Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)
Vol. 3 No. 2 Desember 2024
p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315
Web: https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs
DOI: https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900

Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Masyarkat Muslim Kepada Bank Syariah Terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia

Tika Rahayu Ningsih[1], Sabirin[2], Luqman[3], Zaenuddin[4], Dwi Surya Atmaja[5]

IAIN Pontianak, Indonesia[1, 2, 3, 4, 5]
Sabirin_bisa@yahoo.com*

Abstract

The purpose of this study is to find out: (1) The influence of knowledge of the Muslim community on Sharia Banks on interest after the *merger* of Bank Syariah Indonesia. (2) The influence of the understanding of the Muslim community on Sharia Banks on interest after the *merger* of Bank Syariah Indonesia. (3) The influence of knowledge and understanding of the Muslim community on Sharia Banks simultaneously on interest after the *merger* of Bank Syariah Indonesia. This type of research is quantitative. The population is the Muslim community of East Pontianak District. Sampling used *probability sampling* techniques with simple *random sampling* using the *Slovin* formula. The data collection method used a questionnaire using *Google Form* which was distributed to 100 samples of the East Pontianak Muslim community. Data were processed using SPSS 21. Data analysis used multiple linear regression. The results of this research show that: (1) The Muslim community's knowledge of Sharia Banks has a positive effect on interest in using Sharia Banks after the *merger* of Bank Syariah Indonesia. (2) The Muslim community's understanding of Sharia Banks has a positive effect on interest in using Sharia Banks after the *merger* of Bank Syariah Indonesia. (3) The Muslim community's knowledge and understanding of Sharia Banks simultaneously has a positive influence on interest in using Sharia Banks after the *merger* of Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Knowledge, Understanding, Islamic Bank, interest, Indonesian Sharia Bank *Merger*

Abstrak

Tujuan dalam Penelitian ini yaitu untuk mengetahui: (1) Pengaruh pengetahuan masyarakat Muslim kepada Bank Syariah teterhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. (2) Pengaruh pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah terhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. (3) Pengaruh pengetahuan dan pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah secara simultan terhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu masyarakat muslim Kecamatan Pontianak Timur. Teknik pengambilan sampel

menggunakan teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling* menggunakan rumus *slovin*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner melalui *Google Form* kepada masyarakat Muslim Pontianak Timur. Pengambilan sampel adalah 100 responden. Kemudian data diolah menggunakan SPSS 21. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pengetahuan masyarakat Muslim kepada Bank syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. (2) Pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. (3) Pengetahuan dan Pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah secara simultan berpengaruh positif minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia.

Kata kunci: Pengetahuan, Pemahaman, Bank Syariah , minat, *Merger* Bank Syariah Indonesia

I. Pendahuluan

Perbankan syariah selaku lembaga keuangan Islam telah berkembang sejak lama di Indonesia, dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Sejalan dengan perkembangan Perbankan Syariah yang sedang berlangsung, ditengah maraknya keuangan negara yang menggunakan sistem perbungaan, Perbankan Syariah terkesan berkembang pesat, dan beberapa bank umum sudah mulai turut serta dalam bisnis Perbankan Syariah. Hal ini terlihat dari aktivitas beberapa bank yang memanfaatkan kerangka syariah diantaranya ada Bank Umum Syariah, Bank Unit Usaha Syariah, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (Fachrurazi & Nurcholifah, 2021:13-14).

Menurut OJK, (2020). mencatat jumlah Bank Syariah di Indonesia berjumlah ada 14 Bank Umum Syariah, 20 Unit Usaha Syariah dan 176 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Menurut Aldin, (2021). Menyebutkan dari berdasarkan laporan OJK, total aset keuangan syariah di Indonesia di luar saham syariah sebesar 4,6% meningkat dari total aset pada akhir tahun 2020 yaitu Rp 1.801,46 triliun, pada Juni 2021 mencapai jumlah Rp 1.885,65 triliun. Tabungan Perbankan Syariah tumbuh 80% setiap tahun dari 2018 hingga Maret 2021, melebihi tingkat pertumbuhan tabungan Perbankan Konvensional yang hanya 18%. (VOA, 2021). Menurut Aldin, (2021). Juga mengatakan, meskipun data tersebut mengalami pertumbuhan, Indonesia masih belum bisa menggambarkan kekuatan Perbankan Syariah di negara yang mayoritasnya Muslim. Karena pangsa pasar Perbankan Syariah perJuni 2021 hanya mencapai 6,59% sedangkan Perbankan Konvensional 93,41%. Sepatutnya Indonesia sebagai negara yang mayoritas masyarakatnya Muslim, menjadi pusat Perbankan Syariah di dunia dimana masyarakat muslim banyak yang menggunakan Bank Syariah. Namun sampai saat ini jumlah Sektor Keuangan Syari'ah di Indonesiapun masih belum bisa menyaingi jumlah Sektor Keuangan Konvensional sehingga jumlah nasabah pada Bank Konvensional di Indonesia lebih mendominan dan masih melampaui jumlah nasabah pada Bank Syariah, karena akses Bank Konvensional yang mudah dijangkau dimana saja, baik ATM dan bank menyebar diseluruh daerah,

dikampung maupun dikota dan juga faktor selanjutnya masih ada yang tidak tahu mengenai Bank Syariah (Sandi, 2022).

Tanggal 1 februari 2021 aksi *merger* tiga tiga Bank Syariah dilakukan yakni dari Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) dari pemerintah melalui kementrian BUMN (Kemenkeu RI, 2021). Tujuannya mendorong Bank Syariah semakin besar yang mampu memasuki pasar internasional dan memberdayakan pertumbuhan moneter syariah di Indonesia. Menurut Safitri, (2021). Penggabungan Bank Syariah ini menciptakan Bank Syariah yang lebih modern, inovatif, berbasis digital, berskala global sehingga bisa memberikan manfaat yang lebih luas dan memakmurkan perekonomian Indonesia.

Berjalan setahun, pada tahun 2022. BSI setelah *merger* mencatat jumlah nasabah 17,78 juta naik dari sebelumnya pada awal-awal diresmikannya BSI hanya 15,93 juta nasabah. Sementara itu pada tahun 2022 juga jumlah aset BSI mengalami kemajuan pesat setelah merger. BSI mencatatkan jumlah aset hampir Rp 306 triliun, naik 15% (Burhan, 2023).

Menurut Mujiono S, (2022). Dalam penelitiannya mengatakan *merger* nya 3 Bank Syariah BUMN menjadi BSI mempengaruhi minat nasabah. Minat itu sendiri faktor yang mempengaruhinya, salah satunya yaitu pengetahuan dan juga pemahaman seseorang. Menurut Hasibuan & Wahyuni, (2020). Mengatakan, dalam pemilihan Bank syariah, Faktor yang penting mempengaruhinya yaitu pengetahuan masyarakat. Karena pengetahuan yang baik sangat mempengaruhi minat seseorang dalam memutuskan atau menggunakan sesuatu (Yuliani, 2021). Apabila tingkat pengetahuan masyarakat tinggi, masyarakat dapat menentukan pilihan yang lebih baik. Masyarakat bisa lebih cerdas dalam menangani informasi data yang diperolehnya. Karim, (2020). Pengetahuan nasabah menjadi faktor dasar dalam kemajuan Bank Syariah.

Pengetahuan yang baik yang dimiliki dalam diri seseorang, dapat menumbuhkan pemahaman yang baik juga pada Bank Syariah terutama pada produk maupun jasa Bank Syariah. Rahmi, (2023). Secara signifikan pemahaman seseorang kepada Bank Syariah terutama terhadap produk mempengaruhi minat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Pontianak Timur merupakan kecamatan yang terletak dikota Pontianak provinsi Kalimantan Barat, yang terdiri dari berbagai jenis suku meliputi suku Timur Tengah (Arab), Melayu, Dayak, Tionghoa (Cina), Banjar, Bugis, Madura, Jawa, Sunda, dan lain sebagainya. Namun didominasi oleh masarakat bersuku Melayu, dengan budaya Islam yang sangat kental. Jadi mayoritas masyarakat Pontianak Timur dihuni dengan masyarakat muslim. Berikut adalah data penduduk Kecamatan Pontianak Timur berdasarkan agama :

Tabel 1. Data Penduduk Kecamatan Pontianak Timur Berdasarkan Agama

No	Nama	Budha	Hindu	Islam	Katholik	Konghucu	Kristen	Lain
1	**Banjar Serasan**	110	-	12400	63	2	65	-
2	**Dalam Bugis**	439	-	18153	169	26	145	-
3	**Parit Mayor**	357	17	8998	241	18	255	-
4	**Saigon**	1210	15	22565	1090	3	1118	3
5	**Tambelan Sampit**	171	-	7574	19	9	43	-
6	**Tanjong Hilir**	149	2	11412	90	-	74	-
7	**Tanjong Hulu**	2926	30	13906	1788	106	1548	-
	Jumlah	5326	64	95008	3460	164	3248	3

Sumber : https://data.pontianak.go

Tabel 1. laman data.pontianak.go diatas memperlihatkan data desa kecamatan Pontianank Timur tahun 2021 yang didominasi oleh penduduk bergama Islam dan Dari halaman BPS postingan terakhir pada tahun 2022 Total penduduk yang beragama Islam di kecamatan Pontianak Timur sebesar 95. 846. Hal ini bisa menjadi potensi yang sangat besar bagi ekonomi syariah, khususnya di sektor Perbankan Syariah. Sehingga akan terwujud dalam pengembangan Perbankan Syariah dari dukungan umat Islam itu sendiri. namun tidak bisa dipungkiri masih terdapat banyak masyarakat yang menggunakan Bank Konvensional karena minimnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai Bank Syariah juga penyebabnya karena lokasi Bank Konvensional yang sangat mudah diakses dibanding Bank Syariah. penyebaran kantor Bank Konvensional yang lebih merata, ada dimana mana dibanding Bank Syariah yang masih minim jumlah kantornya.

Aksi *merger* Bank Syariah yang sudah berjalan, diperlukannya riset tentang pengetahuan dan pemahaman masyarakat kepada Bank Syariah terhadap aksi *merger* Bank syariah (BSI), bagaimana pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang *merger* nya Bank Syariah (BSI), sebagai faktor untuk menentukan minat mereka dalam menggunakan jasa BSI. Mengingat salah satu sasaran penggabungan Bank Syariah adalah untuk membangun bagian dari perbankan syariah dengan cara mensosialisasikan Perbankan Syariah kepada masyarakat luas, maka kemajuan Perbankan Syariah perlu mendapat kesadaran dari masyarakat daerah setempat itu sendiri. Bagaimana Bank Syariah mau dikenal oleh masyarakat jika masyarakat sendiri kurang tau atau peduli terhadap

perkembangan Bank Syariah. Jika kepedulian masyarakat sangat minim terhadap perkembangan Bank Syariah (*merger* nya Bank Syariah BUMN menjadi BSI) berarti minimnya dukungan masyarakat terhadap keuangan syariah. Maka akan sulit Bank Syariah dalam meningkatkan kontribusinya secara signifikan terhadap ekonomi nasional.

Ketika masyarakat tau mengenai *merger* Bank Syariah. Masyarakat dapat menilai kebijakan-kebijakan yang telah berubah setelah bank melakukan merger dan memberikan pendapatnya juga dukungannya serta menentukan minatnya untuk menjadi nasabah di Bank BSI bank hasil *merger*. Untuk itu diperlukan pengetahuan dan pemahaman masyarakat sebagai penentu minat menjadi nasabah untuk menggunakan BSI Bank hasil *merger*. Dengan memberikan pengarahan yang baik dan jelas kepada calon nasabah baru maupun nasabah lama, sehingga nantinya nasabah dapat percaya dalam menggunakan jasa BSI Bank hasil *merger*. Dijelaskan pula bahwa saat ini Bank Syariah sudah dalam keadaan *merger* atau penggabungan dari beberapa Bank Syariah.

Dari uraian latar belakang yang dibincangkan diatas, maka permasalahan yang ingin dirumuskan adalah : (1) Apakah pengetahuan masyarakat Muslim kepada Bank Syariah berpengaruh terhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia ? (2) Apakah pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah berpengaruh terhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia ? (3) Apakah pengetahuan dan pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia ?

II. Kajian Literatur

1. Landasan teoretis

a. Pengetahuan

Menurut Cahaya & Nurlaila, (2022). Pengetahuan adalah kumpulan informasi yang didapatkan oleh seseorang dan kemudian membuatnya mempunyai pengetahuan terhadap suatu hal. Pengetahuan diperoleh diperoleh melalui mata dan telinga dengan melihat dan juga mendengarkan sekelilingnya. Pengalaman yang dialami juga membuat seorang memperoleh pengetahuan, ini menjadi sebuah pengetahuan yang diperoleh individu. Faktor yang digunakan dalam pengambilan keputusan seseorang salah satunya yaitu pengetahuan. Masyarakat sebagai konsumen yang akan menentukan keputusan untuk melakukan pembelian.

Menurut Peter & Olson, dalam Hadinda, (2019). Terdapat dua macam pengetahuan yaitu :

1. Pengetahuan Umum

Pengetahuan yang berbicara mengenai definisi konsumen atas informasi yang penting didalam lingkungan. Misalnya konsumen membuat pengetahuan umun mengenai klasifikasi kategori produk, toko, bank, pola prilaku tertentu (orang lain/diri sendiri).

2. Pengetahuan Prosedural

Informasi tentang bagaimana sesuatu dilakukan dan jjuga disimpan dalam ingatan sebagai semacam hubungan "apabila.., maka.." dengan gagasan fenomena dan perilaku yang sesuai.

Sedangkan menurut Engel & dkk, dalam Handida, (2019). Terdapat tiga macam pengetahuan konsumen yaitu :

1. Pengetahuan Produk

Sejumlah gabungan informasi yang berkaitan dengan produk yang terdiri atas merk produk, atribut produk, maupun fitur poduk juga kepercayaan terkait produk.

2. Pengetahuan Pembelian

Demi mendapatkan suatu produk konsumen mengolah Berbagai macam informasi yang didapatnya. Pengetahuan pembelian adalah konsumen mengetahui kapan dan dimana harus beli produk. Apabila konsumen memilih untuk membeli suatu barang atau produk, dia kemudian menentukan dimana dan kapan dia akan membeli barang atau produk tersebut. Pilihan konsumen mengenai tempat membeli barang atau produk akan menjadi penentu oleh pengetahuannya.

3. Pengetahuan Pemakaian

Bagi konsumen apabila suatu produk telah dimanfaatkan atau dikonsumsi maka produk tersebut mempunyai nilai. Memesan suatu produk jika produk itu bisa memberi manfaat yang besar dan kepuasan yang luar biasa bagi konsumen, maka pada saat itu wajib bagi konsumen untuk dapat memanfaatkan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan baik.

b. Pemahaman Masyarakat Muslim

Menurut Anand & Kayati, (2020). Pemahaman adalah proses, perbuatan dan cara memahami. Pemahaman juga proses, cara memahami, dan mempelajari sesuatu dengan bersamaan agar pengetahuan seseorang dapat bertambah. Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk memahami pengetahuannya, proses atau suatu perbuatan memahami sesuatu setelah sesuatu itu di ketahui dan diingat lalu mampu menjelaskan kembali sesuatu yang telah diketahui dan diingat tersebut.

Mengenai hal ini pemahaman sebagian besar umat Islam Indonesia untuk memaknai perbankan syariah secara keseluruhan masih kurang, khususnya pada produk-produk yang ada di Bank Syariah. Terutama terkait produk dan prinsip operasional yang ada di Perbankan Syariah, pemahaman masyarakat terhadap hal ini masih minim. Prinsip Bank Syariah yang dikenal masyarakat sebagian hanya bagi hasil saja yang sebenarnya ada banyak produk Bank Syariah dengan prinsip operasional lainnya yaitu ada *syirkah*, *musyarakah*, *murabahah*, *wadiah*, *ijarah* dan lainnya.

Pentingnya memiliki pemahaman yang baik terhadap Bank Syariah. Terutama disetiap Muslim, mempunyai pemahaman yang baik juga menentukan seseorang dalam mengambil tindakan untuk menggunakan sesuatu. Dalam Perbankan Syariah, Pemahaman yang baik dapat membantu seseorang dalam memilih untuk menggunakan produk layanan Bank Syariah. Prinsip Perbankan Syariah yang harus dipahami umat Islam, ada beberapa diantaranya yaitu tidak adanya kegiatan spekulatif yang tidak bermanfaat seperti kegiatan judi (*maysir*), kegiatan yang tidak jelas (*gharar*), kegiatan yang berbunga (riba), dan kegiatan yang tidak sah atau dirugikan (batil) dan paham bahwa Bank Syariah kegiatannya hanya sekedar membiayai kegiatan halal-halal saja. Lalu masyarakat juga harus menyadari dan memahami perbedaan yang dimiliki Bank Syariah dan Bank Konvensional yang sangatla berbeda. Tujuan ini agar masyarakat umat Islam dapat menilai mana yang baik dan mana yang buruk untuk kehidupannya baik di dunia maupun di akhirat.

Menurut Az-Za'balawi, dalam Yanti, (2020). Menyebutkan pemahaman bukan hanya sebatas dengan perasaan-perasaan yang ada saat ini, namun juga di pengaruhi dari pengalaman sebelumnya. Secara keseluruhan, terbentuknya pemahaman dari perasaan-perasaan saat ini dan dari unsur unsur psikologis pada masa lalu. Pemahaman seseorang juga dipengaruhi melalui fisiologi, pertumbuhan organis, akal, dan emosi juga sosial nya. Sesuai Polya dan Susanto, dalam Yanti, (2020). Berikut ini adalah Langkah-langkah Pemahaman seseorang untuk melawan atau menangani suatu masalah :

1. Pemahaman dalam mengenali masalah
2. Pemahaman dalam membuat rencana
3. Pemahaman dalam melaksanakan rencana
4. Pemahaman dalam melihat Kembali

c. Bank Syariah

Hakekatnya bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat. Sistem keuangan di Indonesia mempunyai dua jenis sistem keuangan, ada Bank Syariah dan ada Bank Konvensional. Dalam UU Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, Bank Syariah adalah bank yang menyelenggarakan kegiatannya dengan memperhatikan standar syariah Islam atau peraturan Islam yang diatur fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), seperti kemaslahatan, keadilan, keseimbangan, universalisme, dan tidak mengandung barang-barang yang diharamkan seperti *maysir*, *gharar*, riba (Andrianto & Firmansyah, 2019: 23).

d. Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia

Menurut Raymond (2020: 158). Minat adalah sebagai suatu keinginan yang muncul dari dalam diri seorang atau yang diberikan dari seseorang pencetus dalam keputusan pembelian, di mana orang tersebut yang pertama kali mengusulkan gagasan kepada orang lain untuk membeli suatu produk atau jasa.

Menurut Suwarso, (2018). Minat akan terlihat dengan baik apabila seorang tersebut menemukan suatu objek yang disukainya dengan tepat dan juga berhubungan langsung dengan keinginan tersebut. Suatu minat harus memiliki objek yang jelas agar nantinya mempermudah kemana tujuan arahnya seseorang harus bersikap dan tetap menuju objek yang tepat. Intinya minat yaitu keinginan yang dimiliki seorang secara sadar dan mendorong orang untuk memperoleh subjek khusus, aktivitas, pemahaman dan keterampilan untuk tujuan perthatian ataupun pencapaian yang diinginkan. Minat kaitannya dengan rasa tertarik, suka ataupun senang terhadap objek atau aktivitas.

Dalam penelitian ini minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah setelah *merger* nya Bank Syariah Indonesia dilihat dari seberapa jauh pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai BSI yang akan menimbulkan rasa ketertarikan, suka ataupun senang terhadap BSI.

Pada tanggal 1 Februari 2021 Bank Syariah Indonesia (BSI) resmi *merger*. Menurut Wiyono, (2021). *Merger* adalah bergabungnya paling sedikit dua perusahaan dimana hanya satu perusahaan yang berdiri sedangkan yang lain operasinya diberhentikan atau dibubarkan. perusahaan yang terpecah memindahkan sumber daya dan tanggung jawab kepada perusahaan yang tetap berdiri untuk memegang kendali sehingga perusahaan yang tetap berdiri mengalami perluasan sumber daya. Ada beberapa alasan dilakukannya *merger* Bank Syariah Indonesia diantaranya sebagai berikut :

1. Pertumbuhan Atau Diversifikasi
2. Meningkatkan Dana
3. Menciptakan Sinergi
4. Pertimbangan Pajak
5. Meningkatkan Keterampilan Perusahaan
6. Melindungi Diri Dari Pengambilalihan
7. Meningkatkan Likuiditas Pemilik

Menurut Hery Gunardi selaku Pimpinan Bank Syariah Indonesia, ada beberapa faktor *merger* yang memberikan nilai dan patut diapresiasi. yaitu sebagai berikut :

1. Produk Yang Inovatif
2. Sumber Daya Manusia Yang Kompeten
3. Sistem Teknologi Informasi Yang Andal
4. Jaringan Yang Luas
5. Permodalan Yang Kuat
6. Efisiensi

2. Studi terdahulu

Menurut Darna dan Ikhsan, (2021). Dalam penelitiannya tentang "Persepsi dan Literasi Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Sebagai Bank Hasil *Merger*". Hasil penelitian secara parsial tidak terdapatnya pengaruh antara literasi/pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah bank BSI secara signifikan. Ini dikarenakan pengetahuan msyarakat dalam penelitiannya masih sangat rendah terhadap Perbankan Syariah dan BSI. Namun secara simultan persepsi dan literasi/pengetahuan BSI berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah BSI secara signifikan.

Sedangkan menurut Firmansyah, (2019). Dalam penelitiannya tentang "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah". Hasil yang diperoleh secara parsial terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya, kemudian secara simultan terdapat pengaruh positif pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.

Begitupun menurut Fariani dan dkk, (2021) dalam penelitiannya tentang "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia". Hasil yang diperoleh secara parsial dan simultan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Indonesia.

Menurut Maharani dan Mulia (2023) dalam penelitiannya tentang "Pengaruh Pemahaman Tentang Sistem Bunga Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah". hasil diperoleh secara parsial pemahaman bunga bank berpengaruh positif terhadap minat menabung sedangkan untuk pemahaman bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah. Ini dikarenakan kurang adanya pemahaman yang cukup tentang bagi hasil Bank Syariah sehingga kurang tertarik menggunakan jasa Bank Syariah. Terkait ini pihak Bank Syariah perlu usaha keras lagi untuk memperkenalkan Bank Syariah agar memperoleh pemahaman terkait Bank Syariah. namun secara simultan kedua variabel mempengaruhi minat menabung dibank syariah.

Sedangkan menurut Fajri Rahmi, (2023). Dalam penelitiannya tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry)". Hasil diperoleh secara parsial bahwa pemahaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia. Dan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan pemahaman produk juga berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry pada Bank Syariah Indonesia.

III. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu pengetahuan (X1), dan pemahaman (X2) masyarakat Muslim kepada Bank Syariah terhdap variabel dependen minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia (Y). Populasi yang digunakan masyarakat Muslim Kecamatan Pontianak Timur.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling dengan simple random sampling yaitu membuka kesempatan yang samarata keseluruh anggota yang akan menjadi sampel dari anggota populasi. Dan tehknik jenis yang digunakan yaitu Simple Random Sampling, mendapatkan anggota sampel secara acak dalam populasi lacak tanpa melihat strata (Sugiyono, 2019: 82). Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sehingga memperoleh 100 responden yang akan jadi sampel.

Data yang digunakan data primer dan juga sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuisioner yang disebarkan melalui google form kepada masyarakat muslim kecamatan Pontianak Timur kota Pontianak. Tentang pengaruh pengetahuan dan pemahamannya kepada Bank Syariah terhadap minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. Kuisioner yang digunakan menggunakan skala likert berupa pilihan ganda atau checklist dengan bertujuan mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang maupun sekelompok terkait pristiwa yang diangkat. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil referensi atau literasi seperti karya ilmiah, jurnal, buku bacaan dan berbagai sumber lainnya yang terkait dalam penelitian.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini teknik regresi linear berganda Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

Y = a + b1. X1 + b2. X2

Keterangan :

Y = Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia

a = Konstanta

b = Koefisien

X1 = Pengetahuan Bank Syariah

X2 = Pemahaman Bank Syariah

IV. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

No	Variabel	Item	R_{Tabel}	R_{Hitung}	Keterangan
1	Pengetahuan Bank Syariah (X1)	X1.1	0,196	0,753	VALID
		X1.2	0,196	0,828	VALID
		X1.3	0,196	0,918	VALID
		X1.4	0,196	0,803	VALID
		X1.5	0,196	0,928	VALID
		X1.6	0,196	0,900	VALID
		X1.7	0,196	0,915	VALID
		X1.8	0,196	0,866	VALID
		X1.9	0,196	0,765	VALID
		X1.10	0,196	0,673	VALID
		X1.11	0,196	0,732	VALID
		X1.12	0,196	0,689	VALID
		X1.13	0,196	0,859	VALID
2	Pemahaman Bank Syariah (X2)	X2.1	0,196	0,796	VALID
		X2.2	0,196	0,910	VALID
		X2.3	0,196	0,968	VALID
		X2.4	0,196	0,968	VALID
		X2.5	0,196	0,909	VALID
3	Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia (Y)	Y.1	0,196	0,785	VALID
		Y.2	0,196	0,925	VALID
		Y.3	0,196	0,889	VALID
		Y.4	0,196	0,897	VALID
		Y.5	0,196	0,918	VALID
		Y.6	0,196	0,913	VALID
		Y.7	0,196	0,929	VALID

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 2. menunjukkan bahwa secara menyeluruh variabel X1, X2 dan Y mempunyai nilai R hitung > R tabel (0,196) itu artinya variabel X1, X2 dan Y dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

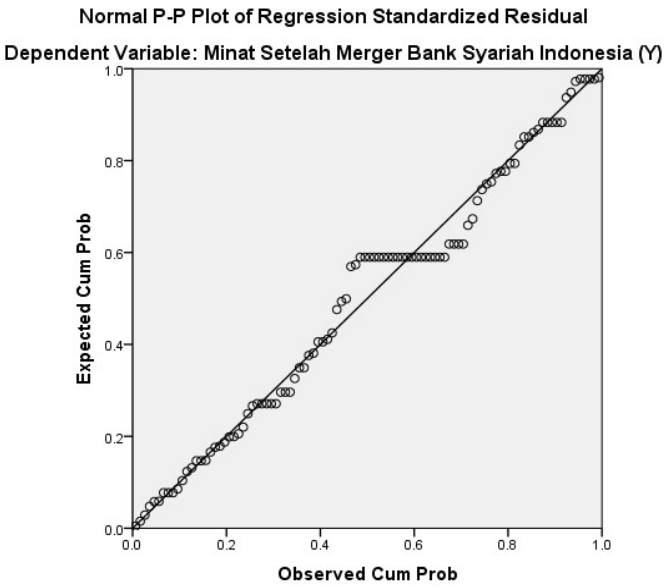
Variabel	*Cronbach Alpha*	Tanda	Batas *Alpha*	Keterangan
Pengetahuan Bank Syariah (X1)	0,955	>	0,6	Reliabel
Pemahaman Bank Syariah (X2)	0,948	>	0,6	Reliabel
Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia (Y)	0,957	>	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 3. menunjukan bahwa terdapat nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari batas *alpha* 0,6 itu artinya secara menyeluruh pertanyaan yang berhubungan dengan Pengetahuan Bank Syariah (X1), Pemahaman Bank Syariah (X2) dan Minat Setelah *Merger* Bank Syariah (Y) dikatakan reliabel.

c. Uji Normlitas

Gambar 1. Uji Normalitas



Gambar 1. pada histogram *normal probability plot* menunjukan bahwa terlihat titik-titik tidak melebar terlalu jauh dan mengikuti garis diagonal dari titik 0 itu artinya data berdistribusi dengan normal.

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.65026741
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.091
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		1.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173

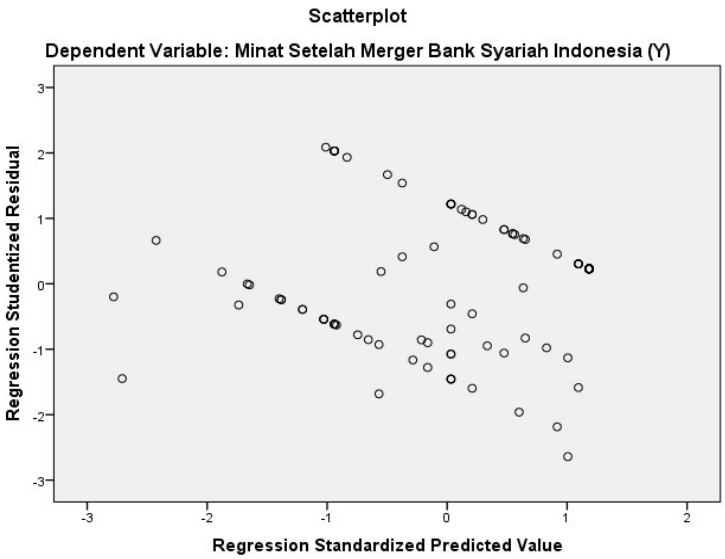
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4. pada *One-Sample kolmogrov-smirnov* menunjukan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,173 > 0,05 itu artinya data berdistribusi dengan normal.

d. Uji Hateroskedastisitas

Gambar 2. Uji Hateroskedastisitas



Gambar 2. pada grafik *scatterplot* disumbu X dan Y titik-titiknya menyebar secara acak dan tersebar baik dibawah dan juga diatas angka 0 itu artinya tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas dimodel regresi.

e. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Colinearity Statistic		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Pengetahuan Bank Syariah	0,510	1,961	Tidak Ada Multikolinearitas
Pemahaman Bank Syariah	0,510	1,961	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 5. terlihat model regresi pada variabel Pengetahuan Bank Syariah dan Pemahaman Bank Syariah mempunyai nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 itu artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas.

f. Uji T (Parsial)

Tabel 6. Uji T (Parsial/Mandiri)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.592	2.560		4.137	.000
	Pengetahuan Bank Syariah (X1)	.199	.057	.377	3.469	.001
	Pemahaman Bank Syariah (X2)	.436	.146	.324	2.983	.004

a. Dependent Variable: Minat Setelah Merger Bank Syariah Indonesia (Y)

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 6. menunjukan bahwa diperoleh nilai t hitung pada variabel Pengetahuan Bank Syariah (X1) sebesar 3,469, sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi (α = 5% = 0,05, df = n-k-1 = 100 - 2 - 1 = 97) didapatkan hasil 1,984. Sehingga diartikan apabila t hitung > t tabel (3,469 > 1,984) dan nilai signifikansinya (0,001 < 0,05) dengan demikian diartikan bahwa variabel Pengetahuan Bank Syariah (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia (Y).

Sedangkan untuk nilai t hitung pada variabel Pemahaman Bank Syariah (X2) mendapatkan nilai sebesar 2,983, sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi (α = 5% = 0,05, df = n-k-1 = 100 - 2 - 1 = 97) didapatkan hasil 1,984. Sehingga diartikan apabila t hitung > t tabel (2,983 > 1,984) dan nilai signifikansinya (0,004 < 0,05) dengan demikian diartikan bahwa variabel Pemahaman Bank Syariah (X2) berpengaruh positif terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia (Y).

g. Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan/Bersamaan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	497.872	2	248.936	34.725	.000[b]
	Residual	695.368	97	7.169		
	Total	1193.240	99			

a. Dependent Variable: Minat Setelah Merger Bank Syariah Indonesia (Y)

b. Predictors: (Constant), Pemahaman Bank Syariah (X2), Pengetahuan Bank Syariah (X1)

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 7. menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 atau sig 0,000 < 0,05. Hal tersebut, diartikan bahwa variabel independen (X) secara simultan dapat menjelaskan perubahan pada variabel dependen (Y) atau model dinyatakan cocok.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama, variabel Pengetahuan (X1) dan Pemahaman Kepada Bank Syariah (X2) berpengaruh terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia (Y).

h. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646[a]	.417	.405	2.677

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Bank Syariah (X2), Pengetahuan Bank Syariah (X1)

b. Dependent Variable: Minat Setelah Merger Bank Syariah Indonesia (Y)

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 8. menunjukan bahwa nilai Adjusted R Square sbesar 0,405 artinya 40,5% variabel dependen minat menggunakan Bank Syariah Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia dijelaskan oleh variabel independent pengetahuan dan pemahaman masyarakat muslim kepada Bank Syariah. Lalu sisanya pada penelitian ini 59,5% dijelskan oleh variabel lain diluar variabel independen.

2. Pembahasan Hasil

a. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Muslim Kepada Bank Syariah Terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia

Dari hasil penelitian telah menjawab rumusan masalah penelitian terkait apakah pengetahuan msayarakat muslim kepada Bank Syariah berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan Bank Syariah terhadap minat setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. Hal ini dilihat dari uji T (parsial) hasil nilai signifikan 0, 001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan t hitung > t tabel (3,469 > 1,988).

Hal ini didasari demikian karena, pengetahuan merupakan dasar utama seseorang memutuskan sesuatu. Keputusan seseorang dalam dalam mengambil sebuah keputusan hendaknya dilihat dari sejauh mana orang itu mengetahui informasi mengenai barang atau jasa yang diinginkannya. Dimana ketika seorang mempunyai pengetahuan yang baik maka dapat mempermudah orang tersebut untuk mengambil berbagai keputusan yang mereka perlukan. Salah satu contohnya adalah memilih bank sebagai tempat menyimpan uang. Misalnya pada masyarakat muslim untuk penyimpanan uang di Bank Syariah yang kegiatan usahanya berlandaskan prinsip syariat Islam. Maka Pengetahuan yang baik sangat mempengaruhi minat seseorang untuk memutuskan atau menggunakan sesuatu (Yuliani, 2021).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Firmansyah, (2019). Mengatakan pengetahuan Bank Syariah yang baik berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah pada Bank Syariah, untuk itu upaya Bank Syariah untuk memperoleh keuntungan demi kemajuan Bank Syariah harus mampu menarik minat masyarakat agar mau menggunakan Bank Syariah melalui peningkatan pengetahuan tentang Bank Syariah. *Merger* nya Bank Syariah BUMN menjadi BSI mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah ini dibuktikan dalam penelitian Mujiono S, (2022). Hal ini dikarenakan Bank Syariah setelah *merger* lebih memperluas jaringannya dan membuat Bank Syariah lebih besar lagi juga kinerja yang lebih baik lagi. Kita ketahui faktor penentu minat salah satunya pengetahuan, jadi ketika pengetahuan masyarakat pada Bank Syariah baik minat menggunakan Bank Syariah bank hasil *merger* akan muncul. Sehingga pengetahuan Bank Syariah yang tinggi dapat mempengaruhi minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia.

b. Pengaruh Pemahaman Masyarakat Muslim Kepada Bank Syariah Terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia

Dari hasil penelitian telah menjawab rumusan masalah penelitian terkait apakah pemahaman msayarakat muslim kepada Bank Syariah berpengaruh terhadap minat menggunakan Bank Syariah setelah *merger* Bank Syariah Indonesia. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel pemahaman Bank Syariah terhadap minat setelah merger Bank Syariah Indonesia. Hal ini di lihat dari uji T (parsial) hasil nilai signifikan 0, 004 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan t hitung > t tabel (2,983 > 1,988).

Hal ini didasari demikian karena, Pemahaman adalah kemampuan seseorang memahami atau mengerti tentang pengetahuan yang didapati. Ketika seseorang memiliki pemahaman yang baik tentang Bank Syariah terutama pada produk dan jasa Bank Syariah mereka dapat menilai perbandingan yang cukup kontras antar Bank Syariah dan juga Bank Konvensional. Maka pemahaman yang baik kepada Bank Syariah juga mempengaruhi minat seseorang menggunakan Bank Syariah. Jadi Bank Syariah juga perlu berupaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai Bank Syariah lebih luas demi memperoleh keuntungan juga kemajuan Bank Syariah dengan dapat menarik minat masyarakat agar mau menggunakan Bank Syariah.

Merger nya Bank Syariah Indonesia yang dilakukan pemerintah melalui BUMN bertujuan untuk membuat Bank Syariah lebih besar agar dapat masuk pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia karena bank setelah merger lebih memperluas jaringannya dalam menjangkau nasabah. Jadi ketika pemahaman masyarakat mengenai Bank

Syariah baik dapat memunculkan minat menggunakan Bank Syariah Indonesia sebagai bank hasil *merger* ini dibuktikan dalam penelitian Rahmi, (2023) yang mengatakan pemahaman Bank Syariah terutama pada produk mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah Indonesia bank hasil *merger*. Jadi pemahaman Bank Syariah yang tinggi dapat mempengaruhi minat menggunakan Bank Syariah setelah merger Bank Syariah Indonesia

c. Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Masyarakat Muslim Kepada Bank Syariah Terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji analisis regresi dalam penelitian ini, menyatakan apabila variabel independen Pengetahuan dan Pemahaman Bank Syariah diuji secara bersamaan maka dapat mempengaruhi variabel Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil F (simultan) memiliki nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0,05 ini variabel Pengetahuan dan Pemahaman Bank Syariah berpengaruh terhadap Minat Setelah Merger Bank Syariah secara simultan (bersamaan). Jadi ketika seseorang memiliki pengetahuan dan juga pemahaman kepada Bank Syariah yang tinggi maka dapat mempengaruhi minat menggunakan Bank Syariah setelah merger Bank Syariah Indonesia

V. Kesimpulan dan Saran

Hasil analisis pengujian data pada penelitian ini mengenai Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Masyarakat Muslim Kepada Bank Syariah Terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia, memperoleh kesimpulan, sebagai berikut: (1) Pengetahuan masyarakat Muslim kepada Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia. (2) Pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia. (3) Pengetahuan dan Pemahaman masyarakat Muslim kepada Bank Syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Setelah *Merger* Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian yang diperoleh, ada beberapa saran yang dapat penulis nyatakan untuk pihak-pihak yang terkait, dan diharapkan bisa memberi manfaat. *Pertama* bagi Bank Syariah, kita ketahui *merger* nya Bank Syariah, membawa Bank Syariah menjadi lebih besar agar berpotensi menembus market internasional dan mendorong kemajuan keuangan syariah di Indonesia. Untuk itu peran masyarakat untuk mendukung kemajuan Bank Syariah diperlukan maka pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang baik kepada Bank Syariah sangat berperan penting. Jadi, diharapkan pihak Bank Syariah dapat terus meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat kepada Bank Syariah secara lebih luas melalui edukasi yang diberikan pada masyarakat terkait Perbankan Syarian dan sosialisasi Perbankan Syariah yang tak terputus dengan mengenalkan produk-

produk dan jasa Bank Syariah ke berbagai media, serta meningkatkan promosi. Ketika pengetahuan dan pemahaman kepada Bank Syariah baik minat menggunakan Bank Syariah Indonesia sebagai bank hasil merger akan muncul makan akan meningkatkan jumlah pengguna Bank Syariah. Untuk BSI sebagai bank hasil merger, kedepannya diharapkan terus mampu bekerja secara optimal dan dapat memperkuat kinerja operasionalnya demi kemajuan Bank Syariah. *Kedua* bagi Akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan refrensi dan dapat meningkatkan informasi dalam kajian berkaitan dengan Pengetahuan dan Pemahaman masyarakat kepada Bank Syariah yang mempengaruhi Minat Setelah Merger Bank Syariah Indonesia. *Ketiga* bagi Peneliti berikutnya, untuk penelitian berikutnya yang berhubungan dengan minat mengguanakn Bank Syariah setelah merger Bank Syariah Indonesia, diharapkan bisa kembali melihat atau memperhatikan faktor apa saja yang bisa mempengaruhi minat menggunakan Bank Syariah setelah merger Bank Syariah Indonesia selain yang digunakan peneliti. Sehingga dibutuhkan adanya pengembangan penelitian pada masa berikutnya sehingga dapat memperoleh lebih luas gambarannya dan hasil yang lebih akurat.

Daftar Pustaka

Aldin, I. U. (2021). Aset Keuangan Syariah Naik 4,6%, OJK Ungkap Peluang dan Tantangannya-Keuangan Katadata. co. id.

Anand, D., & Kayati, K. (2020). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bagi Hasil Bank Syariah Dengan Preferensi Resiko Individu Sebagai Variabel Permoderasi. *E-Prosiding Akuntansi, 2*(1).

Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementansi Teori dan Praktek.* CV. Penerbit Qiara Media

Cahaya, L. A., & Nurlaila, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 5*(5), 2118-2126

Fachrurrazi, F., & Olivia, M. (2021). Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Pada PT Bank BNI Syariah. *Jurnal Akuntansi Indonesia, 9*(2), 168-181.

Fariani, E., Riyaldi, M. H., & Furda, Y. P. E. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia. Al-Ahkam: *Jurnal Syariah dan Peradilan Islam, 1*(2), 1-17.

Firmansyah, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas PelayananTerhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 2*(3), 16-22.

Harahap, P. I., & Sirait, A. S. (2022). Persepsi Masyarakat Muslim Pada Calon Independen. *Jurnal El-Thawalib, 3*(1), 132-144.

Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6*(1), 22-33.

Iranati, R. B. O. (2017). Pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah *(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan).* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan.* Surabaya: CV Jakad Media Publishing.

Kurniati Karim, S. E. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Jakad Media Publishing.

Mujiono, S. (2022). *Analisis Dampak Merger 3 Bank Syariah BUMN Terhadap Minat Nasabah* (Doctoral dissertation, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta).

Rahmi, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia *(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*. (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

Raymond, & Indrawan, M. G. (2020). Pengaruh Norma Subjektif Dan Return Ekspektasian Terhadap Minat Investasi Saham Pada Calon Investor Pada Program Yuk Nabung Saham di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara. 5*(3), 156-166.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Cetakan ke 27. Bandung : CV Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2022). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru

Wiyono, W. M. (2021). Dampak Merger 3 (Tiga) Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah. *Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma, 23*(1), 65-73.