loyalitas memiliki konsep yang menyentuh atau bersinggungan langsung dengan sikap dan perilaku konsumen atau nasabah. Sehingga perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas atau kesetiaan nasabah melalui pelayanan dan berbagai faktor lain.⁵¹ Menimbang dari pentingnya loyalitas bagi perusahaan maka segala bentuk faktor loyalitas perlu dijaga oleh pihak perusahaan, sehingga mampu meningkatkan profit perusahaan secara maksimal.

Loyalitas bisa menjadi salah satu wujud harta yang berharga bagi perusahaan. Pasalnya dengan loyalitas tinggi yang dimiliki oleh nasabah kepada salah satu entitas maka secara tidak langsung sudah menciptakan profit dari pembelian yang berulang oleh nasabah. Kesediaan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian kembali bisa menjadi salah satu sarana untuk promosi kenyamanannya bertransaksi dan membagikan pengalaman tersebut pada rekannya.⁵² Adanya promosi secara tidak langsung tersebut tentu menciptakan minat bagi seseorang yang

⁵¹ Doni Marlius, "Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan", *Jurnal Pundi*, Vol. 02, No.03, (2017), 238-239.

⁵² Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 06, No.02, (2013), 3.

mendengarkan untuk merasakan pengalaman yang sama. Selain itu, mendengar dari orang yang sudah memiliki loyalitas maka secara tidak langsung dapat menjadikan seseorang tersebut mampu membandingkan pilihannya dengan cerita orang lain.

Loyalitas biasanya baru bisa dikategorikan sebagai loyalitas dalam jangka waktu yang cukup panjang. Loyalitas biasanya tergambarkan oleh sikap dan perilaku nasabah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Loyalitas nasabah biasanya juga dipengaruhi oleh informasi-informasi yang didapat oleh nasabah. Semakin jelas informasi yang didapat maka semakin besar kemungkinan nasabah untuk lebih loyal.⁵³ Hal ini tentu dipengaruhi oleh kephahaman nasabah. Jika nasabah paham mengenai penawaran serta promosi yang terdapat di suatu perusahaan maka akan semakin tertarik untuk menggunakan. Sedangkan jangka waktu panjang yang ia rasakan setelah menggunakan baru bisa menggambarkan loyalitas secara singkat.

Loyalitas tentunya memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai atau mengukur tingkat loyalitas nasabah. Menurut Kotler dan Keller indikator loyalitas diantaranya adalah:⁵⁴

- a. *Repeat Purchase* atau kesetiaan terhadap pembelian produk dimana pelanggan melakukan pembelian ulang dengan teratur.

⁵³ Muhammad Rheza Alfin, Sahidilah Nurdin, "Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1, No. 2, (2017), 250.

⁵⁴ Jill Griffin, *Customer Loyalty , How To Earn It, How To Keep It*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 33-34.

- b. *Retention* atau ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan dimana konsumen tetap bertahan menggunakan produk tersebut setelah mendengar beberapa berita kurang baik terhadap produk yang digunakan.
- c. *Referrals* atau mereferensikan secara total efisiensi perusahaan dimana konsumen ikut serta menyampaikan kepada rekannya atau ikut serta memberikan rekomendasi untuk menggunakan produk tersebut.

Persaingan dari beberapa perusahaan sejenis tentu menjadi salah satu alasan penting untuk menjaga loyalitas nasabah. Tersebut diatas, jika tingkat kontinuitas pembelian produk yang sama oleh nasabah berulang maka akan menciptakan profit yang maksimal bagi perusahaan itu sendiri. Loyalitas menggambarkan kemungkinan perusahaan dalam mengatasi masalah atau keluhan yang disampaikan pula oleh nasabah. Jika penanganan atas keluhan tersebut tepat kiranya akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah.

Loyalitas memiliki macam yang berbeda-beda tergantung pada fokus kesetiaan nasabah. Macam loyalitas diharapkan mampu menggambarkan loyalitas nasabah kepada perusahaan maupun kepada produk dari perusahaan itu sendiri. Kotler dan Keller membagi gambaran takaran loyalitas pelanggan atau nasabah menjadi 4, yaitu:⁵⁵

⁵⁵ Bimo Taufan, Edy Yulianto, dkk, "Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38, No.2, (2016), 48-49.

- a. *Makes Regular Purchase*: suatu kondisi dimana pelanggan atau nasabah menggunakan produk atau jasa dengan berulang atau secara kontinuitas dan tetap melakukan transaksi pembelian diperusahaan yang sama walaupun berbeda produk atau jasa yang beli.
- b. *Purchase Across Product and Services Line*: suatu kondisi pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa yang sama diperusahaan yang sama.
- c. *Refers Others*: suatu keadaan dimana pelanggan merekomendasikan dan memberikan respon positif di lingkungan masyarakat.
- d. *Demonstrate Immunity to the pull of the competition*: suatu keadaan dimana pelanggan mendemonstrasikan sesuatu yang dianggap sebagai kekuatan yang dimiliki suatu produk dengan produk sejenis dan memiliki fungsi yang sama.

Berbagai macam loyalitas tersebut diatas menggambarkan bahwa ada berbagai jenis kondisi yang mampu mempengaruhi loyalitas nasabah. Berbagai kondisi tersebut juga mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Dimana perusahaan dapat menikmati loyalitas nasabah baik berdasarkan loyalitas terhadap perusahaan maupun loyalitas produk dari perusahaan tersebut. Loyalitas terhadap perusahaan menggambarkan bahwa nasabah akan lebih mempertimbangkan keberadaan produk dari perusahaan tersebut dibandingkan dengan produk dari perusahaan lain. Sedangkan

loyalitas terhadap produk lebih menggambarkan bahwa nasabah hanya akan loyal kepada produk tersebut dari suatu perusahaan, namun nasabah kurang mempertimbangkan produk lain dari perusahaan tersebut. Kondisi loyalitas tersebut dapat digambarkan melalui tingkatan loyalitas menurut Hill dan Green pada tahun 2000 menyatakan bahwa tingkatan loyalitas terdiri atas 6 tingkat, yaitu:⁵⁶

- a) *Suspect*, dimana kondisi semua konsumen baik dari produk maupun jasa dalam proses pemasaran menyadari akan adanya produk atau jasa perusahaan tersebut namun belum memiliki ketertarikan terhadap produk atau jasa.
- b) *Prospects*, dimana kondisi pelanggan atau konsumen yang memiliki potensi daya tarik terhadap perusahaan dan memutuskan untuk melakukan transaksi bisnis dengan perusahaan.
- c) *Customers*, kondisi dimana suatu jenis transaksi pembelian produk yang termasuk pembelian ulang sehingga menunjukkan adanya potensi untuk memiliki sikap loyal terhadap perusahaan.
- d) *Clients*, kondisi dimana transaksi pembelian menggambarkan loyalitas terhadap perusahaan tapi juga memiliki kecenderungan aktif terhadap perusahaan.
- e) *Advocates*, kondisi serupa dengan *clients* namun lebih mampu untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

⁵⁶ Imaduddin Murdifin, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT Pegadaian di Kota Makassar", Vol. 2, No.1, (2021), 35.

- f) *Partners* atau gambaran dari adanya hubungan erat antara konsumen dengan perusahaan selaku supplier selayaknya simbiosis mutualisme.

B. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Terdapat faktor-faktor yang diindikasikan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap suatu perusahaan. Sebagaimana disampaikan oleh Marconi pada jurnal yang ditulis oleh Fajrianti dan Zatul Farrah mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas, yaitu:⁵⁷

- a. Nilai (harga dan kualitas), penggunaan suatu jasa merek tertentu dalam kurun waktu yang lama akan menggiring pada loyalitas nasabah. Oleh sebab itu perusahaan harus bersedia bertanggung jawab atas produk atau jasa yang ditawarkan. Standar pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan diharapkan mampu melampaui harapan nasabah untuk memaksimalkan loyalitas, begitu pula perubahan harga yang terjadi akan memiliki andil cukup sama dengan kualitas.
- b. Citra (baik dari kepribadian atau pelayanan yang dimiliki maupun reputasi dari perusahaan tersebut. Citra yang baik akan mampu membangun loyalitas nasabah.
- c. Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan dan atau mengakses merek tersebut.

⁵⁷ Novi Kurnia Cahyani, "Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan *E-Channel* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto", *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 17-18.

- d. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
- e. Kualitas pelayanan, melalui kualitas pelayanan yang mumpuni dalam melayani nasabah akan mempengaruhi loyalitas konsumen.
- f. Garansi dan jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Beberapa faktor tersebut diatas menunjukkan bahwa terdapat komponen yang membangun loyalitas. Komponen tersebut dapat dijadikan acuan untuk membangun strategi dalam upaya mempertahankan dan atau memaksimalkan loyalitas nasabah. Menjaga dan membangun loyalitas nasabah dapat digambarkan melalui tiga langkah berikut:⁵⁸

- a. *Build a foundation for loyalty*

Fondasi yang solid dari setiap lini perusahaan demi membangun ikatan yang selaras dengan tujuan yang sama yaitu membangun loyalitas nasabah secara maksimal. Membangun loyalitas nasabah perlu mengidentifikasi segmen nasabah yang dituju supaya bisa melayani nasabah sebagaimana yang dituju dan diharapkan nasabah.

- b. *Create loyalty bounds*

Mewujudkan loyalitas nasabah yang sangat melekat pada diri nasabah perlu diawali dengan usaha pengembangan ikatan dari perusahaan untuk melayani nasabah dengan sepenuh hati. Hubungan perusahaan dengan nasabah perlu dibangun pula dengan

⁵⁸ Irfan Fahmi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, 66-67.

melakukan penjualan silang dan banding atau menambah nilai melalui *loyalty rewards* dan level ikatan yang lebih tinggi.

c. *Reduce churn drivers*

Perusahaan baiknya mengidentifikasi faktor-faktor yang dihasilkan dari *churn* yang memiliki kemungkinan lebih untuk ditinggalkan oleh nasabah. Faktor tersebut kiranya harus dihindari dan diharuskan untuk mengeliminasi nasabah dan diganti dengan nasabah yang baru.

C. Merger

1. Pengertian *Merger*

Merger berasal dari kata “*mergere*” (latin) yang artinya (1) bergabung, bersama, menyatu, berkombinasi (2) menyebabkan hilangnya identitas karena terserap atau tertelan sesuatu. *Merger* didefinisikan sebagai penggabungan dua atau lebih usaha yang kemudian hanya ada satu perusahaan yang tetap hidup sebagai badan hukum, sementara yang lainnya menghentikan aktivitasnya atau bubar. Perusahaan yang bubar akan melebur menjadi satu perusahaan bersama yang lebih besar.

Merger adalah salah satu bentuk absorpsi/penyerapan oleh satu perusahaan terhadap perusahaan lain. Jika perusahaan A dan perusahaan B melakukan *merger*, maka hanya akan ada satu perusahaan saja yaitu A atau B. Pada sebagian besar kasus *merger*, perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan dipertahankan

hidup dan tetap mempertahankan nama dan status hukumnya secara resmi, sedangkan perusahaan yang ukurannya lebih kecil atau perusahaan yang di-*merger* akan menghentikan aktivitas atau dibubarkan sebagai badan hukum. Pihak yang masih hidup atau yang menerima *merger* akan dinamakan *surviving firm* atau pihak yang mengeluarkan saham (*issuing firm*). Sementara itu pihak perusahaan yang berhenti dan bubar setelah terjadinya *merger* dinamakan *merged firm*.⁵⁹ Perusahaan yang dibubarkan tidak serta merta bubar dan menghapuskan diri, melainkan ikut melebur baik secara operasional maupun keuangan bersama dengan perusahaan yang lebih besar atau perusahaan yang telah melakukan *merger* perusahaan tersebut.

2. Bentuk *Merger*

Berdasarkan jenis perusahaan yang bergabung, *merger* dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk, yaitu (Gitman & Zutter, 2012):

1) *Horizontal merger*, yaitu *merger* yang terjadi ketika dua atau lebih perusahaan yang bergerak di bidang industri yang sama bergabung. Contohnya *merger* perusahaan produsen mesin.

Bentuk *merger* ini menyebabkan ekspansi operasi perusahaan dalam lini produk tertentu dan pada waktu yang sama bisa mengeliminasi pesaing.

2) *Vertical merger*, yaitu *merger* yang terjadi ketika suatu perusahaan mengakuisisi perusahaan *supplier* atau *customer*-

⁵⁹ Anisa Aristanti Utami, "Pengaruh Merger Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Daftar Efek Syariah". *Skripsi*. (Lampung: IAIN Raden Intan, 2017), 13.

nya. Misalnya perusahaan rokok mengakuisisi perusahaan perkebunan tembakau, perusahaan garmen mengakuisisi perusahaan tekstil, dan sebagainya. Manfaat ekonomi dari *merger* vertikal berasal dari kontrol perusahaan yang meningkat terhadap bahan baku atau distribusi barang-barang akhir perusahaan yang diakuisisi.

3) *Congeneric merger*, yaitu *merger* yang terjadi ketika perusahaan dalam industri yang sama tetapi tidak dalam garis bisnis yang sama dengan *supplier* atau *customer*-nya. Contohnya adalah *merger* dari produsen peralatan mesin dengan produsen sistem konveyor industri. Manfaat dari *merger congeneric* adalah kemampuan untuk menggunakan saluran penjualan dan distribusi yang sama untuk menjangkau pelanggan dari kedua bisnis.

4) *Conglomerate merger*, yaitu *merger* yang terjadi antara perusahaan yang berada dalam bisnis yang tidak berhubungan (*unrelated business*). Misalnya *merger* perusahaan yang menghasilkan *food products* dengan perusahaan komputer. Manfaat utama *merger* ini adalah kemampuan mengurangi resiko karena perusahaan yang bergabung memiliki pola siklikal dan musiman penjualan dan pendapatan yang berbeda.

Konsolidasi (*consolidation*) pada prinsipnya sama dengan *merger* kecuali bahwa dalam konsolidasi ada sebuah perusahaan yang sama

sekali baru dibentuk. Perusahaan yang mengambil alih dan perusahaan yang diambil alih masing-masing mengakhiri eksistensi hukum sebelumnya dan menjadi bagian dari perusahaan baru.⁶⁰ Adanya berbagai jenis merger tersebut menunjukkan bahwa setiap perusahaan yang memutuskan merger akan memiliki tujuan masing-masing.

Keputusan merger sendiri tentunya sudah dipertimbangkan berdasarkan kemungkinan perkembangan perusahaan serta tujuan prospek yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang memilih bersedia untuk di-merger tentu sudah harus siap menerima bahwa perusahaannya akan dilebur. Hal ini akan menjadikan perusahaan tersebut kehilangan status hukumnya. Selain itu perusahaan tersebut juga akan mengalami perubahan operasional berdasarkan kesepakatan dengan perusahaan yang sudah melakukan merger.

⁶⁰ Muhammad Afdi dan Nizar, *Strengthening Sharia Banking through Merger or Consolidation*, (Jakarta:MPRA, 2020) hlm. 9-10.

BAB III

PAPARAN DATA LOYALITAS NASABAH PASCA MERGER DI BSI KCP PONOROGO COKROAMINOTO

A. Gambaran Umum BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ponorogo Cokroaminoto beralamatkan di jalan H.O.S Cokroaminoto No. 2B, Ponorogo. Lokasi tersebut dikategorikan strategis, pasalnya berada di tengah kota dengan lingkungan yang cukup ramai pedagang atau area pertokoan. Sehingga merupakan lokasi yang cukup strategis untuk menawarkan produk pembiayaan bagi calon nasabah. Selain itu para pedagang sekitar juga bisa menikmati jasa penyimpanan dana dari BSI. Hal tersebut tentu menjadi salah satu peluang bagi BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto yang berfungsi untuk menyimpan dan menyalurkan dana masyarakat atau memiliki fungsi sebagai lembaga *intermediare*.⁶¹

1. Sejarah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

BSI KCP H.O.S Cokroaminoto KCP beralamatkan di Jalan H.O.S Cokroaminoto No. 2B, Ponorogo yang bertugas untuk melayani masyarakat melalui jasa menyimpan dan menyalurkan uang. Lokasi BSI Cokroaminoto yang strategis membuat BSI Cokroaminoto memiliki nasabah yang dapat dikategorikan banyak.

⁶¹ Annisa Wahyulkarimah, "Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah", *Jurnal Hukum Ekonomi Syaria*, Vol. 1, No. 1, (April 2018), 53.

Jasa yang ditawarkan oleh BSI Cokroaminoto memiliki landasan berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang kesempatan bank umum untuk bertransaksi syariah. Landasan tersebut sebagaimana sebelum adanya merger. Hal ini dikarenakan sebelum merger kantor tersebut merupakan kantor cabang pembantu BRI Syariah. Pasca merger di Ponorogo sendiri terdapat 2 kantor cabang pembantu BSI yang merupakan *ex legacy* BRI Syariah dan *ex legacy* BSM. Pasca merger keduanya melengkapi cabang BSI untuk memaksimalkan proses pelayanan.

Sebagaimana tujuan adanya merger beberapa bank BUMN syariah, yaitu untuk memaksimalkan perkembangan bank syariah di Indonesia, maka setiap lini perusahaan menjadikan *ex legacy* sejarah. Saat ini setiap lini perusahaan menganggap baru. Bahkan Bapak Gatot selaku pimpinan menyampaikan bahwa beliau juga baru di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Beliau menyampaikan bahwa sejarah BSI KCP Cokroaminoto adalah mulai dari 1 Februari 2021. Semenjak itu beliau merupakan orang baru yang sama-sama merintis dan mengenali wajah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.⁶²

2. Letak BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto beralamatkan di jalan H.O.S Cokroaminoto No. 2B, Kabupaten Ponorogo. Lokasinya

⁶² Gatot Wijanarko (*BranchManager* BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto), *Wawancara*, 7 Februari 2022.

terletak di tengah kota dengan jalan yang baru diperbaiki sehingga ramai dikunjungi oleh masyarakat. Jalan yang hampir menjadi salah satu destinasi malam menjadikan BSI memiliki lokasi yang tepat. ATM yang selalu buka 24 jam sehingga menjadi salah satu alasan pula beberapa masyarakat melirik keberadaan BSI.

Kondisi yang ramai siang maupun malam hari menjadikan BSI salah satu pusat perhatian tersendiri bagi masyarakat. Hal tersebut cukup menjadi peluang tersendiri bagi BSI untuk memaksimalkan jumlah nasabahnya. Baik nasabah pembiayaan maupun nasabah penyimpanan dana. Pasalnya selain masyarakat yang sering berkunjung di lokasi tersebut namun juga banyak area pertokoan di sekitar BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto, sehingga bisa menjadi peluang untuk menawarkan pembiayaan.

Proses merger ketiga bank syariah tersebut merupakan salah satu upaya bank syariah dalam membanggakan umat Islam untuk membangun semangat baru dalam membangun ekonomi nasional serta membantu kesejahteraan masyarakat. Adanya Bank Syariah Indonesia (BSI) diharapkan juga mampu menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.⁶³ Cerminan yang baik diharapkan juga mampu memberikan citra baik atas keberadaanya BSI, utamanya di Ponorogo dengan lokasi yang cukup strategis

⁶³ www.Bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 5 Maret 2022, jam 12.17).

bagi sebuah perusahaan perbankan syariah di Kabupaten Ponorogo. Untuk mengetahui lokasi serta status BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto secara jelas dapat diperhatikan melalui tabel berikut:⁶⁴

Tabel 3.1
Alamat Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo
Cokroaminoto

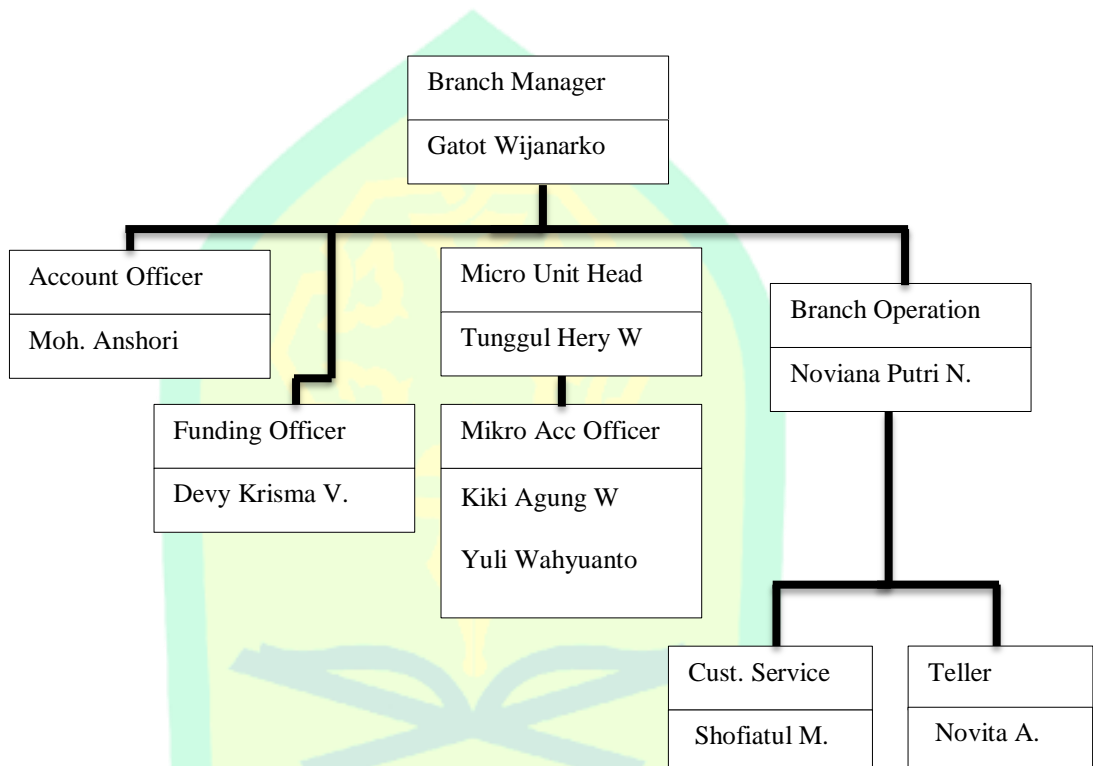
Nama Bank	Bank Syariah Indonesia
Kode Bank Syariah Indonesia	422
Nama Perusahaan Perbankan	Bank Syariah Indonesia
Nama Kantor	Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto
Keterangan Status Kantor	ATM/ADM
Alamat	Jl. H.O.S Cokroaminoto No. 2B, Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia
Wilayah Dati 1	Jawa Timur
Wilayah Dati 2	Kabupaten Ponorogo
Kota/Kabupaten	Ponorogo
Kode Pos	63413
Nomor Telepon	(0352) 486 123
Alamat Website Bank Syariah Indonesia	http://www.Bankbsi.co.id
SMS Banking Bank Syariah Indonesia	3338
Call Center Bank Syariah Indonesia	1500789

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto

Sebagaimana suatu organisasi maupun perusahaan tentunya memiliki struktur masing-masing. Struktur organisasi perbankan konvensional dengan perbankan syariah pun berbeda. Hal ini dikarenakan struktur dalam perbankan syariah harus memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berfungsi untuk mengawasi

⁶⁴ Ibid.

kegiatan operasional serta produk-produk yang ditawarkan supaya tidak bertentangan dengan syariah.⁶⁵ Berikut merupakan struktur organisasi dalam BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto:



Gambar 3.1
Struktur Kepengurusan BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

B. Data Loyalitas Nasabah Pasca Merger BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

1. Loyalitas Nasabah Pasca Merger BSI KCP Cokroaminoto

Untuk memaksimalkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik wawancara terlebih dahulu. Wawancara yang pertama dilakukan adalah wawancara dengan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Hasil wawancara akan

⁶⁵ Nanang Sobarna, "Analisis Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional", *Eco-Iqtishodi*, Vol. 3, No. 1, (Juli:2021), 59.

menunjukkan data mengenai indikator loyalitas nasabah sebagai berikut:

a. *Repeat Purchase*

Pasca adanya merger dan keharusan untuk melakukan migrasi tentu menjadi salah satu poin tersendiri untuk menguji kesetiaan nasabah perusahaan tersebut. Penguji dari kesetiaan nasabah yang pertama menggunakan *repeat purchase* atau menguji kesetiaan nasabah melalui kegiatan melakukan pembelian ulang atau tingkat transaksi dalam menggunakan BSI.

Pertama wawancara diujikan dengan Saudari Ikrima selaku salah satu nasabah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto:

“Setelah adanya merger Saya masih cukup sering menggunakan BSI ya, atau bertransaksi baik melalui ATM maupun *m-banking*. Kalau seberapa sering tidak begitu sering ya, kadang 1 bulan hanya 1-3 kali biasanya. Untuk pelayanannya Saya rasa sedikit ada peningkatan, sedikit lebih ramah dari sebelumnya menurut Saya. Iya ada perasaan itu (aman) ya dikarenakan untuk berita kebobolan atau sejenisnya dari BSI sendiri belum pernah sampai ke telinga Saya sendiri ya. Kemudahan transaksinya sama saja dengan yang lain menurut Saya. belum terlihat jelas keunggulan dibanding dengan yang konven.”⁶⁶

Beliau juga menambahkan pernyataan mengenai alasannya melakukan merger sebagai berikut:

⁶⁶ Ikrima, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

“Saya tiba-tiba dihubungi oleh pihak BSI. Ada pesan yang saya buka namun saya kurang begitu mengerti. Akhirnya saya memutuskan untuk datang ke kantor cabang dan akhirnya melakukan migrasi.”⁶⁷

Berdasarkan pemaparan diatas bisa disimpulkan bahwa Saudari Ikrima masih melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*) pasca merger. Selain itu Sudari Ikrima juga merasa aman atas transaksinya meskipun belum merasakan secara signifikan kemudahan transaksi menggunakan BSI dibandingkan dengan bank konvensional.

Kedua wawancara dengan Saudari Diah selaku nasabah BSI KCP Ponorogo KCP Cokroaminoto dengan tanggapan sebagai berikut:

“Iya masih cukup sering bertransaksi menggunakan BSI ya, apalagi karena Saya *freelancer* jadi biasanya Saya menerima pembayaran melalui transfer. Kalau seberapa sering ya tergantung pekerjaan Saya, kadang satu bulan bisa 4-6 kali transaksi untuk penerimaan dan pengeluaran pembelian bahan, kalau sedang banyak ya bisa 15-18 kali mungkin dalam satu bulan. Setelah merger menurut Saya kalau soal pelayanan tidak begitu banyak berubah, atau mungkin juga karena Saya tidak terlalu sering ke kantor cabangnya jadi kurang memperhatikan ya, soalnya kalau Saya lebih sering transaksinya *m-banking* atau ATM saja, jarang ke *Teller* atau *Customer Service*. Saya rasa sejauh ini aman, belum ada transaksi-transaksi mencurigakan diluar transaksi normal

⁶⁷ Ikrima, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

Saya. Sedangkan kalau kemudahan transaksinya menurut Saya cukup, Saya juga bisa pakai kiblat, dan penunjuk waktu sholat (adzan) di *m-banking*, Saya rasa cukup.”⁶⁸

Berdasarkan pemaparan diatas bisa disimpulkan bahwa Saudari Diyah setelah adanya merger beliau masih cukup sering bertransaksi menggunakan BSI. Didukung dengan profesinya sebagai *freelancer* maka tingkat tingginya transaksi menyesuaikan pekerjaan yang sedang diterima. Sedangkan mengenai peningkatan pelayan beliau kurang memperhatikan secara jelas, dikarenakan beliau lebih sering bertransaksi melalui ATM atau *m-banking*.

Ketiga wawancara dilakukan dengan Saudara Gumelar selaku nasabah BSI KCP Ponorogo KCP Cokroaminoto dengan tanggapan sebagai berikut:

“Sebenarnya dulu malah Saya jarang bertransaksi menggunakan syariah sebelum merger, dikarenakan yang dulu kan masih terpisah-pisah jadi harus ada adminnya ya, kalau sekarang sesudah merger justru Saya bisa dibilang lebih sering menggunakan. Kemungkinan 5-7 kali dalam satu bulan ya, lebih sering transaksi yang cenderung monoton sih. Saya juga menggunakan BSI dalam bertransaksi untuk keperluan organisasi juga sehingga jumlah transaksi bisa menyesuaikan. Pelayanannya Saya rasa cukup ada peningkatan, dilihat dari keramahan dan beberapa fasilitasnya. Saya merasa cukup aman, selama menggunakan juga tidak pernah ada salah transaksi atau sejenisnya. Dulu memang sempat kaget sebelum pindah BSI kok tiba-tiba saldo hilang, tapi ternyata setelah

⁶⁸ Diyah F, *Wawancara*, 11 Maret 2022

dikonfirmasi semua masih aman. Cukup mudah menggunakan BSI ya, selain akses yang cukup mudah juga fasilitasnya cukup memadai sehingga transaksi lancar.”⁶⁹

Dari pemaparan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Saudara Gumelar masih melakukan pembelian ulang atau masih sering bertransaksi menggunakan BSI. Beliau juga menyatakan bahwa salah satu alasannya lebih sering melakukan transaksi pasca merger adalah tidak lagi adanya biaya admin untuk transfer ke bank *ex legacy* sebelum merger.

Keempat, wawancara kepada Saudari Karina yang berprofesi sebagai salah satu karyawan salah satu rumah makan di Ponorogo yang menyatakan sebagai berikut:

“Setelah merger Saya rasa tidak banyak perubahan, Saya pun masih tetap bertransaksi seperti biasa. Tidak begitu sering dan masih sama seperti sebelumnya. Pelayanannya juga Saya rasa masih sama tidak begitu berubah. Saya merasa aman, tidak ada kendala selama menggunakan kecuali pada saat harus migrasi, kan Saya cukup terkejut tiba-tiba saldo hilang, tapi setelah itu ya sudah. Kemudahan transaksinya cukup, hanya saja kalau melalui *m-banking* Saya rasa terlalu banyak pengulangan pin.”⁷⁰

Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa Saudari Karina masih melakukan pembelian ulang atau dalam hal ini masih melakukan transaksi sebagaimana sebelum merger. Namun beliau

⁶⁹ S. Gumelar, *Wawancara*, 14 Maret 2022.

⁷⁰ Karina K., *Wawancara*, 16 Maret 2022.

tidak merasakan adanya banyak perubahan pada pelayanan pasca merger. Beliau juga menyatakan bahwa pengalaman menggunakan BSI cukup aman, beliau hanya sempat khawatir mengenai merger dan keharusan untuk migrasi.

Kelima, wawancara kepada Saudari Indri mengenai *repeat*, sebagai berikut:

“Sekarang pasca merger lebih sering dari sebelumnya ya, dikarenakan sekarang pasca mergerkan banyak kantornya sehingga transaksi pun mudah. Kalau duluan dari BRIS ya transaksinya di BRIS, dan begitu pula di bank lain. Peningkatan pelayanan cukup terlihat ya dari berbagai karyawan yang melayani di BSI sekarang jauh lebih ramah dari sebelumnya. Saya rasa BSI juga akan jauh lebih aman ya, sebagaimana kita tahu adanya merger tentu menjadikan evaluasi dari 3 bank tersebut akan menjadikan lebih baik lagi.”⁷¹

Pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Saudari Indri lebih sering bertransaksi menggunakan BSI dari sebelumnya dan beliau juga percaya bahwa BSI jauh lebih baik dan jauh lebih aman dari sebelumnya karena adanya persatuan dari 3 bank untuk saling melengkapi.

⁷¹ Indri, *Wawancara*, 16 Maret 2022.

Keenam, wawancara dilakukan dengan Saudari Sari, beliau menyampaikan pengalamannya selama menggunakan BSI sebagai berikut:

“Saya jarang bertransaksi ya di BSI soalnya dulu punya beberapa rekening BSI untuk memisahkan tabungan, sekarang sama setelah merger jadi sekarang pakai 1 rekening BSI saja. Masih digunakan, tapi jarang bertransaksi offline, biasanya untuk tabungan jadi tidak begitu sering transaksi, setelah masuk transfer ya sudah ditabung saja, untuk beberapa pembayaran mungkin digunakan tapi jarang. Pelayanannya Saya rasa lebih baik ya, dari migrasi kemarin juga penjelasannya cukup baik. Transaksi ya mudah, buktinya selama Saya menggunakan juga belum pernah ada kendala, biasanya kendalanya justru di signal Saya sendiri ya.”⁷²

Pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa BSI jauh lebih baik setelah adanya merger, Saudari Sari sendiri meski tidak terlalu sering bertransaksi menggunakan BSI namun beliau puas selama menggunakan BSI. Alasan jarang beliau kurang menggunakan BSI bukan karena ketidaknyamanan, namun karena rekening yang digunakan memang difungsikan untuk menabung.

Ketujuh, Bapak Agung sebagai nasabah yang memiliki usaha menyampaikan pengalamannya sebagai berikut:

“Saya masih menggunakan seperti yang kita bicarakan beberapa waktu lalu, Saya sedikit bingung waktu awal merger

⁷² Sari, Wawancara, 16 Maret 2022

itu. Cukup sering karena tabungan Saya hasil pendapatan dari beberapa usaha Saya kan Saya simpan di BSI. Saya rasa ada peningkatan ya, dari petugasnya pun bersedia menjelaskan ketika Saya bertanya, mereka juga ramah dan murah senyum. BSI cukup aman untuk transaksi, belum pernah ada kendala yang cukup serius. Sangat mudah mengingat semua fitur yang Saya butuhkan juga sudah tersedia di *m-banking*.⁷³

Kesimpulan dari pernyataan tersebut diatas bahwa Bapak Agung memiliki tingkat transaksi yang cukup tinggi mengingat beliau menggunakan BSI sebagai tempat menyimpan pendapatan dari beberapa usahanya. Beliau juga merasa adanya peningkatan pasca merger.

Kedelapan, transaksi juga dilakukan oleh Saudari Kusuma Pratiwi. Sebagai mahasiswa serta nasabah BSI beliau menyampaikan sebagai berikut:

“Cukup sering pasca migrasi, karena setelah migrasi dan menggunakan *m-banking* BSI Saya lebih sering membeli pulsa melalui *m-banking*, selain mudah juga cepat. Pelayanan selama Saya menggunakan sudah baik. Ada peningkatan juga seluruh karyawan bersedia menjelaskan dengan baik mengenai merger. BSI aman, Saya juga belum pernah dan semoga tidak ada apa-apa. Cukup mudah seperti pulsa misalnya, Saya sering membeli melalui *m-banking*.⁷⁴

⁷³ Agung, *Wawancara*, 18 Maret 2022

⁷⁴ Kusuma Pratiwi, *Wawancara*, 21 Maret 2022

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Saudari Kusuma merasa aman dan diberikan kemudahan dalam bertransaksi khususnya dalam pembelian pulsa melalui *m-banking*.

Kesembilan, Saudari Fania Umami salah satu nasabah yang berprofesi sebagai mahasiswa menyampaikan sebagai berikut:

“Saya sudah melakukan migrasi, hal itu supaya Saya bisa tetap menggunakan BSI baik sebelum maupun sesudah merger. Saya jarang melakukan transaksi melalui *m-banking*, karena *m-banking* Saya terblokir. Saya lebih sering bertransaksi dengan datang ke kantor cabang. Setelah merger menurut Saya juga banyak peningkatan pelayanan. Seluruh lini yang bekerja sangat ramah dan murah senyum. Saya juga merasa aman selama bertransaksi menggunakan BSI. Selama Saya bertransaksi dan mengikuti anjuran yang disampaikan oleh teller.”⁷⁵

Dari pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Saudari Fania menunjukkan bahwa beliau cukup sering bertransaksi pasca melakukan migrasi, namun dikarenakan *m-banking* miliknya terblokir sehingga hanya dapat melakukan transaksi dengan datang langsung ke kantor cabang. Namun hal itu dapat menjadikannya merasakan perbedaan adanya peningkatan pelayanan pasca merger.

⁷⁵ Fania Umami, *Wawancara*, 24 Maret 2022

Kesepuluh, Saudari Iin Kusmia yang menyatakan bahwa intensitas transaksinya menurun setelah melakukan migrasi sebagai berikut:

“Setelah saya melakukan migrasi saya justru saya jarang bertransaksi menggunakan BSI. Bukan karena pelayanan maupun kualitasnya, namun semenjak adanya virus dan adanya kuliah online jadi jarang ke kota. Selain jarak yang cukup jauh juga antre yang cukup panjang membuat saya jarang bertransaksi di BSI. Saya rasa sekitar 6 bulan lalu terakhir saya transaksi dan untuk pelayanannya saya rasa tidak terlalu beda jauh, mungkin hal ini dikarenakan saya jarang bertransaksi jadi tidak bisa membedakan secara jelas. Saya rasa BSI cukup aman untuk menabung. Kalau *m-banking* saya rasa juga mudah dipahami serta fitur-fitur yang menarik.”⁷⁶

Pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Saudari Iin Kusmia jarang bertransaksi menggunakan BSI dikarenakan jarak tempuh serta antre yang panjang di kantor cabang. Meski ia merasa mudah dalam menggunakan *m-banking* namun ia juga tidak begitu sering bertransaksi melalui *m-banking*.

Dari 10 nasabah yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh nasabah bersedia melakukan pembelian ulang atau bertransaksi kembali pasca merger. Meskipun tidak semua nasabah meningkatkan

⁷⁶ Iin Kusmia, *Wawancara*,

intensitasnya dalam bertransaksi namun masih bersedia untuk kembali bertransaksi setelah migrasi.

b. *Retention*

Sebuah produk tentu memiliki pendukung dan juga penentang, keduanya ada untuk menguji loyalitas nasabah. *Retention* atau ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan akan diujikan kepada beberapa nasabah untuk mengetahui loyalitas nasabah.

Pertama, wawancara yang dilakukan dengan Saudari Ikrima mengenai pengaruh negatif tentang perusahaan dengan pernyataan sebagai berikut:

“Kalau Saya kurang memperhatikan ya misal ada yang belum tahu, soalnya menurut Saya kalau pun sebelumnya misal belum tahu wajar, tapi setelah dipublikasikan juga melalui TV juga seharusnya minimal sudah tau ya tentang keberadaan BSI. Saya rasa kalau memandang remeh justru tidak mungkin ya, dikarenakan popularitas BSI sendiri sudah dijamin dan belum pernah ada masalah terkait keberadaan BSI. Saya pribadi jarang ya menyampaikan pengalaman Saya, karena lingkungan Saya rata-rata sudah menggunakan BSI.”

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa BSI sendiri sudah cukup melekat di lingkungan Saudari Ikrima. Beliau juga menyatakan bahwa keberadaan BSI menunjukkan bahwa hanya terdapat kemungkinan sangat kecil untuk masyarakat yang belum mengetahui keberadaan BSI.

Kedua, indikator *retention* akan diurai melalui beberapa pertanyaan kepada Saudari Diyah, beliau menyatakan sebagai berikut:

“Saya rasa kalau belum tahu kemungkinannya sedikit ya, mengingat juga banyak informasi terkait merger. Mungkin mereka hanya belum mengetahui perbedaannya saja. Kalau memandang remeh Saya tidak begitu mendengarkan ya, karena ketika Saya menggunakan pun masih aman. Kalau untuk beradu argumen mengenai merger sepertinya tidak, mungkin hanya menjelaskan seperlunya sebagaimana yang Saya rasakan kemudian sudah tidak memperdulikan orang tersebut.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Saudari Diyah dapat dikategorikan memiliki ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan. Beliau juga bersedia menyampaikan pengalamannya selama menggunakan BSI, namun kurang bersedia untuk beradu argumen dengan orang yang tidak setuju mengenai pengalamannya.

Ketiga, indikator tersebut juga akan diuraikan kepada Saudara Gumelar. Hasil dari wawancara dengan beliau mengenai *retention* sebagai berikut:

“Saya pribadi belum pernah mendengar ya kalau ada yang meremehkan BSI, mungkin pernah itu hanya bertanya perbedaannya saja dengan bank umum. Saya menjawab pertanyaan tersebut juga dengan menyampaikan pengalaman Saya, jadi sebatas sepengetahuan Saya saja. Kalau mereka

kurang setuju Saya tidak begitu memperhatikan ya, tapi Saya menjelaskan mereka menanggapi cukup baik.”

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa lingkungan Saudara Gumelar merupakan orang yang kurang mengenal BSI, meski begitu Saudara Gumelar bersedia untuk menjelaskan sebagaimana yang ia tahu.

Keempat, dilakukan wawancara mengenai *retention* kepada Saudari Karina dengan hasil sebagai berikut:

“Saya mengabaikan hal tersebut ya, mungkin bisa jadi informasi sehingga berhati-hati dalam transaksi, namun kalau sampai berniat ganti rekening sepertinya tidak ya. Kalau beliaunya bertanya dan pernyataannya tidak sesuai pengalaman Saya mungkin Saya akan menambahi sebagaimana pengalaman Saya, tapi kalau untuk berdebat Saya sepertinya tidak bersedia ya.”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Saudari Karina masih tahan terhadap pengaruh buruk. Apa yang disampaikan oleh orang lain sebagai pengaruh buruk hanya akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dan kehati-hatian dalam bertransaksi.

Kelima, Saudari Indri menggambarkan *retention* dengan pernyataan sebagai berikut:

“Sempat memang ada yang belum tahu mengenai BSI, saat Saya minta sebelumnya untuk transfer ke BSI, tapi beliau kurang tahu, setelah Saya tunjukkan beliau tertarik terus

sempat bertanya-tanya Saya jawab sebisa Saya. Iya Saya menjelaskan berdasarkan pengalaman Saya.”⁷⁷

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa beliau bersedia menyampaikan kepada rekannya yang belum mengetahui BSI berdasarkan pengalamannya.

Keenam, Saudari Sari menyampaikan ketahanan terhadap pengaruh mengenai perusahaan sebagai berikut:

“Lingkungan Saya rata-rata sudah tahu ya mengenai keberadaan BSI, hanya saja beberapa memang masih menganggap BSI sama dengan konvensional. Saya tidak mau menggurui ya, jadi Saya jelaskan sebagaimana pengetahuan dan keyakinan Saya mengenai BSI dan konvensional. Ya Saya akan menambahkan sebagaimana pengalaman Saya selama menggunakan BSI.”

Pernyataan tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa beliau bersedia menyampaikan pelayanan serta pengalaman selama menggunakan BSI.

Ketujuh, Bapak Agung menyampaikan tanggapannya mengenai orang yang belum mengenal BSI sebagai berikut:

“Iya memang ada yang belum kenal ya beberapa itu, tahu hanya sebatas ada BSI tapi tak tahu mengenai gabungan dan sejenisnya. Saya kurang begitu peduli kecuali itu mengenai usaha Saya. Misalkan saja ada pelanggan yang mau

⁷⁷ Indri, *Wawancara*, 16 Maret 2022.

melakukan pembayaran melalui transfer maka Saya akan memberitahu setahu Saya mengenai BSI. Iya Saya sampaikan berdasarkan pengetahuan Saya dan pengalaman Saya saja.”⁷⁸

Pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa bapak Agung bersedia memberikan atau berbagi pengetahuannya mengenai BSI kepada rekannya.

Kedelapan, Sudari Kusuma Pratiwi menyampaikan sebagai berikut:

“Karena Saya kuliah di jurusan perbankan jadi teman-teman Saya sudah tahu mengenai merger BSI ya, mereka juga menyambut adanya merger, mereka berharap mampu lebih baik dari sebelumnya. Kalau dilingkungan memang masih belum banyak yang mengenal BSI tapi mereka juga tidak memandang remeh BSI. Ketika Saya menyampaikan pengalaman Saya menggunakan BSI pun mereka juga cukup memperhatikan. Saya sampaikan kenyamanan dan kemudahan Saya dalam transaksi pembelian pulsa mereka juga tertarik.”⁷⁹

Dapat disimpulkan bahwa Saudari Kusuma Pratiwi bersedia menyampaikan pengalamannya selama menggunakan BSI. Beliau juga tidak memberikan tanggapan kurang baik kepada mereka yang belum mengetahui BSI.

Kesembilan, Fania Umami menggambarkan tanggapan masyarakat kepada BSI sebagai berikut:

⁷⁸ Agung, *Wawancara*, 18 Maret 2022.

⁷⁹ Kusuma Pratiwi, 21 Maret 2022.

“Lingkungan rumah Saya belum banyak yang bisa membedakan BSI dengan bank lain, namun mereka tidak merendahkan BSI. Mereka justru menggali informasi dari Saya. Sedangkan untuk lingkungan kampus karena Saya dari jurusan perbankan syariah jadi sudah banyak yang tahu mengenai merger. Untuk lingkungan Saya yang belum tahu ya akan Saya sampaikan sebagaimana pengetahuan Saya mengenai BSI dan pengalaman Saya selama menggunakan BSI.”⁸⁰

Dari pernyataan tersebut diatas dapat kita ketahui bahwasanya Saudari Fania memiliki lingkungan yang menerima dan memberikan tanggapan yang positif mengenai BSI. Saudari Fania juga tidak terpengaruh apabila ada orang yang menyampaikan sesuatu yang kurang baik mengenai BSI, ia justru menyampaikan berdasarkan pengalamannya.

Kesepuluh, Saudari Iin Kusmia menyatakan bahwa lingkungannya masih banyak yang belum mengetahui BSI dengan pernyataan sebagai berikut:

“Memang banyak ya di lingkungan saya yang belum mengenal BSI. Jadi saya menjelaskan bagaimana pengalaman saya menggunakan BSI. Belum lagi jarak tempuh yang jauh cukup membuat mereka kurang pengetahuan mengenai BSI. Mereka lebih tertarik menggunakan bank konvensional karena lokasi yang lebih dekat di lingkungan saya. Saya tidak terpengaruh mengenai hal tersebut, namun memang saya kurang bertransaksi menggunakan BSI.”

⁸⁰ Fania Umami, *Wawancara*, 24 Maret 2022.

Dapat disimpulkan dari pernyataan tersebut diatas bahwa Saudari Iin memiliki ketahanan terhadap apa yang menjadi keyakinan lingkungan sekitarnya untuk menggunakan bank konvensional meskipun beliau tidak memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam bertransaksi namun masih bersedia menggunakan BSI.

Dari hasil wawancara dengan 10 nasabah yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap nasabah memiliki ketahanan terhadap pengaruh negatif. Meskipun masing-masing memiliki tingkatan yang berbeda. Misalnya ada saudari Karina yang enggan untuk berdebat mengenai BSI meskipun beliau bersedia menyampaikan kenyamanannya selama menggunakan BSI.

c. *Referrals*

Referrals dapat digambarkan sebagai kesediaan nasabah untuk mereferensikan atau memberikan rekomendasi kepada rekannya untuk menggunakan BSI. Dengan kata lain nasabah ikut secara tidak langsung mempromosikan BSI kepada rekannya, baik produk maupun perusahaan tersebut. Hal tersebut kiranya perlu dilakukan wawancara kepada nasabah untuk mengetahui kesediaannya merekomendasikan BSI maupun tabungan yang digunakan atau produk yang digunakan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

Pertama, wawancara mengenai *referalls* dengan Saudari Ikrima yang menyatakan sebagai berikut:

“Saya menyampaikan sebagaimana pengalaman Saya, misalnya ketika Saya melakukan transfer itu biasanya sangat cepat dan mudah tanpa ada durasi yang panjang. Itu salah satu kenyamanan transaksi Saya sehingga bisa Saya sampaikan ke rekan yang lain. Saya nyaman menggunakan BSI namun Saya baru menggunakan 1 tabungan saja. Saya merasa sebagai mahasiswa tabungan ini yang paling cocok dengan Saya.”⁸¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Saudari Ikrima cukup puas menggunakan produk tabungan dari BSI. Namun beliau belum mencoba menggunakan produk lain dari BSI dengan beberapa pertimbangan.

Kedua, Saudari Diyah yang menyampaikan kesediaannya loyalitas menggunakan BSI sebagai berikut:

“Saya puas menggunakan BSI, karyawannya ramah, dan Saya juga diperlakukan sebagaimana seharusnya. Saya mewujudkannya dengan tetap menggunakan BSI pasca merger. Saya merasa ada peningkatan juga dalam pelayanannya sehingga Saya tetap menggunakan BSI. Meski tidak menggunakan beberapa produk namun Saya tetap nyaman menggunakan BSI.”⁸²

Sebagaimana Saudari Ikrima, Saudari Diyah pun cukup puas menggunakan produk tabungan BSI, meskipun belum menggunakan produk yang lain dari BSI.

⁸¹ Ikrima, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

⁸² Diyah F., *Wawancara*, 11 Maret 2022.

Ketiga, Saudari Gumelar menggambarkan alasan loyalitasnya menggunakan BSI sebagai berikut:

“Saya paling merasa puas dengan BSI itu dengan adanya administrasi tiap bulannya yang hanya seribu rupiah. Saya sampaikan pula kepada rekan Saya karena biaya yang cukup terjangkau tersebut. Saya belum menggunakan produk yang lain, mengingat transaksi yang Saya lakukan tidak begitu banyak dengan usaha yang masih merintis.”⁸³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa administrasi yang cukup terjangkau menjadikan Saudara Gumelar bersedia memberikan saran kepada rekannya untuk menggunakan BSI, meskipun beliau belum menggunakan produk yang lain dari BSI.

Keempat, Saudari Karina yang menyatakan kepuasannya serta keinginannya untuk menyampaikan mengenai BSI sebagai berikut:

“Saya senang menggunakan BSI dikarenakan setelah merger sepertinya BSI memiliki masa depan atau prospek yang jauh lebih baik. Hal ini saya simpulkan dari adanya penggabungan 3 bank tentunya wawasan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah akan jauh lebih maksimal. Untuk saat ini saya masih menggunakan 1 produk dari BSI. Tapi tidak menutup kemungkinan saya akan membuatkan anak saya

⁸³ S. Gumelar, *Wawancara*, 14 Maret 2022.

rekening di BSI juga untuk mengajarnya menabung dan mempersiapkan masa depannya.”⁸⁴

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun beliau tidak menggunakan produk lain dari BSI namun beliau menyatakan kebanggaannya menggunakan BSI. Selain itu beliau juga menyatakan kesediaannya untuk merekomendasikan rekannya untuk menggunakan BSI.

Kelima, Saudari Indri menggambarkan hubungan loyalitasnya dengan BSI yang cukup dekat sebagai berikut:

“Saya menyampaikan kepuasan menggunakan BSI melalui penilaian kepuasan ya, saya menilai dari link website yang sudah disediakan. Ketika saya scan maka saya akan memberikan penilaian yang baik kepada BSI. Saya menggunakan produk tabungan saja di BSI. Hal ini dikarenakan saat ini tabungan tersebut yang saya butuhkan. Mungkin lain kali kalau saya hendak membuka produk dengan akad lain akan saya pertimbangkan BSI sebagai pilihan.”⁸⁵

Dari pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Saudari Indri bersedia memberikan penilaian melalui web yang tersedia kepada BSI, khususnya BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto untuk membangun BSI lebih baik. Meski beliau belum menggunakan produk lain dari BSI selain tabungan namun beliau bersedia mempertimbangkan BSI jika suatu saat beliau ingin

⁸⁴ Karina K., *Wawancara*, 16 Maret 2022.

⁸⁵ Indri, *Wawancara*, 16 Maret 2022.

membuka rekening dengan akad atau produk lain sesuai kebutuhannya di masa yang akan datang.

Keenam, Saudari Sari menyampaikan loyalitasnya menggunakan BSI melalui pernyataan sebagai berikut:

“Saya menyampaikan kepuasan saya dengan tetap menggunakan BSI setelah dan sebelum merger. Saya memang menutup rekening BSI saya, tapi itu dikarenakan sebelum merger saya memiliki beberapa rekening di BSM, BNIS, dan BRIS, sehingga setelah bergabung saya memutuskan untuk menggunakan 1 saja dan memindahkan tabungan di 1 rekening saja. Saya tidak menggunakan produk jasa lain, saya hanya menggunakan tabungan, tapi saya bangga menggunakan BSI.”⁸⁶

Pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa meski beliau menutup rekening BSI tapi beliau memutuskan hal tersebut untuk mempermudah transaksi di BSI dengan 1 rekening. Beliau masih menggunakan 1 akad atau 1 produk tabungan di BSI namun beliau merasa memiliki tabungan yang aman.

Ketujuh, wawancara dengan Bapak Agung, beliau menggambarkan loyalitas pada BSI sebagai berikut:

“Saya puas menggunakan BSI, meskipun awalnya waktu awal-awal penggabungan itu kan saya bingung banyak yang berubah, seperti harus pakai ATM dimana dan sebagainya, tapi sekarang sudah jauh lebih baik. BSI membutuhkan saya sebagai nasabah dan saya juga membutuhkan BSI untuk

⁸⁶ Sari, Wawancara, 16 Maret 2022

menyimpan uang. Saat ini saya masih menggunakan 1 produk untuk menabung. Rencana menggunakan produk lain belum ada, tapi mungkin bisa dipertimbangkan.”⁸⁷

Kesimpulan dari pernyataan tersebut diatas adalah bapak Agung menggambarkan adanya simbiosis mutualisme dimana beliau dan BSI sama-sama saling membutuhkan. Beliau juga bersedia mempertimbangan produk lain dari BSI dikemudian hari.

Kedelapan, Saudari Kusuma Pratiwi menggambarkan kesediaannya berloyalitas menggunakan BSI sebagai berikut:

“Saya nyaman dan merasakan kemudahan menggunakan BSI, apalagi setelah adanya merger mudah sekali menemui kantor cabang BSI. Kemudahan akses *m-banking* juga menjadi salah satu tetap menggunakan BSI. Karena saya sering membeli pulsa melalui *m-banking*. BSI juga memiliki kesan tersendiri di masyarakat yang mengenal perbankan syariah. Dari bergabungnya bank yang sudah memiliki reputasi baik tentu akan menggiring opini bahwa BSI akan jauh lebih baik kedepannya.”⁸⁸

Dapat disimpulkan bahwa Saudari Kusuma Pratiwi memiliki kenyamanan dan kemudahan dalam menemukan kantor cabang BSI dan kemudahan akses *m-banking* yang digunakan. Beliau juga menyatakan sering bertransaksi pembelian pulsa melalui *m-banking*. Beliau juga menyatakan bahwa adanya penggabungan 3

⁸⁷ Agung, *Wawancara*, 17 Maret 2022.

⁸⁸ Kusuma Pratiwi, *Wawancara*, 21 Maret 2022.

bank menjadi BSI akan menjadikan BSI memiliki citra yang jauh lebih baik lagi.

Kesembilan, Fania Umami sebagai salah satu nasabah menyampaikan loyalitasnya terhadap BSI sebagai berikut:

“Saya merasa aman ketika menggunakan BSI. Ketika saya bertransaksi menggunakan BSI dan terjadi suatu masalah tentu Saya akan menyampaikan ke *customer service*, kalau saya menggambarkan keberadaan *customer service* itu seperti garansi. Ketika saya bertransaksi tentunya saya merasa jauh lebih aman karena terdapat garansi, dari *customer service* yang akan membantu menyelesaikannya. Saya masih menggunakan 1 produk tabungan, sesuai dengan kebutuhan saya, mengingat saya masih kuliah.”⁸⁹

Pernyataan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa Saudari Fania Umami merasa mendapatkan garansi karena ada *customer service* yang akan membantunya ketika melakukan kesalahan transaksi maupun saat terjadi kendala dalam transaksi.

Kesepuluh, wawancara dengan Saudari Iin Kusmia yang menggambarkan alasannya bersedia menggunakan BSI adalah sebagai berikut:

“Menggunakan BSI meski lingkungan saya jarang ada yang menggunakan BSI adalah keputusan saya. Saya senang memiliki tabungan di BSI meskipun sekarang jarang bertransaksi karena cukup jauh jarak rumah saya dengan kantor cabang. Namun, saya juga tidak berniat menutup

⁸⁹ Fania Umami, *Wawancara*, 24 Maret 2022.

tabungan tersebut karena dengan BSI saya bisa menabung tanpa riba.”⁹⁰

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Saudari Iin Kusuma memiliki loyalitas terhadap BSI dengan kebanggaannya menggunakan tabungan tanpa adanya riba. Meskipun saat ini beliau jarang bertransaksi dengan BSI, namun beliau enggan menutup rekeningnya di BSI.

Kesimpulan dari pernyataan 10 nasabah yang bersedia menjadi informan pada penelitian ini adalah seluruhnya bersedia untuk mereferensikan BSI kepada rekan maupun lingkungannya. Meskipun mereka memiliki cara yang berbeda dalam merekomendasikan. Perbedaan alasan tersebut diasumsikan oleh peneliti sebagai bentuk perbedaan transaksi yang bisa digunakan nasabah. Sehingga mereka memiliki penilaian kenyamanan dalam hal yang berbeda.

Dari seluruh poin tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa dari seluruh indikator loyalitas nasabah menurut Kotler dan Keller yang diwujudkan dalam beberapa poin pertanyaan kepada nasabah menunjukkan bahwa 9 dari 10 nasabah BSI memiliki tingkat loyalitas yang cukup tinggi yang diwujudkan dalam kesediaan melakukan migrasi. Selain itu setelah melakukan migrasi nasabah juga masih menggunakan BSI untuk bertransaksi. dari seluruh nasabah tersebut

⁹⁰ Iin Kusmia, *Wawancara*, 25 Maret 2022.

diatas juga memiliki ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai BSI atau bahkan yang belum mengenal BSI. Bahkan hampir seluruh nasabah tersebut diatas nasabah bersedia membagikan pengalamannya dalam menggunakan BSI sehingga bisa menjadi referensi transaksi kepada seseorang yang belum mengetahui BSI. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh nasabah yang bersedia menjadi informan memiliki loyalitas berdasarkan indikator loyalitas tersebut diatas.

2. Dampak Loyalitas Terhadap Tingkat Transaksi Pasca Merger BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

Repeat purchase atau kesetiaan terhadap pembelian produk dimana pelanggan melakukan pembelian ulang dengan teratur.⁹¹ Hal ini dapat dikerucutkan bahwa dalam transaksi perbankan nasabah melakukan kesetiaan pembelian produk dengan tetap melakukan transaksi dalam suatu produk pasca merger bukan melakukan pembelian kembali melalui beberapa produk di BSI. Hal ini dikarenakan informan dalam penelitian ini seluruhnya menyatakan belum memiliki produk BSI lain untuk digunakan. Namun seluruh informan menyatakan kesediaannya untuk kembali melakukan transaksi.

Usai melakukan wawancara tersebut diatas dapat diketahui bahwa 9 dari 10 nasabah masih aktif melakukan transaksi rutin di BSI pasca

⁹¹ Jill Griffin, *Customer Loyalty , How To Earn It, How To Keep It*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 33-34.

merger. Transaksi dilakukan baik secara offline (datang ke kantor cabang) maupun transaksi online melalui *m-banking* masing-masing nasabah. Salah satunya Saudari Kusuma Pratiwi yang menyatakan sebagai berikut:

“Hampir satu bulan sekali saya bertransaksi di BSI, karena saya sering membeli pulsa melalui *m-banking* dengan kemudahan yang ada. Transaksi melalui *m-banking* juga memudahkan saya tanpa perlu keluar rumah dan sebagainya.”⁹²

Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa meskipun intensitas transaksinya tidak begitu tinggi namun Saudari Kusuma Pratiwi menyatakan bahwa transaksinya rutin atau memiliki alur yang sama setiap bulannya.

Selain itu juga terdapat salah satu nasabah yang bertransaksi secara rutin pula. Saudari Ikrima melakukan transaksi secara rutin pula di BSI dengan pernyataan sebagai berikut:

“Tidak terlalu sering dalam bertransaksi ya, sekitar 1-3 kali sebulan untuk kebutuhan disini. Biasanya transaksi ya dapat transfer seperti itu terus saya ambil dan gitu-gitu aja. Karenakan kakak saya juga menggunakan BSI jadi ya saya diminta pakai BSI juga untuk memudahkan transfer.”⁹³

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa saudari Ikrima melakukan transaksi berdasarkan kebutuhan sehari-hari. Sehingga intensitas transaksinya akan menyesuaikan kebutuhan yang ada.

⁹² Kusuma Pratiwi, *Wawancara*, 21 Maret 2022.

⁹³ Ikrima, *Wawancara*, 10 Maret 2022.

Selain itu ada pula nasabah yang memiliki intensitas transaksi cukup dibandingkan dengan yang lain. Saudara S. Gumelar memiliki tingkat transaksi yang cukup dan bisa menyesuaikan dengan kegiatan yang dinyatakan sebagai berikut:

“Ya saya itu menggunakan BSI selain atas keperluan diri sendiri juga untuk organisasi kemanusiaan, sehingga transaksinya itu kadang 5-7 kali dalam sebulan. Kadang bisa lebih kalau sedang ada kegiatan yang mendesak seperti ada bencana. Saya biasanya menggunakan rekening untuk melakukan transfer dana kemanusiaan hasil galang dana dari rekan-rekan pula. Jadi ya rata-rata sekitar 5-7 itu dalam satu bulan.”⁹⁴

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Saudari S. Gumelar memiliki intensitas transaksi yang menyesuaikan dengan organisasi serta kebutuhan pribadinya. Beliau juga menyampaikan bahwa jika terjadi bencana maka transaksi dalam rekening tersebut bisa bertambah dan jumlah tersebut diatas merupakan jumlah rata-rata transaksi dalam satu bulannya.

Selain Saudara S. Gumelar juga terdapat 1 nasabah yang menggambarkan intensitas transaksinya bisa mencapai 15-18 kali dalam pernyataan sebagai berikut:

“Menyesuaikan pekerjaan ya, dikarenakan saya ini *freelancer* jadi kadang kalau lagi sepi transaksinya mungkin sekitar 4-6 kali dalam sebulan. Sedangkan kalau lagi banyak ya bisa sampai 15-18 kali dalam satu bulan. Soalnya itu kan transaksi untuk pendapatan,

⁹⁴ S. Gumelar, *Wawancara*, 14 Maret 2022.

untuk pembelian bahan dan sebagainya jadi ya menyesuaikan panggilan dari pekerjaan saya.”⁹⁵

Kesimpulan dari pernyataan tersebut diatas dapat kita ketahui bahwa Saudari Diyah memiliki usaha *freellancer* yang menjadikannya memiliki intensitas transaksi tidak menentu. Jika sedang memiliki banyak pesanan maka ia bisa melakukan transaksi 15-18 kali dalam satu bulan untuk berbagai jenis keperluan. Baik untuk penerimaan pembiayaan pesanan maupun untuk membeli bahan. Beliau juga menyampaikan bahwa berdasarkan jumlah transaksi yang tidak pasti jumlahnya tersebut beliau lebih sering bertransaksi melalui *m-banking*. Beliau juga menambahkan sebagai berikut:

“Karena jumlah transaksi yang tidak tetap serta lebih banyak untuk keperluan pesanan jadi banyak transaksi melalui *m-banking*. Ya kan selain sekarang musimnya digital juga karena nanti dengan jumlah transaksi tersebut kalau harus melakukan dan menunggu antri di kantor cabang itu lama sekali. Jadi lebih efektif saya menggunakan *m-banking*.”

Dari seluruh nasabah yang bersedia menyebutkan tingkat intensitas transaksinya maka dapat disimpulkan bahwa setiap nasabah memiliki intensitas masing-masing tergantung kebutuhan dan keperluan masing-masing. Namun adanya merger juga menjadikan beberapa nasabah memiliki tingkat intensitas cukup tinggi dalam bertransaksi karena tidak lagi terdapat biaya admin untuk melakukan transfer ke bank yang

⁹⁵ Diyah F., *Wawancara*, 11 Maret 2022.

sebelum melakukan merger. Ada pula nasabah yang menyatakan bahwa intensitas transaksinya masih sama antara sebelum merger dan sesudah merger. Hal tersebut diasumsikan oleh peneliti disebabkan oleh mayoritas nasabah yang menggunakan tabungan *easy wadi'ah* atau tabungan yang berakad titipan. Sehingga jumlah transaksi akan sangat minim karena rekening tersebut memang dikhususkan untuk nasabah yang ingin menabung atau menitipkan uangnya di BSI.



BAB IV

ANALISIS LOYALITAS NASABAH PASCA MERGER DI BSI KCP PONOROGO COKROAMINOTO

Pada bab ini peneliti akan menganalisis secara deskriptif hasil dari pemaparan data pada bab sebelumnya (bab III) mengenai loyalitas nasabah pasca merger di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Bab ini akan menyuguhkan mengenai analisis berdasarkan teori dengan hasil wawancara.

A. Analisis Loyalitas Nasabah Pasca Merger

Dalam proses memaksimalkan penelitian ini maka peneliti menggunakan teori Kotler dan Keller mengenai indikator loyalitas untuk mengukur loyalitas nasabah. Indikator yang disampaikan akan dianalisis berdasarkan hasil pemaparan data oleh nasabah sebagai berikut:⁹⁶

1. *Repeat Purchase*

Repeat Purchase atau kesetiaan terhadap pembelian produk dimana pelanggan melakukan pembelian ulang dengan teratur.⁹⁷ Dari hasil wawancara dengan 10 informan yang terdapat dalam bab sebelumnya (bab III) dapat dianalisis bahwa dalam perbankan syariah khususnya dalam penelitian ini adalah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dapat digambarkan melalui kesetiaan nasabah dalam melakukan transaksi berulang setelah adanya merger. Dimana kegiatan transaksi hanya bisa dilakukan setelah nasabah melakukan migrasi

⁹⁶ Jill Griffin, *Customer Loyalty , How To Earn It, How To Keep It*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 33-34.

⁹⁷ *Ibid.*

sebagaimana disampaikan oleh *customer service*.⁹⁸ Hal ini dikarenakan pasca merger tentunya terdapat beberapa sistem yang akan diselaraskan berdasarkan kesepakatan seluruh pihak bank yang melakukan merger. Salah satunya adalah mengenai buku tabungan.

Nasabah akan diminta untuk mengganti buku tabungan serta ATM guna diselaraskan menjadi sistem BSI. Setelah adanya proses migrasi baru nasabah akan diperkenankan untuk bertransaksi seperti biasa. Hal tersebut yang diuji oleh peneliti, apakah nasabah bersedia untuk melakukan migrasi dan kembali melakukan transaksi kembali setelah merger.

Setelah dilakukan wawancara kepada 10 orang nasabah sebagaimana tersebut dalam bab sebelumnya asumsi peneliti setiap nasabah bersedia melakukan migrasi dengan berbagai alasan. Alasan yang disampaikan oleh Saudari Diyah yang awalnya dari kehilangan saldo merupakan alasan yang sama diungkapkan oleh saudari Karina, Saudari Sari, Saudara S. Gumelar, dan Bapak Agung. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kesamaan dalam alasan melakukan migrasi namun memiliki intensitas penggunaan transaksi yang berbeda. Selain itu peneliti mengasumsikan mereka sering melakukan pengecekan saldo secara berkala. Hal ini dapat diketahui dari pernyataan mengenai saldo yang tiba-tiba hilang.

⁹⁸ Shofiatul M., *Wawancara*, 24 Maret 2022.

Berbeda dengan saudari Ikrima dan Saudari Indri yang melakukan migrasi karena mendapatkan informasi dari BSI. Setelah melakukan migrasi mereka juga masih aktif menggunakan BSI untuk bertransaksi baik melalui *m-banking* maupun dengan mendatangi kantor cabang terdekat guna memastikan proses migrasi. Alasan tersebut diatas memang umum diterima karena dalam proses merger dalam BSI memang melakukan pemindahan saldo serta sistem. Selain itu BSI juga mengupayakan untuk memberikan informasi mengenai merger dan keharusan untuk migrasi melalui pesan.⁹⁹ Sebagai upaya untuk menjaga loyalitas nasabah serta memberikan edukasi nasabah mengenai merger.

Berbagai alasan melakukan migrasi tersebut diatas tetap menjadikan mereka sebagai nasabah tetap bertahan menggunakan BSI dan memilih untuk kembali bertransaksi menggunakan BSI. Meskipun diantaranya ada yang memutuskan untuk menutup beberapa rekening BSI lainnya namun satu rekening yang dipertahankan tetap digunakan semaksimal mungkin untuk bertransaksi. Diantara nasabah lainnya dapat diketahui bahwa keseluruhan nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini bersedia melakukan pembelian ulang atau bertransaksi kembali menggunakan BSI meskipun dengan tingkat yang berbeda serta dengan usaha migrasi yang harus dilakukan terlebih dahulu.

⁹⁹ Ella S (Pegawai bank Ex BRIS), *Wawancara*, 6 September 2021.

Sebagaimana telah disampaikan dalam bab sebelumnya (bab III) bahwasanya dalam penelitian ini mengasumsikan bahwa pembelian ulang dalam teori tersebut merupakan kesediaan nasabah untuk melakukan transaksi kembali pasca merger meskipun terhambat proses migrasi. Hal ini dikarenakan seluruh informan dalam penelitian ini menyatakan belum menggunakan produk BSI lain atau dapat diartikan seluruh nasabah masih menggunakan produk tabungan saja. Sehingga pembelian ulang dimaksudkan dalam penelitian ini sebagai kesediaan nasabah dalam melakukan transaksi kembali.

2. *Retention*

Retention atau ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan dimana konsumen tetap bertahan menggunakan produk tersebut setelah mendengar beberapa berita kurang baik terhadap produk yang digunakan.¹⁰⁰ Seluruh nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini justru bersedia memberikan informasi kepada orang yang belum mengetahui BSI. Mereka bersedia membagikan informasi mengenai pengalaman kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi selama menggunakan produk dari BSI. Meskipun Saudari Karina sebagai salah satu informan tidak bersedia berdebat mengenai perbedaan pendapat atau pandangan mengenai BSI namun beliau bersedia menyampaikan kenyamanannya selama bertransaksi di BSI.

¹⁰⁰*Ibid.*

Berbeda dengan Saudari Iin Kusmia yang mayoritas lingkungannya menggunakan bank konvensional tidak membuat keinginannya gugur untuk tetap mempertahankan menggunakan BSI dengan alasan tidak ingin riba. Beliau juga menyampaikan meskipun jarang bertransaksi karena lokasi cabang yang cukup jauh namun beliau enggan untuk menutup rekening BSI.

Dari berbagai tanggapan nasabah tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh informan dalam penelitian ini memiliki loyalitas dalam indikator ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai BSI. Seluruh informan bersedia memberikan informasi mengenai BSI dan bersedia bertahan bertransaksi menggunakan BSI meskipun ada orang-orang dalam lingkungan mereka yang memberikan pengaruh kurang baik.\

Dari hasil yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya (bab III) serta dibahas secara singkat diatas dapat disimpulkan bahwa setiap nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki tingkat ketahanan yang cukup baik. Namun setiap nasabah tidak memiliki tingkat ketahanan yang setara. Hal ini dapat dianalisis berdasarkan kesediaan atau ketidaksediaan nasabah untuk meluruskan atau memberikan penjelasan mengenai apa yang disampaikan oleh orang yang belum mengerti BSI.

3. *Referrals*

Referrals atau mereferensikan secara total efisiensi perusahaan dimana konsumen ikut serta menyampaikan kepada rekannya atau ikut

serta memberikan rekomendasikan untuk menggunakan produk tersebut.¹⁰¹ Seperti Saudara S. Gumelar yang bersedia menceritakan kepada rekannya mengenai biaya bulanan tabungan di BSI yang hanya seribu rupiah.¹⁰² Hal itu ia sampaikan kepada rekannya untuk menarik minat rekannya menggunakan BSI.

Selain itu, Saudari Iin Kusmia juga bersedia memberikan informasi mengenai keyakinannya bahwa BSI tidak mengandung riba.¹⁰³ Ia juga menyampaikan hal tersebut kepada lingkungannya yang mayoritas menggunakan bank konvensional. Ia bersedia menjadi pelopor lingkungannya untuk menyampaikan bahwa menggunakan BSI akan menjadikan lingkungannya lepas dari riba.

Dari beberapa pernyataan tersebut diatas menunjukkan bahwa seluruh nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini bersedia untuk menyampaikan kesan serta keyakinannya selama menggunakan BSI. Meskipun masing-masing dari informan memiliki cerita yang berbeda dalam menyampaikan maupun merekomendasikan kepada rekannya, namun tujuan mereka adalah memperkenalkan BSI kepada lingkungannya. Seluruh informan juga menunjukkan kerelaannya untuk menyampaikan kemudahan serta kepuasannya dalam selama menggunakan BSI.

Selain itu, dapat diketahui dari hasil data tersebut diatas serta dari bab sebelumnya (BAB III) bahwa setiap nasabah memiliki alasan atau

¹⁰¹ *Ibid.*

¹⁰² S. Gumelar, *Wawancara*, 14 Maret 2022.

¹⁰³ Iin Kusmia, *Wawancara*, 25 Maret 2022.

memiliki kepuasan masing-masing dalam menggunakan BSI sehingga bersedia menyampaikan kepuasannya tersebut kepada rekannya. Hal ini diasumsikan oleh peneliti bahwa adanya kebiasaan atau *behavior* serta *habit* setiap orang dalam melakukan transaksi berbeda. Kebiasaan tersebut tentunya akan mempengaruhi tingkat kenyamanan serta seringnya pengalaman menggunakan fasilitas yang digunakan serta memberikan kesan bagi nasabah tersebut.

B. Dampak Loyalitas Terhadap Tingkat Transaksi Pasca Merger BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto

Kotler dan Keller mengenai gambaran takaran loyalitas pelanggan atau nasabah yang dibagi menjadi 4, yaitu:¹⁰⁴

1. *Makes Reguler Purchase*

Makes Reguler Purchase merupakan suatu kondisi dimana pelanggan atau nasabah menggunakan produk atau jasa dengan berulang atau secara kontinuitas dan tetap melakukan transaksi pembelian diperusahaan yang sama walaupun berbeda produk atau jasa yang dibeli.

2. *Purchase Across Product and Services Line*

Purchase Across Product and Services Line merupakan suatu kondisi dimana pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa yang sama diperusahaan yang sama. Berdasarkan teori tersebut peneliti mengasumsikan bahwa nasabah bersedia menggunakan akan

¹⁰⁴ Bimo Taufan, Edy Yulianto, dkk, "Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38, No.2, (2016), 48-49.

melakukan transaksi jasa diperusahaan yang sama dengan akad yang sama. Dimana kondisi merger atau penggabungan perusahaan tidak menjadi hambatan bagi nasabah untuk tetap menggunakan produk tersebut.

3. *Purchase Across Product and Services Line*

Purchase Across Product and Services Line merupakan suatu kondisi dimana pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa yang sama diperusahaan yang sama. Berdasarkan teori tersebut peneliti mengasumsikan bahwa nasabah bersedia menggunakan akan melakukan transaksi jasa diperusahaan yang sama dengan akad yang sama. Dimana kondisi merger atau penggabungan perusahaan tidak menjadi hambatan bagi nasabah untuk tetap menggunakan produk tersebut.

4. *Refers Others*

Refers Others merupakan pelanggan merekomendasikan dan memberikan respon positif dilingkungan masyarakat. Teori ini diasumsikan dengan kesediaan nasabah untuk memberikan rekomendasi kepada lingkungannya serta menyampaikan hal positif kepada lingkungannya.

5. *Demonstrate Immunity to the pull of the competition*

Demonstrate Immunity to the pull of the competition merupakan suatu keadaan dimana pelanggan mendemonstrasikan sesuatu yang dianggap

sebagai kekuatan yang dimiliki suatu produk dengan produk sejenis dan memiliki fungsi yang sama.

Dari teori tersebut dapat dianalisis berdasarkan informasi nasabah yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini. Dari hasil wawancara seluruh nasabah yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini peneliti mengasumsikan bahwa nasabah bersedia melakukan pembelian ulang atau melakukan transaksi secara berulang sebagaimana telah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Meskipun tidak semua nasabah mampu menggambarkan atau mengira intensitas transaksinya namun mereka menyampaikan kesediaan untuk tetap menggunakan BSI. Hal ini tentunya sesuai dengan teori tersebut diatas bahwa nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki takaran loyalitas yang telah mencapai *makes regular purchase*.

Sebagaimana kesediaan nasabah melakukan migrasi diasumsikan bahwa nasabah tetap menggunakan produk yang sama. Selain itu nasabah juga bersedia menggunakan akad yang sama meskipun sudah merger. Kesediaan nasabah untuk bertahan menggunakan produk akad yang sama tersebut dapat menunjukkan tingkat loyalitas nasabah yang mencapai tahanan *purchase across product and services line*.

Analisis poin selanjutnya pada teori tersebut diasumsikan bahwa seluruh nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki kesediaan menyampaikan kepuasannya, kenyamanannya, serta keyakinannya terhadap BSI sebelum dan sesudah merger. Bahkan

Saudari Iin Kusmia bersedia menyampaikan kepada lingkungannya yang mayoritas menggunakan bank konvensional bahwa BSI tidak menggunakan riba dalam bertransaksi. Sebagaimana citra yang dimiliki BSI dengan tidak bertransaksi secara riba sehingga mampu membangun loyalitas nasabah.¹⁰⁵

Selain itu, ada pula Bapak Agung yang menganggap bahwa BSI dan beliau memiliki hubungan yang saling menguntungkan selayaknya simbiosis mutualisme. Adanya hubungan tersebut membuat beliau bersedia bertahan menggunakan BSI dan bersedia menyampaikan pengalamannya selama menggunakan BSI. Sebagaimana Hill dan Green dalam menggambarkan loyalitas dari adanya hubungan erat antara konsumen dengan perusahaan.¹⁰⁶

Saudari S. Gumelar juga menyatakan kesediaannya memberikan rekomendasi menggunakan BSI dikarenakan adanya biaya bulanan yang menurutnya sangat terjangkau. Sebagaimana disampaikan oleh Macroni pada jurnal yang ditulis oleh Fajrianthi dan Zatul Farrah bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah nilai (harga dan kualitas).¹⁰⁷ Saudari Gumelar memiliki ketertarikan menyampaikan rasa antusiasnya dengan biaya bulanan yang terjangkau namun memiliki fasilitas yang memadai.

¹⁰⁵ Irfan Fahmi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, 66-67.

¹⁰⁶ Novi Kurnia Cahyani, "Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan *E-Channel* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto", *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 17-18.

¹⁰⁷ *Ibid*, 17-18.

Peneliti mengasumsikan bahwa berbagai alasan faktor loyalitas yang disampaikan oleh nasabah sebagai informan dalam penelitian ini mereka bersedia merekomendasikan BSI kepada rekan maupun lingkungannya. Meskipun dengan cara yang berbeda namun semua nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini bersedia merekomendasikan.

Poin teori selanjutnya peneliti asumsikan dengan analisis sebagai penggambaran semangat Saudari Iin Kusmia yang mendemonstrasikan riba yang dilarang agama keyakinannya sebagai kekuatan BSI untuk dibandingkan dengan bank konvensional yang menggunakan riba di tengah lingkungan yang mayoritas menggunakan bank konvensional.

Selain itu, semangat dari Saudara S. Gumelar yang mendemonstrasikan biaya bulanan bank lain dengan biaya bulanan BSI yang sangat terjangkau sehingga mampu menjadi kekuatan BSI. Ada pula nasabah yang enggan untuk mendemonstrasikan, yaitu Saudari Diyah yang bersedia menyampaikan keunggulan BSI namun tidak bersedia mendemonstrasikan sebagaimana pula beradu argumen mengenai BSI. Selain Saudari Diyah, Saudari Karina yang juga menyatakan kesediaannya menyampaikan keunggulan BSI namun tidak bersedia berdebat mengenai BSI.

Dari beberapa demonstrasi tersebut diatas menunjukkan bahwa setiap informan dalam penelitian ini memiliki tingkat loyalitas *demosntraste immunity to the pull of the competition* atau kesediaan

mendemonstrasikan kecuali Saudari Diah dan Karina. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh nasabah yang menjadi informan dalam penelitian ini meski memiliki asumsi yang menunjukkan tingkat loyalitas yang cukup tinggi, namun tidak semua nasabah memiliki peningkatan transaksi. Sebagaimana tertera pada bab sebelumnya, Saudari Ikrima cenderung stabil dengan transaksi 1-3 setiap bulannya menyesuaikan kebutuhan.

Saudari Diah melakukan transaksi 4-6 kali dalam satu bulan atau bisa sampai 15-18 kali dalam satu bulan tergantung pesanan yang diterima. Sedangkan Saudari S. Gumelar memberikan rata-rata transaksi setiap bulannya 5-7 kali. Berbeda dengan itu, Saudari Karina menyatakan bahwa pasca merger cenderung tidak ada perubahan secara signifikan dari rata-rata transaksi setiap bulannya.

Sedangkan Saudari Indri menyatakan bahwa beliau lebih sering bertransaksi di BSI pasca merger karena kemudahan menemukan kantor cabang pasca merger. Hal tersebut berbanding terbalik dengan Saudari Sari yang memutuskan untuk menutup beberapa tabungannya saat melakukan migrasi. Sehingga saat ini beliau mempertahankan 1 rekening di BSI dengan transaksi yang cenderung dilakukan secara online melalui *m-banking*.

Bapak Agung memilih untuk bertransaksi sebagaimana sebelumnya. Sedangkan Saudari Fania Umami menyatakan bahwa pasca migrasi justru membuatnya jarang bertransaksi di BSI. *M-*

banking yang terblokir juga membuatnya lebih condong transaksi melalui kantor cabang. Sebagaimana pula Saudari Iin Kusmia yang menyatakan bahwa setelah merger dan melakukan migrasi ia justru jarang bertransaksi. Ditambah dengan kondisi kuliah yang saat ini dilakukan secara daring membuatnya jarang ke kota. sehingga jarak rumahnya yang jauh dengan kantor cabang pembantu membuat Saudari Iin Kusmia jarang bertransaksi.

Berdasarkan data tersebut, analisis peneliti mengasumsikan bahwa alasan perbedaan jumlah transaksi tersebut dikarenakan rata-rata nasabah yang bersedia menjadi informan merupakan nasabah tabungan *easy wadiah* atau tabungan dengan akad titipan. Tabungan tersebut biasanya memang digunakan untuk transaksi menabung. Diasumsikan oleh peneliti, mayoritas nasabah yang menggunakan tabungan tersebut memang menyalurkan uangnya untuk keperluan tabungan. Mayoritas nasabah menambah nominal tabungan atau bertransaksi untuk menggunakan rekening tersebut sebagai simpanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Loyalitas nasabah pasca merger menunjukkan tingkat baik yang ditunjukkan dalam kesediaan nasabah untuk melakukan migrasi setelah merger. Selain itu nasabah juga bersedia mempertahankan kesediaannya bertransaksi menggunakan BSI meskipun terdapat pengaruh negatif mengenai BSI. Nasabah yang bersedia menjadi informan juga menyatakan kesediaannya untuk mereferensikan BSI kepada rekannya. Hal ini sesuai dengan teori indikator loyalitas yang disampaikan oleh Kotler dan Keller yaitu sebagai berikut: a) *Repeat Purchase*; b) *Retention*; c) *Referrals*
2. Dampak tingkat transaksi nasabah yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini cenderung sama atau cenderung tidak ada perubahan sebelum dan sesudah merger. Meskipun rata-rata informan tidak melakukan transaksi secara intensif setelah merger namun mereka memiliki tingkat loyalitas yang baik. Hal ini diasumsikan oleh peneliti disebabkan oleh tabungan yang mereka gunakan. Mayoritas nasabah yang menjadi informan merupakan nasabah yang menggunakan tabungan *easy wadi'ah* atau tabungan dengan akad titipan sehingga nasabah biasanya menggunakan rekening ini untuk

menabung atau untuk menyisihkan uangnya sebagai dana saving di masa depan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas menunjukkan bahwa loyalitas nasabah yang terbangun semenjak sebelum adanya merger tidak memiliki intensitas peningkatan transaksi yang signifikan. Akan tetapi peneliti menyadari bahwa terdapat kemungkinan kekurangan dalam penelitian ini. Untuk itu, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berkaca dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto dapat terus mempertahankan dan terus memperbaiki pelayanannya untuk meningkatkan loyalitas serta kesediaan nasabah untuk meningkatkan intensitas transaksinya.
2. Bagi nasabah BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto kiranya dapat terus mempertahankan loyalitasnya serta meningkatkan intensitas transaksinya melalui BSI. Hal tersebut merupakan upaya untuk membangun dan mendukung perkembangan BSI yang lebih pesat di kemudian hari.
3. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menggali informasi jauh lebih lengkap dari nasabah serta mampu menambah bahan rujukan serta eksplorasi lebih jauh mengenai ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adellia, Febrina. “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Nasabah,” *skripsi* (Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2018).
- Afdi, Muhammad, dan Nizar, *Strengthening Sharia Banking through Merger or Consolidation*, (Jakarta:MPRA, 2020).
- Afrizal, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).
- Alfin, Muhammad Rheza, dan Sahidilah Nurdin, “Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1, No. 2, (2017).
- Anwar, Hairul,. “Pengaruh Dimensi Brand Positioning dan Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah: Studi Empiris Tentang Penerapan Aplikasi Bank Tabungan Pensiunan Nasional Jenius”. *Jurnal INTKNA*, Vol. 21, No. 1, 2021.
- Atikah, Ika,. “Penguatan Merger Bank Syariah BUMN dan Dampaknya dalam Stabilitas Perekonomian Negara”, *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I Sinta*, Vol. 8, No. 2, (2021).
- Atmaja, Jaka,. “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB”, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No. 1, 2018.
- Aurefanda, Vino,. “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Skripsi* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry).
- Cahyani, Novi Kurnia, “Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Penggunaan *E-Channel* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto”, *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo).
- Damanuri, Aji, *Metodologi Penelitian Mu’amalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010).
- Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

- Djasuro, Putri Apriyani, dkk, “Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No.2, 2017.
- Enzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010).
- Fahmi, Irfan., *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, 2019.
- Firmansyah, Arief Firidy,. “Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah” *Jurnal Ekonomi Islam*, 3, (2019).
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty , How To Earn It, How To Keep It*, (Jakarta: Erlangga, 2005).
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015).
- Hermawan, Budi, “Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek, dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul”, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 2, No. 2, 2011.
- Jeyalakshmi, P. R., & A. S. Lakshmi Rani. (2020). Merger and Consolidation of Indian Public Sector Banks-An Analysis. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 1(1), 548-550.
- Laely, Nur,. “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri.”. *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol. 3, No. 2, 2016.
- Luthfiyah, Muh. Fitrah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2017).
- Mahastika, I Made,. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Artha Sedana di Tabanan”. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1, No.2, 2021.
- Mamang, Etta, dan Sopiiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Publisher, 2010).

- Marlius, Doni, “Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan”, *Jurnal Pundi*, Vol. 01, No. 03, 2017.
- Miles, Mallew B. dan A Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta : UI Press, 1992).
- Muhajir, Neong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998).
- Muhammad Rheza Alfin, Sahidilah Nurdin. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere*[Store Atmosphere Effect] *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 250.
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003).
- Murdifin, Imaduddin “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT Pegadaian di Kota Makassar”, Vol. 2, No.1, (2021).
- Murdifin, Imadudin,. “Analisis, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian di Kota Makassar”. *Equilibrium Journal Celebes*, Vol. 2, No.1, (2021).
- Nisazizah Berlian, dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 7, No. 4, 2018.
- Normasari, Selvy, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No.2, 2013.
- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 06, No.02, (2013).
- Prastowo, Andi,. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Jogjakarta: A-Ruzz Media, 2016).
- Putra, Ilham Fauzan, Nila Amelia Windasari, Gita Hindrawati, & Prawira Fajarindra Belgiawan. (2021). Is Two Always Better Than One? Customer

- Perception on the Merger of Startup Decacorn Companies. *Journal of Open Innovation Technology, Market, and Complexity*, 7(239), 6-8.
- Rofi'udin, Fuad,. Sejarah Perkembangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 1991-2002, *Skripsi*, Fakultas Adab dan Humaniora. Sejarah Peradaban Islam. UIN Sunan Ampel. Surabaya, 2020.
- Rohayati,. Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Impian Pada BSI Syariah Kantor Cabang Jombang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Perbankan Syariah. IAIN Ponorogo. 2020.
- S., Papathanasiou, Mylonas P., & Kenourgios D. (2018). Bank Mergers-Takeovers and Customer Satisfaction: The Case of a Greek Commercial Bank. *International Journal of Finance, Economics and Trade*, 2(2), 13-14.
- Shalihah, Nur Fitriatus,. “Merger 3 Bank Syariah BUMN, Bagaimana Dampaknya bagi nasabah?” dalam <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/13/192000665/merger-3-bank-syariah-bumn-bagaimana-dampaknya-bagi-nasabah-?page=all>, (diakses pada tanggal 14 Maret 2021, 15.30).
- Sinaga, Unggul Raga Tua, dkk,. “Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Konvensional”. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 6, No. 5, 2021.
- Sobarna, Nanang,. “Analisis Perbedaan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional”, *Eco-Iqtishodi*, Vol. 3, No. 1, (Juli:2021).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 293.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016).
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2006), 338.
- Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).
- Suryani,. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Atribut Produk Perbankan Syariah Terhadap kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah Kantor Cabang

- Pembantu Ponorogo. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Perbankan Syariah. IAIN Ponorogo. 2019.
- Suwarsono, Djanut Totok, & Basrowi. (2021). The Impact Of The Gojek And Tokopedia Mergers On The Welfare Of Gojek Drivers. *Bina Bangsa International Journal of Business and Management*, 1(2), 130-131.
- Taufan, Bimo, & Edy Yulianto. (2016) *Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan* [Effect of E-Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty]. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), 48-49.
- Taufan, Bimo, Edy Yulianto, dkk, “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38, No.2, (2016).
- Taufan, Bimo, Edy Yulianto, dkk., “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 38, No.2, (2016), 48-49.
- Tjahjaningsih, Endang, “Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 28, No. 2, 2013.
- Utami, Anisa Aristanti,. 2017. Pengaruh Merger Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Daftar Efek Syariah.*Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Ekonomi Islam. IAIN Raden Intan. Lampung.
- Vidya, Herviana, Anik Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No.1, 2018.
- Wahyul karimah, Annisa, “Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, (April 2018).

- Wijayanto, Kusuma, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank", *Jurnal Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 17, No.1, 2015.
- William, Henry, Wei He, & Susan E. Connors. (2018). Stakeholder Loyalty in Merger: an Application of Theory of Planned Behavior. *Journal of Academic Administration on Higher Education*, 14(1), 40-41.
- www.bsi.co.id
- Yafi, Shafira Yassar,. Strategi Pemasaran Produk Tabungan BNIiB Hasanah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta. *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Keuangan dan Perbankan. Universitas Islam Indonesia. 2020.
- Yudiadar, Ni Komang Pani, Made Dian P, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan-Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem", *Jurnal Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, dan Pariwisata*, Vol. 1 No. 1, 2020.
- Gonzalez, Paula Alvarez, & Carmen Otero-Neira. (2019). The Effect of Mergers and Acquisitions on Customer-Company Relationships: Exploring employees perceptions in the Spanish Banking Sector. *International Journal of Bank Marketing*, 10(11).

