



SKRIPSI

**IDENTIFIKASI FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SWITCHING INTENTION DALAM MEMPREDIKSI *SWITCHING
BEHAVIOR* NASABAH BANK KONVENSIONAL BERALIH KE
BANK SYARIAH**

MAULIDATI RAHMAH SETIOPUTRI (0911164000086)

DOSEN PEMBIMBING :

Dr. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc., M.Com.IB

DOSEN CO – PEMBIMBING:

GEODITA WORO BRAMANTI, S.T, M.Eng.Sc.,

**DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2020**



SKRIPSI

**IDENTIFIKASI FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SWITCHING INTENTION DALAM MEMPREDIKSI *SWITCHING
BEHAVIOR* NASABAH BANK KONVENSIONAL BERALIH KE
BANK SYARIAH**

MAULIDATI RAHMAH SETIOPUTRI

NRP. 0911640000086

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc., M.Com.IB

DOSEN CO – PEMBIMBING:

GEODITA WORO BRAMANTI S.T, M.Eng.Sc.,

DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL

INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

SURABAYA

2020



UNDERGRADUATE THESIS

**IDENTIFICATION OF FACTORS AFFECTING SWITCHING
INTENTION IN PREDICTING SWITCHING BEHAVIOR OF
CUSTOMER'S CONVENTIONAL BANKS SWITCHING TO
SHARIA BANKS**

MAULIDATI RAHMAH SETIOPUTRI

NRP. 09116400000586

SUPERVISOR:

Dr. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc., M.Com.IB

DOSEN CO – PEMBIMBING:

GEODITA WORO BRAMANTI, S.T, M.Eng.Sc.,

**DEPARTEMENT OF BUSINESS MANAGEMENT
FACULTY OF CREATIVE AND BUSINESS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

**IDENTIFIKASI FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SWITCHING INTENTION DALAM MEMPREDIKSI SWITCHING
BEHAVIOR NASABAH BANK KONVENSIONAL BERALIH KE BANK
SYARIAH**

Oleh:

Maulidati Rahmah Setioputri
NRP. 0911164000086

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Pada

**Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis
Departemen Manajemen Bisnis
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Tanggal Ujian : 07 Agustus 2020

**Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing Skripsi**

Pembimbing



Ko-Pembimbing



Dr. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc., M.Com.IB
NIP. 196811271997022004

GEODITA WORO BRAMANTI, S.T., M.Eng.Sc.
NIP. 1985201712063

(halaman ini sengaja dikosongkan)

ABSTRAK

Islam menjadi agama dengan penganut terbanyak di Indonesia. Dalam ekonomi islam, bunga dikatakan sebagai riba yang artinya haram. Hal ini diperkuat oleh fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia pada tahun 2004. Adanya bank syariah menambah alternatif bagi masyarakat untuk memilih jasa perbankan. Sehingga terdapat peluang adanya *switching behavior* dari nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah serta mengetahui sejauh mana nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan eksploratori. Data didapatkan melalui kuesioner online yang disebar dan diisi secara mandiri oleh responden. Pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. Data yang didapatkan dalam penelitian ini adalah 63 responden. Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif didapatkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah adalah wanita dengan rentang usia 18 hingga 27 tahun yang berstatus mahasiswa maupun pegawai swasta. Kemudian hasil analisis regresi menunjukkan *attitude towards switching* dan *subjective norms* tidak berpengaruh positif terhadap *switching intention*. *Perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *switching intention*. Terdapat implikasi manajerial yang dapat diaplikasikan oleh bank syariah antara lain memberikan edukasi mengenai keuntungan penggunaan bank syariah kepada konsumennya, menjadikan hasil analisis kuantitatif sebagai referensi menentukan pasar yang dituju, membuat sebuah strategi pemasaran yang efektif agar nasabah bank syariah tidak kembali menggunakan bank konvensional.

Kata Kunci : *Switching Behavior, Bank Syariah, Bank Konvensional, Switching Intention*

(halaman ini sengaja dikosongkan)

ABSTRACT

Islam is the religion with the most adherents in Indonesia. In Islamic economics, it means that interest is said to be haram (riba). This was issued by a fatwa issued by the Indonesian Ulema Council in 2004. The existence of Islamic banks adds an alternative for people to choose banking services. So that there is an opportunity for behavior to switch from conventional bank customers to Islamic banks. This study aims to identify the factors that influence the switching behavior of conventional bank customers who switch to Islamic banks and the extent to which conventional bank customers switch to Islamic banks. This research is quantitative and exploratory. Data was collected through an online questionnaire that was displayed and filled out by respondents. Data processing used multiple linear regression analysis assisted by the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) software. The data obtained in this study were 63 respondents. Based on the results of data analysis, it is calculated that the age of Islamic bank customers is women aged 18 to 27 who are students or private employees. Then the results of the regression analysis showed that attitudes towards switching and subjective norms had no positive effect on switching intentions. Perceived behavioral control has a positive effect on switching intentions. There are managerial implications that can be applied by Islamic banks, including providing education about the benefits of using Islamic banks to consumers, making the results of quantitative analysis as a reference for determining the target market, creating an effective marketing strategy so that Islamic bank customers do not return to using conventional banks.

Keywords: Switching Behavior, Sharia Banks, Conventional Banks, Switching Intention

(halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, karena atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu:

1. Ibu Dr. oec. HSG. Syarifa Hanoum, S.T., M.T. selaku Ketua Departemen Manajemen Bisnis ITS.
2. Bapak Berto Mulia Wibawa, S.Pi., MM selaku Sekretaris Departemen Manajemen Bisnis ITS
3. Ibu Dr. Ir. Janti Gunawan, M.Eng.Sc., M.Com. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, saran, bimbingan dan semangat kepada penulis sehingga pengerjaan penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
4. Ibu Geodita Bramantyo, S.T, M.Eng.Sc., dosen ko-pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan saran kepada penulis sehingga pengerjaan penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
5. Dosen pengajar, *staff*, serta seluruh karyawan Departemen Manajemen Bisnis ITS yang telah banyak memberikan pembelajaran dan berbagai pengalaman berharga kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Ayah, Mama, Fifi, Wulan, dan Mbahbuk selaku keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan sekuat tenaga kepada penulis.
7. UKM Rebana ITS yang telah banyak memberikan pengalaman dalam menyelenggarakan kegiatan di dalam berorganisasi yang sangat bermanfaat kedepannya.
8. Venny, Ayu, Ulul, Yasmine, Alfa, dan Ama yang selalu memberikan dukungan, waktu, tenaga, dan motivasi kepada penulis.
9. M. Naufal Al-Faruq dan Thasya Alifia yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama mengerjakan proposal di waktu apapun.
10. Teman-teman MB-06 “UMBRA” yang telah menjadi keluarga kedua selama masa perkuliahan serta memberikan semangat dan kebersamaan bagi penulis.

11. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan doa, semangat, dan motivasi kepada penulis selama pengerjaan skripsi.

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan sesama mahasiswa maupun publik terkait literasi keuangan dan perencanaan investasi. Penelitian ini sangat jauh dari kata sempurna dan mohon maaf bila ada salah dalam penggunaan kata serta mohon kritik dan saran agar dapat menjadi lebih baik lagi ke depannya.

Surabaya, Maret 2020

Maulidati Rahmah S

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Praktis	5
1.4.2. Manfaat Akademis	5
1.5. Batasan Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. <i>Switching Behavior</i>	7
2.2. <i>Switching Intention</i>	7
2.3. Bank di Indonesia.....	9
2.2.1. Bank Konvensional	9
2.2.2. Bank Syariah	11
2.4. <i>Switching Behavior</i> di Industri Perbankan	12
2.5. Penelitian Terdahulu.....	14

2.6.	<i>Research Gap</i>	18
2.7.	Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1.	Alur Penelitian.....	21
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.3.	Desain Penelitian	22
3.3.1.	Jenis Desain Penelitian.....	22
3.3.2.	Penentuan Skala Pengukuran	23
3.3.3.	Data Yang Dibutuhkan.....	23
3.3.4.	Penyusunan Kuisisioner.....	24
3.3.5.	Populasi dan Desain Sampling.....	25
3.4.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	26
3.6.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	27
3.5.1.	Analisis Data Kuantitatif.....	27
3.5.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	30
3.5.4.	Uji Koefisien Regresi Linier Berganda.....	31
3.5.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	32
BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI		34
4.1.	Pengumpulan Data	35
4.2.	Analisis Data Kuantitatif.....	36
4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.4.	Uji Asumsi.....	37
4.4.1.	Uji Normalitas	37
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	38

4.4.3. Uji Multikolinieritas.....	39
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
4.5.1. Uji t	40
4.5.2. Uji F	41
4.5.3. Koefisien Determinasi.....	41
4.5.4. Uji Hipotesis	42
4.6. Implikasi Manajerial.....	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1. Simpulan.....	45
5.2. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	51

(halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Jumlah Komposisi Dana Pihak Ketiga.....	2
Gambar 2.1 Peta <i>Research Gap</i>	19
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	221

(halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Bank Umum di Indonesia 2010-2017.....	3
Tabel 2.1 Jumlah Bank Konvensional di Indonesia.....	9
Tabel 2.2 Perkembangan Aset Bank Konvensional di Indonesia	10
Tabel 2.3 Jumlah Bank Syariah di Indonesia.....	11
Tabel 2.4 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia.....	11
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	23
Tabel 3.2 Data primer yang digunakan	24
Tabel 3.3 Bagian kuesioner.....	24
Tabel 3.4 Tabel Definisi Operasional	41
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi	42
Tabel 3.6 Tabel Analisis Data.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Demografi Responden.....	35
Tabel 4.2 Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji t.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....	41
Tabel 4.2 Hasil Koefisien Determinasi	41

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang diadakannya penelitian tentang switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih menjadi nasabah bank syariah, rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi dalam penelitian, serta sistematika penulisan yang menjelaskan isi proposal secara singkat.

1.1.Latar Belakang

Islam merupakan agama dengan jumlah penganut terbesar di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, pada tahun 2010 sekitar 237.641.326 juta penduduk Indonesia yang memeluk Islam sebagai agamanya menurut hasil Sensus Penduduk Indonesia 2010 (BPS, 2010).

Agama menjadi acuan perilaku kehidupan. Menurut Ancok (2005), agama sebagai fungsi religiusitas memuat sistem nilai yang berisi norma-norma tertentu. Norma-norma tersebut yang menjadi acuan bagi manusia dalam bertingkah laku agar sejalan dengan agama yang dianutnya. Agama Islam memiliki 2 (dua) dasar hukum yang mengatur kehidupan seluruh umat muslim yakni halal dan haram. Halal adalah suatu perkara yang diperbolehkan untuk dilakukan, sedangkan haram merupakan suatu hal yang tidak boleh dilakukan.

Dalam perilaku ekonomi, kedua hukum tersebut terefleksikan. Dalam ekonomi Islam, perilaku ekonomi yang halal adalah seluruh kegiatan ekonomi yang berdasarkan pada aturan islam, sedangkan perilaku ekonomi yang haram adalah yang menentang aturan islam misalnya melakukan riba. Riba adalah penambahan jumlah pinjaman dengan presentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan pada peminjam.

Merupakan suatu hal yang menarik, karena dalam dunia perbankan, riba dapat dikatakan dengan bunga. Dalam ekonomi non-Islam, merupakan hal yang halal dalam bertransaksi. Sebagai negara dengan penduduk mayoritas agama Islam, pemahaman riba dan bunga masih cukup minim di masyarakat, dan kelembagaan keuangan masih terus berproses untuk menjembatani keseimbangan bertransaksi ekonomi bagi penganut Islam dan non Islam.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga independen yang mewadahi para ulama, zuama, dan cendekiawan Islam untuk membimbing, membina, dan mengayomi umat Islam di Indonesia, mengeluarkan fatwa bahwa bunga termasuk riba yang artinya haram, sehingga terjadi sedikit perubahan dalam industri perbankan. Pernyataan ini berasal dari serangkaian lokakarya “Bunga Bank dan Perbankan pada tahun 1990 di Cisarua, Bogor oleh MUI. Yang kemudian disahkan dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 tentang Bunga (*Interest/Fa’idah*). Dalam fatwa ini dijelaskan apabila praktek pemberian bunga saat ini termasuk riba nasi’ah, yang artinya praktek pemberian bunga adalah haram. Hal ini baik dilakukan oleh lembaga perbankan, pasar modal, lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan individu.

Sejak adanya fatwa haramnya bunga pada bank pada lokakarya pada tahun 1990 itulah, MUI mulai membangun sebuah bank yang berbasis syariah, yakni bank yang melaksanakan kegiatannya dengan mengacu pada ajaran agama Islam, Bank Muamalat. Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama yang berdiri pada tahun 1991, serta menjadi pelopor berdirinya bank-bank syariah selanjutnya. Semenjak dikeluarkannya fatwa tersebut, terjadi peningkatan peluang bagi perbankan syariah, seperti terlihat di Grafik 1.1.

Gambar 1.1 Grafik Peningkatan Jumlah Komposisi Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2018

Keberadaan bank syariah merupakan lembaga baru di dunia perbankan, beringan dengan bank yang sudah berdiri terlebih dahulu sejak tahun 1828. Bank konvensional yang pertama adalah Bank Indonesia. Terlihat di Tabel 1.1 ditunjukkan adanya peningkatan jumlah bank syariah dari 11 bank pada tahun 2010, meningkat menjadi 13 pada tahun 2017.

Tabel 1.1 Jumlah Bank Umum di Indonesia 2010-2017

Rincian	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bank-Bank Umum								
Jumlah Bank Persero	4	4	4	4	4	4	4	4
Jumlah Bank Pemerintah Daerah	26	26	26	26	26	26	26	27
Jumlah Bank Swasta Nasional	57	56	56	56	56	55	52	50
Jumlah Bank Umum Syariah	11	11	11	11	12	12	13	13
Jumlah Bank Asing dan Campuran	24	23	23	23	21	21	21	21
Jumlah Bank	122	120	120	120	119	118	116	115

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Data dari data Statistik Perbankan Indonesia 2019 yang dikeluarkan oleh OJK, bank konvensional juga memiliki anak perusahaan bank syariah, seperti mandiri syariah, BRI syariah, BNI syariah, dan lain sebagainya.

Hal ini tidak terlepas dari pemahaman literasi perbankan dan literasi keagamaan yang mulai tumbuh. Dari aspek perbankan, pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-banking system* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Dari aspek keagamaan, mulai tumbuh kebutuhan perbankan syariah. Bank syariah tidak memiliki konsep bunga, sehingga membuat mereka terhindar dari kata haram. Jumlah nasabah bank syariah juga semakin lama semakin meningkat. Kemungkinan adanya peralihan nasabah bank konvensional yang beralih ke bank

syariah juga semakin tinggi. Dari sisi perbankan syariah, hal ini menunjukkan dua jenis nasabah:

- 1) Nasabah yang sudah paham dengan bank, menjadi nasabah bank konvensional, dan beralih ke bank syariah
- 2) Nasabah baru yang memiliki pilihan untuk ikut bank konvensional atau bank syariah.

Terdapat penelitian terdahulu dari Wulandari (2015) yang menjelaskan kategori nasabah yang kedua, didalam penelitian tersebut dijelaskan mengenai pengambilan keputusan dari nasabah untuk memilih bank syariah atau bank konvensional berdasarkan *service quality*. Meskipun terdapat banyak peluang untuk bank syariah menjangkau kedua kategori nasabah di atas, namun masih sedikit penelitian yang mengeksplorasi perilaku nasabah yang pernah merasakan layanan dari dua jenis lembaga keuangan, bank konvensional dan bank syariah.

Peralihan nasabah ini sering disebut dengan *switching behavior*. *Switching behavior* adalah salah satu bentuk dari loyalitas yang merupakan perubahan perilaku konsumen yang beralih ke merek yang lain (Susila, 2014). *Switching behavior* atau perubahan perilaku dari konsumen seringkali dikaitkan dengan tingkat kepuasan pelanggan pada suatu layanan atau produk. Salah satu contoh pada perubahan perilaku dari nasabah bank konvensional yang beralih menjadi nasabah bank syariah. Selain dikarenakan adanya fatwa dari MUI yang mempengaruhi, terdapat juga faktor-faktor lain yang mempengaruhi adanya *switching behavior* dari nasabah-nasabah tersebut.

Penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah bank konvensional melakukan *switching behavior* menjadi nasabah bank syariah.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah nasabah bank syariah sebelumnya merupakan nasabah dari bank konvensional?
2. Faktor apa saja yang dapat mendorong nasabah bank konvensional melakukan *switching behavior* menjadi nasabah bank syari'ah?

3. Apakah nasabah yang beralih ke bank syariah masih tetap menggunakan bank konvensional?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui seberapa jauh nasabah bank syariah adalah nasabah bank konvensional yang melakukan *switching behavior*.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah bank konvensional beralih menjadi nasabah bank syariah.
3. Mengetahui perbedaan perilaku nasabah bank syariah beralih sepenuhnya dari bank konvensional atau yang hanya sebagian.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini terdiri dari manfaat praktis dan manfaat akademis.

1.4.1. Manfaat Praktis

Bagi bank syariah, penelitian ini memiliki manfaat untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat membuat seorang nasabah bank konvensional melakukan *switching behavior* menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam meningkatkan kinerja dari bank syariah untuk mendapatkan nasabah yang lebih banyak lagi.

1.4.2. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian di bidang pemasaran, terlebih mengenai perilaku konsumen tentang *switching behavior*. Selain itu, dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *switching behavior* seorang nasabah bank, serta dapat menjadi bahan kajian untuk selanjutnya.

1.5.Batasan Penelitian

1. Subjek penelitian ini adalah nasabah bank konvensional yang melakukan *switching behavior* menjadi nasabah bank syariah di Indonesia.
2. Objek penelitian ini adalah perilaku nasabah bank konvensional yang melakukan *switching behavior* menjadi nasabah bank syariah.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2020 hingga Juli 2020.

1.6.Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah proses penulisan, pembahasan dan penilaian skripsi ini, maka dalam pembuatannya dibagi menjadi beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan latar belakang dari masalah yang diangkat, dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Menyajikan teori-teori yang berhubungan dengan bank konvensional, bank syariah, serta *switching behavior* dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menyajikan penjelasan mengenai kerangka penelitian dan hipotesis, langkah-langkah dan prosedur yang dilakukan dalam penelitian serta desain penelitian dan teknik analisis data yang akan dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini berfokus pada *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah. Untuk itu, tinjauan pustaka ini akan membahas tentang *switching behavior*, dilanjutkan dengan konteks penelitian yaitu bank konvensional dan bank syariah, yang juga dilengkapi *research gap* di setiap sub bab dan dirangkum pada bab penelitian terdahulu.

Dalam setiap sub bab akan menjelaskan mengenai definisi, perkembangan baik dalam aspek praktis maupun penelitian.

2.1. *Switching Behavior*

Switching behavior adalah suatu perilaku konsumen yang berganti atau berpindah penyedia layanan yang telah dipakai dengan penyedia yang lain (Bansal, *et al* 2005). Konsumen sering kali berpindah *channel* atau penyedia layanan bergantung pada manfaat yang mereka dapatkan (Pulliam, 1999). Sehingga terdapat banyak penyedia layanan yang memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memenuhi keinginannya. *Theory planned behavior* (TPB) adalah teori yang tepat untuk mempelajari *switching behavior* karena dalam mempelajari perilaku konsumen, persepsi kontrol perilaku (PBC) dari konsumen harus dipertimbangkan karena *switching behavior* dipengaruhi oleh keterampilan dan sumber daya dari penyedia layanan serta tidak terjadi hanya karena konsumen memutuskan untuk bertindak (Shim *et al*, 2001). Model TPB yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model yang diusulkan oleh Ajzen (1991). Teori ini digunakan karena dapat memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu (Ajzen, 1991).

Konteks dalam penelitian ini adalah *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, yang diukur dengan *switching intention*. Sub bab berikut menjelaskan tentang definisi *switching intention* dan studi yang terkait dengannya.

2.2. *Switching Intention*

Menurut *Theory Planned Behavior* dari Ajzen (1991), *switching intention* adalah anteseden langsung dari perilaku aktual. Dalam memprediksi terjadinya

switching behavior, maka digunakan *switching intention* untuk memprediksi perilaku karena terdapat bukti apabila niat untuk melakukan sesuatu memprediksi perilaku yang sebenarnya (Shepherd *et al.*, 1988). *Switching intention* didefinisikan sebagai kemungkinan individu untuk terlibat dalam perilaku yang menarik dan merupakan fungsi dari tiga komponen, yaitu *attitude towards switching*, norma subjektif dan *perceived behavioral control* (PBC).

2.2.1. Attitude Toward Switching

Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) merupakan evaluasi secara positif atau negatif terhadap suatu benda, orang, instansi, kejadian, perilaku atau niat (Ajzen, 2005). Sikap telah lama terbukti mempengaruhi *switching intention* (Ajzen dan Fishbein, 1980). Sikap terhadap *switching behavior* didefinisikan sebagai evaluasi konsumen terhadap keinginan menggunakan penyedia jasa lainnya. Dengan menggunakan logika deduktif, sikap yang baik kemungkinan akan mendorong konsumen untuk melakukan *switching*.

2.2.2. Norma Subjektif

Norma subjektif adalah perilaku yang didorong oleh keinginan seseorang untuk bertindak seperti orang lain atau yang seharusnya dilakukan orang lain, dikarenakan hal tersebut mencerminkan persepsi dari konsumen tentang apakah *switching behavior* diterima, didorong, dan diimplementasikan oleh pengaruh konsumen (Pavlou dan Fygenson, 2006). Sebagian besar perilaku individu dipengaruhi oleh faktor sosial (Bernheim, 1994). Hal ini dikarenakan adanya kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan harapan orang lain (Burnkrant dan Cousineau, 1975).

2.2.3. Perceived Behavioral Control (PBC)

Perceived behavioral control adalah persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan merefleksikan pengalaman di masa lalu danantisipasi mengenai halangan (Ajzen, 1988). Persepsi kontrol perilaku (PBC) hanya mewakili persepsi kontrol saja, bukan kontrol aktual. Semakin akurat persepsi ini, semakin besar kemungkinan untuk mencerminkan kontrol yang sesuai atas perilaku yang dimaksud (Notani, 1998). Kemungkinan adanya *switching behavior*, mereka harus meningkatkan tingkat kontrol yang dirasakan (Goersch, 2002).

2.3. Bank di Indonesia

2.2.1. Bank Konvensional

Pengertian bank konvensional berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 merupakan bank yang melakukan kegiatan usahanya dengan sistem konvensional dalam pemberian layanan jasa pada alur pembayaran. Umumnya peran dari bank konvensional adalah sebagai penyedia layanan keuangan pada masyarakat dan bisnis, memastikan stabilitas ekonomi dan sosial, serta pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Fungsi utama dari bank konvensional adalah menerima berbagai jenis simpanan dari masyarakat terutama nasabahnya baik dalam bentuk tabungan atau lainnya, serta menyediakan pinjaman dan uang muka dalam berbagai bentuk seperti kredit, pinjaman jangka panjang, dan sebagainya.

Pada beberapa negara, kebijakan bank komersial ini diatur oleh bank sentral negara. Bank sentral di Indonesia adalah Bank Indonesia (BI). Bank sentral inilah yang memberikan kebijakan untuk menjaga kondisi keuangan negara, seperti menjaga cadangan bank dan mempertahankan persyaratan modal minimum. Persyaratan modal minimum yang ditetapkan oleh OJK.

Kondisi perbankan 5 tahun terakhir tengah mengalami penurunan jumlah perusahaan perbankan yang terlihat pada Tabel 2.1. Saat ini jumlah bank konvensional yang ada di Indonesia sebanyak 115 bank, terdapat penurunan dari tahun 2015 yang memiliki jumlah 118 bank. Perhitungan ini berasal dari jumlah Bank Persero, Bank Devisa, Bank Non Devisa, BPD, Bank Campuran, dan Bank Asing.

Tabel 2.1 Jumlah Bank Konvensional di Indonesia

<i>Kelompok Bank</i>	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Bank Persero</i>	4	4	4	4	4
<i>Bank Devisa</i>	39	42	42	42	42
<i>Bank Non Devisa</i>	27	21	21	21	21
<i>BPD</i>	26	27	27	27	27
<i>Bank Campuran</i>	12	12	12	12	12
<i>Bank Asing</i>	10	10	9	9	9
<i>Total</i>	118	116	115	115	115

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Meskipun terjadi penurunan pada jumlah bank konvensional yang ada di Indonesia, akan tetapi dalam sisi aset mengalami peningkatan dari tahun 2015 ke 2018. Dari data Statistik Perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Tabel 2.2, peningkatan jumlah aset perbankan di Indonesia meningkat 43,69%. Namun pada tahun 2019 terjadi sedikit penurunan sebesar 1,9%.

Tabel 2.2 Perkembangan Aset Bank Konvensional di Indonesia

<i>Kelompok Bank</i>	<i>Perkembangan Aset Bank Konvensional (dalam Miliar Rupiah)</i>				
	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Bank Persero</i>	Rp 2,313,316	Rp 2,666,516	Rp 2,986,617	Rp 3,342,996	Rp 3,218,004
<i>Bank Devisa</i>	Rp 2,363,516	Rp 2,672,238	Rp 2,964,855	Rp 3,126,359	Rp 3,117,048
<i>Bank Non Devisa</i>	Rp 193,149	Rp 73,684	Rp 88,231	Rp 101,036	Rp 97,969
<i>BPD</i>	Rp 475,696	Rp 529,746	Rp 604,820	Rp 655,963	Rp 644,356
<i>Bank Campuran</i>	Rp 313,570	Rp 319,328	Rp 331,734	Rp 390,331	Rp 389,050
<i>Bank Asing</i>	Rp 473,336	Rp 468,286	Rp 411,376	Rp 451,661	Rp 447,063
<i>Total</i>	Rp 6,132,583	Rp 6,729,798	Rp 7,387,633	Rp 8,068,346	Rp 7,913,490

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) pada nasabah Bank Muamalat (bank syariah) dan Bank BRI (bank konvensional), mempunyai tujuan untuk mengetahui alasan seorang nasabah memilih bank tersebut. Hasil penelitian tersebut menunjukkan apabila seorang nasabah memilih Bank BRI (bank konvensional), dikarenakan kemudahan akses bertransaksi yang mereka dapat, luas aksesnya, ATM yang berada dimanapun untuk memudahkan mereka bertransaksi. Dalam penelitian tersebut juga menjelaskan para nasabah tersebut tidak terlalu fokus pada pemberian tingkat suku bunga, meskipun mereka mengetahui bahwa bunga termasuk riba (haram).

Kemunculan bank konvensional yang terlebih dahulu daripada bank syariah, menjadikan masyarakat Indonesia lebih terbiasa dengan adanya bunga dibandingkan dengan bagi hasil. Hal ini dikarenakan pengguna bank konvensional lebih banyak dibanding bank syariah karena keberadaannya yang lebih dulu ada. Sehingga lebih mudah bagi bank konvensional untuk menarik nasabah penyimpan dana untuk mendapatkan modal. Akan tetapi dengan bunga yang terbilang cukup besar, membuat para nasabah berpikir dua kali untuk membuka tabungan atau

rekening di bank konvensional. Hal ini dikarenakan setiap bulan saldo yang terdapat dalam rekening akan berkurang sesuai dengan bunga yang ditentukan oleh bank tersebut.

2.2.2. Bank Syariah

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Adanya sistem ini didasarkan pada aturan larangan dalam Islam untuk melakukan peminjaman atau pemungutan pinjaman yang dikenai bunga. Hal ini dikarenakan bunga termasuk dalam kategori riba, yang mana riba adalah haram atau tidak boleh dilakukan.

Keberadaan bank syariah di Indonesia bermula saat berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Bandung pada tahun 1991 yang dibangun oleh Majelis Ulama Indonesia melalui lokakarya "Bunga Bank dan Perbankan" pada tahun 1990. Dari sinilah dimulainya perkembangan bank syariah. Sampai pada tahun 1998, didirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai Unit Usaha Syariah. Hingga tahun 2019 tercatat terdapat 14 Bank Umum Syariah dan 19 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menurut data Statistik Perbankan Syariah 2019 dari OJK yang ditampilkan pada Tabel 2.3. Dalam tabel tersebut juga terlihat adanya penurunan jumlah bank seperti halnya yang terjadi pada bank konvensional.

Tabel 2.3 Jumlah Bank Syariah di Indonesia

<i>Jumlah Bank Syariah</i>				
<i>Kelompok Bank</i>	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
<i>Bank Umum Syariah</i>	14	14	14	14
<i>Unit Usaha Syariah</i>	20	20	19	19
<i>Total</i>	34	34	33	33

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Dalam segi aset bank syariah juga mengalami peningkatan seperti bank konvensional. Meskipun jumlah bank yang ada mengalami penurunan. Hal ini ditunjukkan pada data Statistik Perbankan Syariah yang ada pada Tabel 2.4.

Tabel 2.4 Perkembangan Aset Bank Syariah di Indonesia

Perkembangan Aset Bank Syariah (dalam Miliar Rupiah)				
Kelompok Bank	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
<i>Bank Umum Syariah</i>	Rp 254,184	Rp 288,027	Rp 316,691	Rp 350,364
<i>Unit Usaha Syariah</i>	Rp 102,320	Rp 136,154	Rp 160,636	Rp 174,200
<i>Total</i>	Rp 356,504	Rp 424,181	Rp 477,327	Rp 524,564

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Selain dikarenakan seorang nasabah memilih bank syariah untuk menghindari adanya riba (bunga), penelitian dari Wulandari (2015) mengungkapkan juga alasan lain yang membuat seorang nasabah memilih bank syariah. Dalam penelitiannya yang dilakukan pada nasabah Bank Muamalat menghasilkan sebuah pernyataan, apabila alasan mereka memilih bank syariah karena biaya administrasi bank syariah yang lebih rendah, pelayanan yang ramah, serta adanya sistem bagi hasil keuntungan.

Fasilitas yang dimiliki oleh bank syariah saat ini telah selengkap bank konvensional. Salah satunya dari jenis transaksi yang disediakan, yaitu tabungan, deposito, kredit usaha, kredit rumah, kliring dan lain sebagainya. Beberapa bank syariah juga telah terhubung dengan ATM Bersama dan menggratiskan biaya transaksinya untuk ini. Selain itu juga beberapa telah mempunyai fasilitas seperti internet banking, SMS banking, bahkan kartu kredit syariah. Dalam menentukan suku bunga, bank konvensional menentukan sendiri suku bunganya berdasarkan ketentuan Bank Indonesia. Terdapat kemungkinan meskipun kondisi bank kurang baik, bank harus tetap memberikan bunga simpanan tinggi dan bunga kredit rendah. Sedangkan dalam perbankan syariah, besar nisbah atau bagi hasil berdasarkan perkembangan finansial perusahaan. Namun terdapat kekurangan yang dimiliki oleh bank syariah, yaitu salah satunya dalam perhitungan sistem bagi hasilnya. Dalam sistem bagi hasil dalam bank syariah terdapat perhitungan yang rumit terutama dalam menghitung laba-laba nasabah yang kecil dan nilai simpanannya tidak tetap.

2.4. Switching Behavior di Industri Perbankan

Dalam industri perbankan, loyalitas pelanggan merupakan hal kunci untuk menjamin keberlanjutan usaha. Bank menghadapi tantangan untuk dapat

mempertahankan nasabah yang sudah ada, serta menarik nasabah baru. Terlebih dengan munculnya bank syariah akan menjadi tantangan bagi bank konvensional dalam mempertahankan nasabahnya agar tidak beralih ke bank syariah. Selain itu di tengah tekanan persaingan yang semakin intensif di industri perbankan, biaya untuk memperoleh nasabah baru relatif tinggi, akan tetapi kemungkinan mereka akan tinggal cukup rendah.

Kemungkinan terjadinya *switching behavior* pada nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, menjadi sebuah tantangan bagi bank konvensional. Beberapa penelitian menunjukkan adanya *switching behavior* tidak hanya disebabkan karena adanya fatwa MUI yang menegaskan bahwa bunga itu haram, melainkan pelayanan yang diberikan serta biaya administrasi yang rendah (Wulandari, 2015). Dalam penelitian lain menyebutkan, nasabah bank syariah bisa saja kembali lagi menjadi nasabah bank konvensional apabila mereka menemukan kegiatan non-syariah yang terjadi di dalamnya (Abduh, 2013).

2.5. Penelitian Terdahulu

Pada sub-bab ini dilakukan kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu untuk memperkaya perspektif dalam penelitian terkait bank konvensional, bank syariah, switching behavior, serta metode penelitian menggunakan regresi linier berganda.

No	Referensi	Tujuan	Metodologi	Variabel	Subjek Penelitian	Keterkaitan dengan penelitian
1.	Wulandari, D., & Subagio, A. (2015). Consumer decision making in conventional banks and Islamic bank based on quality of service perception. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 211, 471-475.	Menggambarkan dan memahami pengambilan keputusan pelanggan dalam hal persepsi perbedaan kualitas layanan antara Islam dan perbankan konvensional	Pendekatan Fenomenologis	<i>Islamic banking, conventional banking, qualitative research, decision making, perception, quality of service</i>	19 orang (nasabah bank Muamalat dan bank BRI, karyawan bank BRI dan bank Muamalat, dan teolog)	Pemahaman mengenai pengambilan keputusan memilih bank syariah dalam hal persepsi kualitas dapat dijadikan referensi sebagai faktor terjadinya <i>switching behavior</i>
2.	Kontot, K., Hamali, J., & Abdullah, F. (2016). Determining factors of customers' preferences: A case of deposit products in islamic banking. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i> , 224, 167-175.	Mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan untuk produk simpanan di bank syariah	Interview	<i>Islamic banking, shariacompliance, customer preference, profit sharing, guaranteed custody, deposit</i>	6 orang (bank manager, ex-bank manager, akademisi, HRD, <i>freelance</i> , dan <i>entrepreneur</i>)	Pemahaman tentang faktor produk yang mempengaruhi keputusan menggunakan bank syariah dapat dijadikan referensi sebagai faktor terjadinya <i>switching behavior</i>

No	Referensi	Tujuan	Metodologi	Variabel	Subjek Penelitian	Keterkaitan dengan penelitian
3.	Pookulangara, S., Hawley, J., & Xiao, G. (2011). Explaining consumers' channel-switching behavior using the theory of planned behavior. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 18(4), 311-321.	Meneliti <i>channel-switching behavior</i> menggunakan teori perilaku yang direncanakan di tiga saluran ritel: toko batu bata, mortar, katalog, dan Internet	Analisis Faktor dan Regresi Linier Berganda	<i>Attitude Toward Channel Switching</i> , <i>Subjective Norms</i> , <i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i> , <i>Channel Switching Intention</i>	547 survei	<i>Theory Planned Behavior</i> yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam memahami <i>switching behavior</i>
4.	Abduh, M., Kassim, S. H., & Dahari, Z. (2013). Factors influence switching behavior of Islamic bank customers in Malaysia. <i>Journal of Islamic Finance</i> , 176(814), 1-8.	Mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku pelanggan perbankan syariah, dalam kasus Malaysia	Regresi Logistik	<i>Islamic banking</i> , <i>switching behavior</i> , <i>syariah issue</i> , <i>logistic regression</i>	600 nasabah bank syari'ah di Klang Valley Malaysia	Terdapat permasalahan yang serupa, sehingga dapat dijadikan referensi untuk mengidentifikasi faktor terjadinya <i>switching behavior</i> pada penelitian ini
5.	Saud, I. M., Teguh, I., & Nugraheni, P. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan	Menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh pengetahuan, religiusitas,	Analisis Regresi Linier Berganda	<i>Accessibility</i> , <i>Extra Curricular Islamic Program</i> , <i>Customer Behavior of Brand Switching</i>	353 kuisisioner, dengan 162 kuisisioner online dan	Terdapat permasalahan yang serupa, sehingga dapat dijadikan referensi untuk mengidentifikasi faktor terjadinya <i>switching behavior</i> pada penelitian ini

No	Referensi	Tujuan	Metodologi	Variabel	Subjek Penelitian	Keterkaitan dengan penelitian
	Konvensional Beralih Ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di DIY). <i>InFestasi (Jurnal Bisnis dan Akuntansi)</i> , 14(2), 133-145.	aksesibilitas, dan program ekstra kurikulum islami terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional yang beralih ke perbankan syariah			191 kusioner offline	
6.	Jaya, L. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi customer switching behavior dalam industri retail banking pada bank bca. <i>Jurnal Bisnis Dan Manajemen</i> , 52(11).	Menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap <i>customer switching behavior</i> dari perspektif pelanggan perbankan ritel Indonesia.	Analisis Regresi Linier Berganda	<i>Customer Switching Behavior, Price, Reputation Response to Service Failure, Customer Satisfaction, Service Quality, Service Products, Effective Advertising Competition, Customer Commitment, Involuntary Switching, Switching Cost</i>	300 nasabah Bank BCA yang berada di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi	Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi <i>switching behavior</i> .
7.	Jannah, A. M., & Widodo, A. (2018). Pengaruh Persepsi Bank Syariah di Indonesia terhadap Customer	Mengetahui pengaruh persepsi bank syariah di Indonesia dengan <i>customer switching intention</i> dengan	Analisis Deskriptif, Analisis Path dengan menggunakan	Persepsi Bank Syariah, <i>Customer Satisfaction, Customer Switching Intention</i>	100 nasabah bank konvensional yang berada	Variabel <i>customer switching intention</i> dapat dijadikan referensi untuk mengetahui kemungkinan adanya <i>switching behavior</i>

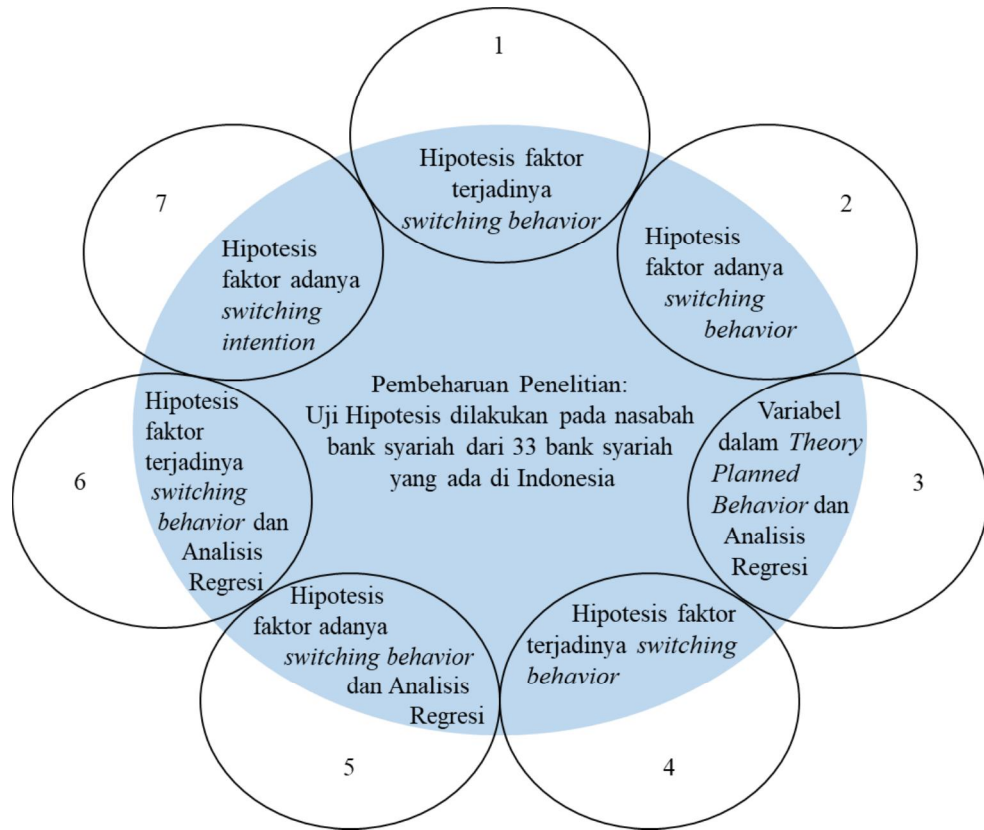
Switching Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Mediator. <i>Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis</i> , 2(1), 41-50.	dimediasi oleh <i>customer satisfaction</i> .	Permodelan SEM, Analisis Statistik Inferensial	di Kota Bandung
--	---	--	-----------------

2.6. *Research Gap*

Penelitian ini memiliki persamaan serta perbedaan dengan penelitian terdahulu. Terdapat penelitian dari Wulandari (2015) dan Kontot (2016) yang sama-sama mempelajari tentang pengambilan keputusan memilih bank syariah. Namun dengan perbedaan konteks, Wulandari (2015) melihat dari segi kualitas pelayanan sedangkan Kontot (2016) melihat dari segi produk yang ditawarkan. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Abduh (2013) dan Saud (2018). Keduanya memiliki permasalahan yang serupa, yakni mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi adanya *switching behavior* pada nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah. Perbedaan dari kedua penelitian tersebut, yaitu lokasi penelitiannya. Abduh (2013) melakukan penelitiannya di Klang Valley Malaysia, sedangkan Saud hanya pada mahasiswa Perguruan Tinggi di D.I Yogyakarta.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saud (2018), terdapat pertimbangan lokasi penelitian yang diperluas menjadi seluruh Indonesia untuk dilakukan dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih luas faktor apa saja yang dapat mempengaruhi terjadinya *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah. Penelitian ini juga menggunakan referensi model penelitian yang digunakan oleh Pookulangara (2011) dalam penelitiannya, yakni *Theory Planned Behavior* (TPB). Sehingga diharapkan dengan menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu, dapat menyempurnakan penelitian ini. Berikut adalah peta *research gap* dalam penelitian ini:

- | |
|---|
| <p>Keterangan Peta <i>Reseacrh Gap</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Wulandari & Subagio, 20152. Kontot & <i>et al</i>, 20163. Pookulangara & <i>et al</i>, 20114. Abduh & <i>et al</i>, 20135. Saud & <i>et al</i>, 20186. Jaya, 20167. Jannah & Widodo, 2018 |
|---|



Gambar 2.1 Peta *Research Gap*

Dengan kondisi industri perbankan Indonesia yang masih didominasi oleh bank konvensional, menjadikan sebuah perhatian penting bagi perbankan syariah. Bank syariah harus memiliki strategi pemasaran yang kompetitif dan lebih memperhatikan pada perilaku masyarakat untuk bersaing di lingkungan perbankan nasional maupun di lingkungan global. Sehingga penelitian ini diperlukan untuk mengetahui apa saja yang menjadikan faktor nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah, yang nantinya dapat dijadikan oleh bank syariah sebagai bahan referensi untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik.

2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini dirumuskan dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan Pookulangara *et al.*(2011), yakni menggunakan *Theory Planned Behavior* (TPB) dalam mengukur *switching behavior*. Ajzen (1991) mengatakan teori ini dapat digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu. Dalam konteks *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, teori ini dapat digunakan sebagai acuan untuk mengukur faktor dari *switching behavior*. Sehingga dalam penelitian ini juga

akan menggunakan variabel yang sama untuk mengukur *switching intention* (variabel dependen). Variabel tersebut yang akan digunakan sebagai variabel independen, yakni *attitude towards switching*, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (PBC).

Dalam penelitian Pookulangara *et al.*(2011), terbukti bahwa *attitude towards switching* mempunyai pengaruh positif pada *switching intention* dari *switching behavior*. Sehingga untuk hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1: *Attitude towards switching* berpengaruh positif pada *switching intention* dari *switching behavior* nasabah konvensional yang beralih ke bank syariah

Penelitian dari Pookulangara *et al.*(2011) juga menemukan bahwa norma subjektif juga mempengaruhi adanya *switching intention*. Dalam konteks norma agama dan bertransaksi keuangan, norma subjektif menjadi perspektif penting sebagai dasar berperilaku di dalam masyarakat dikarenakan individu mempunyai kecenderungan berperilaku untuk memenuhi harapan orang lain. Oleh sebab itu, hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H2: Norma subjektif berpengaruh positif pada *switching intention* dari *switching behavior* nasabah konvensional yang beralih ke bank syariah

Pookulangara *et al.*(2011) membuktikan bahwa *perceived behavioral control* (PBC) memiliki pengaruh positif pada *switching intention*. Persepsi kontrol perilaku ini akan menunjukkan niat berperilaku dari perilaku aktual yaitu *switching behavior*. Yang mana semakin kuat kontrol perilakunya, akan semakin besar *switching intentionnya* dan semakin besar juga kemungkinan *switching behaviornya*. Maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H3: *Perceived behavioral control* (PBC) berpengaruh positif pada *switching intention* dari *switching behavior* nasabah konvensional yang beralih ke bank syariah

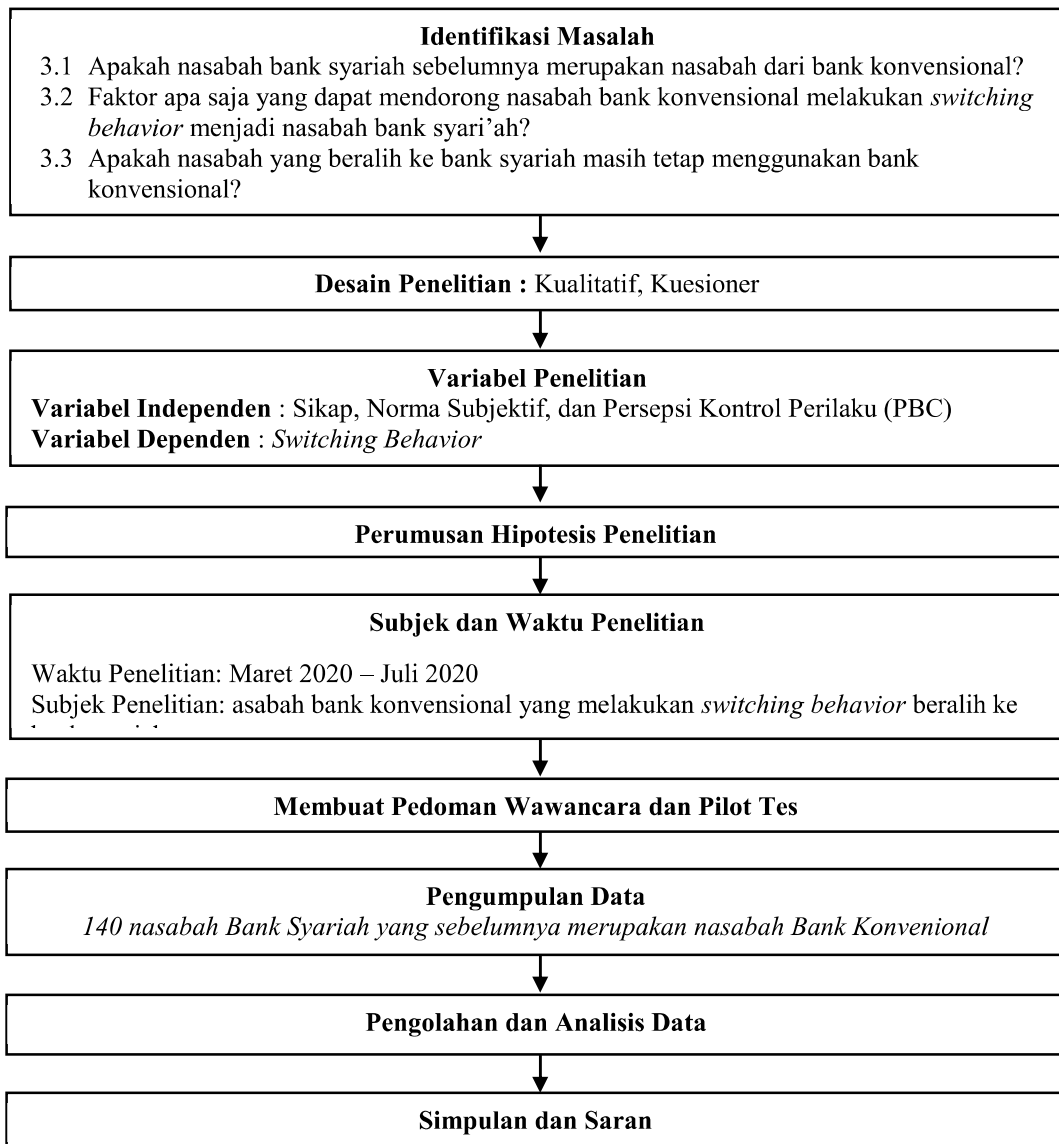
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian yang terdiri atas alur penelitian, lokasi serta waktu penelitian, data yang dibutuhkan, penyusunan kuesioner, desain *sampling*, pengumpulan data, dan teknik pengolahan serta analisis data.

3.1. Alur Penelitian

Berikut merupakan gambar alur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini :



Gambar 2.1 Diagram Alir Penelitian

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa proses yang bertahap dan disusun secara sistematis untuk mendapatkan hasil penelitian. Tahapan penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Maret 2020 hingga Juli 2020. Penelitian ini melibatkan 140 nasabah bank syariah dari 33 bank syariah yang ada di Indonesia. Dalam proses pengumpulan data, diawali dengan adanya *pilot test* pada bulan April 2020. Proses pengumpulan data secara menyeluruh dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah akan dilakukan pada bulan Mei 2020 hingga Juni 2020.

3.3. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja dalam penelitian yang dilakukan dengan merinci prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam menyusun atau memecahkan masalah riset pemasaran (Malhotra, 2010). Desain penelitian yang baik dapat memastikan bahwa pelaksanaan riset dilakukan secara efektif dan efisien (Malhotra, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor *switching behavior* dari nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, dengan mengukur *switching intention* sebagai variabel dependennya. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut yang nantinya menjadi variabel independen penelitian ini, yaitu *attitude towards switching*, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Sehingga desain penelitian pada penelitian ini dibagi menjadi beberapa sub-bab :

3.3.1. Jenis Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan proses penelitian yang bertujuan menemukan suatu pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan tentang apa yang ingin diketahui (Margono, 2010). Sesuai dengan penelitian ini yang menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer, sehingga data berupa angka digunakan sebagai alat ukur untuk menemukan kesimpulan. Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, sehingga penelitian ini merupakan penelitian eksploratori karena bersifat mendasar

dan bertujuan untuk memperoleh keterangan, informasi, data mengenai hal-hal yang belum diketahui (Nachmias, 1987).

3.3.2. Penentuan Skala Pengukuran

Pengukuran yang tepat untuk membantu suatu penelitian dalam menampilkan representasi yang realistis dari pendapat serta perilaku responden yang berhubungan dengan data responden lainnya (Maholtra, 2010). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1, dimana skala pengukuran dikategorikan berdasarkan bagian dari kuesioner,

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner

Bagian	Jenis Pertanyaan	Jenis Skala	Penjelasan Pertanyaan
Profil responden	Pertanyaan terbuka	Nominal	Pertanyaan mengenai nama dan kontak responden
Screening	<i>Dichotomous</i>	Nominal	Kategori jawaban ya atau tidak tentang “menjadi nasabah bank syariah” serta perempuan atau laki-laki. Responden yang menjawab “tidak” tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner
	<i>Multiple Choice, single response</i>	Nominal	Pertanyaan tentang penggunaan usia, rata-rata pendapatan perbulan, pendidikan terakhir
Pertanyaan Inti Bagian Pertama	<i>Dichotomous</i>	Nominal	Pada bagian ini terdapat satu pertanyaan mengenai responden sebelumnya merupakan nasabah bank konvensional, dengan model jawaban “ya” atau “tidak”
Pertanyaan Inti Bagian Kedua	<i>Likert</i>	Interval	Pada bagian ini terdiri dari 12 pertanyaan dalam model dengan skala poin -3 sampai +3, nilai -3 menandakan sangat tidak mungkin hingga +3 sangat mungkin
Pertanyaan Inti Bagian Ketiga	<i>Dichotomous</i>	Nominal	Pada bagian ini terdapat satu pertanyaan mengenai responden masih menjadi nasabah bank konvensional, dengan model jawaban “ya” atau “tidak”

3.3.3. Data Yang Dibutuhkan

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder meliputi informasi terkait *switching behavior*, faktor-faktor yang mempengaruhi *switching behavior*, bank yang ada di Indonesia, bank konvensional, bank syariah yang diperoleh melalui studi literatur. Data primer mengenai apakah nasabah bank syariah sebelumnya merupakan nasabah bank konvensional, apa saja faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah bank konvensional hingga beralih ke bank syariah, dan apakah nasabah yang beralih ke

bank syariah masih menggunakan bank konvensional. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner tersebut diisi sendiri oleh responden atau *self-administered*. Data primer yang digunakan ditunjukkan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Data primer yang digunakan

Jenis Data	Data yang dibutuhkan	Cara memperoleh data
Data Sekunder	Informasi-informasi yang terkait dengan: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Switching behavior</i> • Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>switching behavior</i> • Bank konvensional • Bank syariah 	Studi Literatur
Data Primer	Data demografi responden <hr/> Informasi terkait sejauh mana nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah <hr/> Informasi terkait faktor apa saja yang mempengaruhi <i>switching behavior</i> nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah <hr/> Informasi terkait perilaku nasabah bank syariah yang masih menggunakan bank konvensional	Survei melalui kuesioner

3.3.4. Penyusunan Kuisisioner

Kuesioner merupakan bentuk suatu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang diangkat (Malhotra, 2010). Pelaksanaan wawancara dimulai dengan penyusunan kuesioner, pelaksanaan *pilot test*, dan penyebaran kuesioner sesungguhnya kepada responden.

Pelaksanaan digunakan untuk memastikan kuesioner tidak mengandung ambiguitas dan mengurangi bias. *Pilot test* ini akan dilakukan pada bulan Mei 2020 dengan melibatkan 30 responden. Dengan adanya *pilot test* diharapkan akan mengurangi ambiguitas dan bias sehingga *final* kuesioner dapat disebarakan. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4 bagian. Bagian-bagian kuesioner penelitian beserta keterangannya ditunjukkan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Bagian kuisisioner

No	Bagian	Keterangan
1	Pendahuluan dan <i>Screening</i>	Pada pendahuluan berisi paragraf pengantar kuisisioner sedangkan pada <i>screening</i> memuat pertanyaan untuk menentukan apakah responden yang mengisi kuisisioner sesuai dengan sampel penelitian. Responden yang menjawab ya pada tiap pertanyaan <i>screening</i> dapat melanjutkan pengisian kuisisioner.

No	Bagian	Keterangan
2	Pertanyaan Profil Responden	Memuat pertanyaan mengenai demografi responden sesuai dengan keadaan dan profil responden. Pertanyaan demografi pada kuesioner ini terdiri dari nama, nomor HP, jenis kelamin, usia, rata-rata pendapatan perbulan, pendidikan terakhir.
3	Pertanyaan inti bagian pertama	Memuat 1 pertanyaan mengenai sejauh mana nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah
4	Pertanyaan inti bagian kedua	Memuat pertanyaan untuk menganalisis faktor <i>switching behavior</i> menggunakan teori TPB sejumlah 12 pertanyaan, yang terdiri dari 4 pertanyaan mengenai sikap, 4 pertanyaan mengenai norma subjektif, 2 pertanyaan mengenai PBC, dan 2 pertanyaan mengenai <i>switching behavior</i> .
5	Pertanyaan inti bagian ketiga	Memuat 1 pertanyaan mengenai perilaku nasabah bank syariah yang masih menggunakan bank konvensional
6	Penutup	Saran yang ingin disampaikan responden kepada peneliti dan ucapan terima kasih

3.3.5. Populasi dan Desain Sampling

Populasi merupakan kumpulan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dalam menyelesaikan permasalahan suatu penelitian (Sugiyono, 2013). Populasi dari penelitian ini adalah nasabah bank syariah yang ada di Indonesia.

Dari populasi yang ada, perlu ditentukan kriteria responden yang menjadi sampel penelitian. Sampel didefinisikan sebagai sub-kelompok dari suatu elemen populasi yang dipilih untuk penelitian (Malhotra, 2010). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank konvensional yang melakukan *switching behavior* beralih menjadi nasabah bank syariah. Kriteria dari responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah yang sebelumnya merupakan nasabah bank konvensional yang berpindah sepenuhnya (tidak menggunakan bank konvensional kembali) dan berpindah sebagian (masih menggunakan bank konvensional).

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Roscoe's Rule of Thumb* yang dikemukakan oleh Sekaran (2003), yaitu jumlah minimum responden adalah jumlah indikator dikalikan 5 atau 10. Jumlah indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah 12 indikator, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Jumlah ini didapatkan dari jumlah indikator dikali dengan 10 ($120=12 \times 10$). Sesuai dengan jumlah minimal responden yaitu angka 5 dikalikan indikator, sehingga jumlah sampel yang dapat mewakili populasi ini minimal 60 responden. Jumlah ini didapatkan dari jumlah

indikator dikali dengan 5 ($70=14 \times 5$). Sampel dari penelitian ini merupakan responden yang telah lolos dari tahap *screening* sehingga kuisioner yang diisi relevan dengan keadaan responden.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional pada masing-masing variabel yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.4.

3.4 Tabel Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional
1.	<i>Attitude Towards Switching</i>	Sikap terhadap perilaku (<i>attitude toward behavior</i>) merupakan evaluasi secara positif atau negatif terhadap suatu benda, orang, instansi, kejadian, perilaku atau niat (Ajzen, 2005).	<i>Attitude towards switching</i> dalam penelitian ini mengacu pada sejauh mana nasabah bank konvensional berpikir untuk berpindah dari bank konvensional dengan gantinya menggunakan bank syariah.
2.	Norma Subjektif	Norma subjektif adalah perilaku yang didorong oleh keinginan seseorang untuk bertindak seperti orang lain atau yang seharusnya dilakukan orang lain, dikarenakan hal tersebut mencerminkan persepsi dari konsumen tentang apakah <i>switching behavior</i> diterima, didorong, dan diimplementasikan oleh pengaruh konsumen (Pavlou dan Fygenson, 2006).	Norma subjektif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar orang lain dapat mempengaruhi nasabah bank konvensional untuk beralih ke bank syariah.
3.	<i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC)	<i>Perceived behavioral control</i> adalah persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan merefleksikan pengalaman di masa lalu dan antisipasi mengenai halangan (Ajzen, 1988).	<i>Perceived behavioral control</i> dalam penelitian ini mengacu pada seberapa besar sumber daya, pengetahuan, dan <i>ability</i> dapat mempengaruhi <i>switching intention</i> .
4.	<i>Switching Intention</i>	<i>Switching intention</i> adalah antededen langsung dari perilaku aktual (Ajzen, 2011).	<i>Switching intention</i> dalam penelitian ini mengacu pada sejauh mana niat dan rencana nasabah bank konvensional beralih ke bank syariah.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yang telah diperbaiki setelah dilakukan *pilot test* akan disebarakan kepada responden penelitian untuk memperoleh jawaban. Kuesioner yang disebarakan berupa kuesioner *online* dalam bentuk *Google Formulir*. Metode

pengisian kuesioner dilakukan secara *self-administered* atau responden mengisi kuesioner secara mandiri. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dimana penentuan sampel dilakukan berdasarkan pendapat penulis. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. *Random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling (Margono, 2010). Teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap responden sebagai unsur populasi memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan tautan kuesioner melalui *posting* pada media sosial peneliti, membagikan tautan kuesioner pada grup yang dimiliki peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan menghubungi langsung responden melalui *platform whatsapp* dan *line* peneliti. Selain itu, *google formulir* juga dipost melalui *instastory* di instagram peneliti dan meminta bantuan dari teman-teman peneliti.

3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data kuantitatif dikumpulkan dengan pembagian kuesioner terhadap beberapa responden. Data yang telah didapat melalui kuesioner merupakan data mentah yang perlu diolah dan kemudian dianalisis. Analisis data mengubah data mentah menjadi pengetahuan yang berarti untuk menjawab masalah pada penelitian (Malhotra, 2010).

3.5.1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan suatu bentukan analisis yang disajikan berupa angka atau nominal yang dapat diukur dan dihitung. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala *Likert*, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya (Algifari, 2001). Hasil perhitungan dari skor atau nilai kemudian digunakan dalam analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*.

3.5.1.1. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi merupakan distribusi matematis yang diekspresikan dalam suatu frekuensi dan presentase (Malhotra, 2010). Analisis distribusi frekuensi dilakukan untuk mendapatkan perhitungan jumlah tanggapan yang terkait

dengan nilai variabel yang berbeda (Malhotra, 2010). Berikut adalah distribusi frekuensi yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui data secara keseluruhan (Tabel 3.5).

Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi

	Kategori	Definisi	Tujuan
	<i>Mean</i>	Nilai mean merupakan nilai rata – rata data yang didapatkan dari sebuah populasi.	untuk mengetahui nilai rata – rata dari variabel penelitian.
Measure of Location	Kategori	Definisi	Tujuan
	<i>Sum</i>	Jumlah dari nilai variabel yang digunakan pada penelitian ini.	Bertujuan untuk mengetahui jumlah nilai responden pada variabel penelitian.
	<i>Modus</i>	Nilai yang paling sering muncul dari distribusi	Mendapatkan mayoritas karakteristik responden
	<i>Standard Error</i>	Merupakan sebaran rata – rata sampel terhadap rata – rata populasinya.	Bertujuan untuk mengetahui akurasi sampel terhadap sebuah populasi.
Measure of variability	<i>Standard Deviasi</i>	Merupakan nilai indeks yang menggambarkan rata – rata keberagaman atau variabilitas dari data yang didapat dalam penelitian ini.	Untuk mengetahui tingkat variasi data yang didapat.
	<i>Variance</i>	Merupakan nilai dari jumlah kuadrat semua deviasi per individual terhadap nilai dari rata - rata kelompok.	Mengetahui tingkat validitas data atau variabel yang digunakan dalam penelitian

3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian yang dilakukan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas bertujuan mengetahui data yang didapatkan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan diandalkan

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat di mana suatu ukuran secara akurat mewakili apa yang seharusnya (Hair et al., 2010). Memastikan validitas dimulai dengan pemahaman menyeluruh tentang apa yang harus diukur dan kemudian menjadikan pengukuran itu "benar" dan seakurat mungkin.

Pada penelitian ini, untuk mengukur tingkat validitas data menggunakan nilai *average variance extracted* (AVE) dan *factor loading*. Data yang digunakan dapat dinilai memiliki tingkat validitas yang baik ketika nilai AVE diatas 0,5

(AVE>0,5) dan nilai *factor loading* yang didapat berdasarkan hasil statistik memiliki nilai diatas 0,5 (*factor loading* >0,5). AVE sendiri merupakan varians dari indikator yang dijelaskan oleh konstruk laten . Nilai AVE dapat didapatkan dengan rumus berikut ini.

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^p \lambda_i^2}{\sum_{i=1}^p \lambda_i^2 + \sum_{i=1}^p \delta_i}$$

Dimana:

AVE = *Average Variance Extracted*

λ = *Completely standardized Factor loading*

δ = *error variance*

p = Jumlah indikator

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan mengetahui konsistensi dari alat ukur statistik yang digunakan pada penelitian ini dalam mengukur informasi yang didapatkan dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada target responden yang lolos tahap *screening* pada kuesioner. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan berulang (Malhotra & Birks, 2006). Ketika jawaban responden tersebut konsisten dan stabil ketika diuji melalui alat statistik tersebut, maka dapat dikatakan reliabel. Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas dari data yang didapat melalui koefisien *Cronbach's Alpha* (α) serta *composite reliability* (CR). Menurut (Malhotra, 2010) *Cut of value* yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas menggunakan (α) adalah diatas atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$) dan nilai CR sebesar diatas atau sama dengan 0,7 ($CR \geq 0,6$). CR merupakan jumlah total dari *variance true score* dalam kaitannya dengan varian nilai total. Berikut adalah rumus untuk mendapatkan nilai CR,

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2 + (\sum_{i=1}^p \delta_i)}$$

CR = *Composite reliability*

λ = *Completely standardized Factor loading*

δ = *error variance*

p = Jumlah indikator

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Setelah menyebarkan kuesioner dan data yang dibutuhkan telah didapatkan, maka dilanjutkan dengan proses uji asumsi. Uji asumsi adalah aktivitas yang dilakukan sebelum tahap menganalisis data untuk kebutuhan penelitian. Pengujian data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah terkumpul telah sesuai untuk dapat dianalisis lebih lanjut karena data yang tidak sesuai dapat memengaruhi keakuratan dari penelitian (Hair et al., 2010). Uji asumsi dilakukan dengan mengidentifikasi normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas (Nirmala, 2012).

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu pengujian asumsi yang paling fundamental dalam *multivariate analysis*, dengan data yang terdistribusi secara normal (Hair et al., 2010). Uji normalitas bertujuan mengetahui apakah setiap variabel yang digunakan pada penelitian ini sudah terdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui *skewness* dan *kuortisis*. *Skewness* dapat menilai derajat kemiringan dan *kurtosis* dapat menjadi asumsi dasar dalam *multivarian analysis*. Semakin besar jumlah sampel yang digunakan, data akan cenderung terdistribusi normal.

3.5.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, sehingga disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2001). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat dan nilai residualnya. Apabila titik-titik tersebut membentuk sebuah pola tertentu yang teratur yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka terjadi heteroskedastisitas. Apabil titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat adanya korelasi antara variabel independen. Apabila terdapat korelasi yang kuat, sehingga bisa dikatakan telah terjadi masalah multikolinieritas dalam model regresi. Dari setiap variabel independen akan diuji dimana nantinya akan mengeluarkan nilai variance inflation factor (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10,0 maka hubungan korelasi antara variabel independen rendah.

3.5.4. Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

3.5.4.1. Uji t

Digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independen *Attitude towards switching* (X_1), Norma subjektif (X_2), dan *Perceived behavioral control* (X_3) dengan variabel dependen *Switching intention* (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005):

- a. Menentukan Formulasi Hipotesis
 - $H_0 : \beta = 0$, artinya variabel X_1 , X_2 , dan X_3 tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y .
 - $H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel X_1 , X_2 , dan X_3 memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y .
- b. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
- c. Menentukan signifikansi
 - Nilai signifikansi (*P Value*) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - Nilai signifikansi (*P Value*) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- d. Membuat kesimpulan
 - Bila signifikansi (*P Value*) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
 - Bila signifikansi (*P Value*) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.5.4.2. Uji F (Uji Simultan)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah variabel *Attitude towards switching* (X_1), Norma subjektif (X_2), dan *Perceived behavioral control* (X_3) benar-benar mempengaruhi secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen *Switching intention* (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005):

- a. Menentukan Formulasi Hipotesis
 - $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel X_1 , X_2 , dan X_3 tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y .
 - $H_a : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, artinya variabel X_1 , X_2 , dan X_3 memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y .
- b. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
- c. Menentukan signifikansi
 - Nilai signifikansi ($P Value$) $<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - Nilai signifikansi ($P Value$) $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- d. Membuat kesimpulan
 - Bila signifikansi ($P Value$) $<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen.
 - Bila signifikansi ($P Value$) $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara simultan (bersama-sama) tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.5.4.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel independen (*Attitude Towards Switching*, Norma Subjektif, dan *Perceived Behavioral Control*) akan diikuti variabel dependen (*switching Intention*) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R^2) Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen (Ghozali, 2005).

3.5.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen (Nirmala,2012). Hal ini berdasarkan pernyataan Bellman *et al.*(2009) dalam penelitian Pookulangara *et*

al.(2011) apabila untuk mempelajari *Theory Planned Behavior* (PHB) menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Attitude Towards Switching* (X_1), Norma Subjektif (X_2), dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) terhadap variabel dependen *Switching intention* (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Supranto, 1998):

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Switching Intention*

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (*Attitude Towards Switching*)

X_1 = *Attitude Towards Switching*

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (Norma Subjektif)

X_2 = Norma Subjektif

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 (*Perceived Behavioral Control*)

X_3 = *Perceived Behavioral Control*

e = Standar error

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV

ANALISIS DAN DISKUSI

Bab ini menjabarkan tentang proses analisis dan diskusi dari hasil penelitian. Proses tersebut diawali oleh pengumpulan data. Dari data yang telah terkumpul, dilakukan pengolahan data beserta analisis sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Pada bagian akhir, dibahas juga implikasi manajerial dari hasil analisis penelitian yang dilakukan.

4.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data diawali dengan melakukan *pilot test* yang dilakukan melalui *chat* pribadi melalui media sosial peneliti kepada responden dan berhasil mendapatkan sejumlah 30 responden. *Pilot tes* ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan saran dan hasil kuesioner yang lebih baik. Pada saat *pilot tes* dilakukan, ada beberapa pertanyaan yang direvisi dikarenakan menyesuaikan dengan pemahaman dari para responden. Setelah pelaksanaan *pilot test* kemudian dilakukan pengumpulan data skala besar dengan menyebar kuesioner secara *online* yang dimulai dari Bulan Mei sampai dengan Juli 2019.

Kuesioner yang disebarakan berupa kuesioner *online* yang dibuat dengan menggunakan bantuan fasilitas dari Google berupa Google Formulir yang dapat diakses melalui tautan intip.in/SurveiPerilakuNasabahPerbankan (Lampiran 1). Tautan tersebut ditampilkan dalam poster digital beserta *caption* dan disebarakan melalui media sosial yang dimiliki oleh peneliti (Lampiran 2). Media sosial yang digunakan untuk menyebarkan antara lain *Instagram*, *Line*, dan *Whatsapp*. Poster dibagikan melalui *snapgram* peneliti yang dipost setiap 2 hari sekali. Penyebaran melalui media sosial dilakukan dengan 2 cara yaitu mengunggah poster secara global dan menyebarkan secara personal kepada relasi peneliti (Lampiran 3). Penyebaran global dilakukan dengan menyebarkan ke grup *Whatsapp* dan *Line* yang beranggotakan mahasiswa dan pekerja yang tersebar dari usia 22 hingga 60 tahun. Agar penyebaran lebih efektif, poster diteruskan ke personal *chat* kepada relasi peneliti. Dari personal *chat*, penulis memohon responden untuk menyebarkan kembali kepada grup orang lain.

Target minimal responden yang telah ditetapkan adalah sejumlah 60 responden. Setelah dilakukan pengumpulan data, terdapat total 66 responden yang mengisi kuesioner. Dari 66 responden yang mengisi terdapat 63 responden (95,5%) yang lolos *screening* yaitu nasabah bank syariah yang sebelumnya atau masih menjadi nasabah bank konvensional. 3 responden lainnya (4,5%) memilih belum pernah menjadi nasabah bank konvensional. Sehingga realisasi pencapaian target responden telah terpenuhi. Data 63 responden ini yang dijadikan data yang diolah untuk mendapatkan hasil dalam penelitian ini.

4.2. Analisis Data Kuantitatif

Data yang dikumpulkan untuk penelitian dianalisis menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Statistik frekuensi diperoleh untuk variabel demografis. Analisis demografi digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai profil dari konsumen makanan berlabel organik yang menjadi responden dalam penelitian ini. Data demografi yang didapatkan meliputi jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan (Tabel 4.1). Berikut adalah analisis demografi responden pada penelitian ini.

Tabel 4.1 Karakteristik Demografi Responden

Variabel	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Pria	17	32%
Wanita	46	73%
Latar Belakang Pendidikan		
SD Sederajat	2	5%
SMP Sederajat	1	2%
SMA Sederajat	10	16%
Kuliah	50	83%
Usia		
18-27 tahun	35	59%
28-37 tahun	7	11%
38-47 tahun	13	21%
48-57 tahun	8	14%
Pekerjaan		
Mahasiswa/Pelajar	23	40%
Pengusaha	7	11%
Pegawai Negeri Sipil	5	8%
Pegawai Swasta	10	16%
Dosen/Guru/Pengajar	8	13%
Ibu/Bapak Rumah Tangga/Tidak Bekerja	3	5%
Pedagang	6	10%

Penjual Kue	1	2%
-------------	---	----

Berdasarkan hasil pertanyaan BQ2 yang berbunyi “Apakah Anda pernah menjadi nasabah bank konvensional (non syariah)?” diperoleh hasil bahwa sebesar 53 jawaban atau 84,1% dari seluruh responden masih menggunakan bank konvensional disamping mereka juga menggunakan bank syariah. Adapun 9 jawaban atau 14,3% dari seluruh responden telah beralih sepenuhnya dan hanya 1 responden yang kembali lagi menggunakan bank konvensional. Dari jawaban tersebut juga dapat dikatakan apabila seluruh responden sebelum menggunakan bank syariah merupakan nasabah bank konvensional. Mayoritas dari nasabah tersebut, masih tetap menggunakan bank konvensional yaitu untuk melakukan transaksi sehari-hari atau melakukan setor tarik tunai.

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas dari data yang didapat melalui koefisien *Cronbach’s Alpha* (α). Menurut (Malhotra, 2010) *Cut of value* yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas menggunakan (α) adalah diatas atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$). Berdasarkan data yang sudah diperoleh, didapatkan hasil uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach’s Alpha* (α) pada variabel *Attitude Towards Channel* sebesar 0,682. Pada variabel *Subjective Norms* didapatkan nilai *Cronbach’s Alpha* (α) sebesar 0,704. Sedangkan untuk variabel *Perceived Behavioral Control* diperoleh nilai sebesar 0,605 dan untuk variabel *Switching Intention* diperoleh nilai sebesar 0,768. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Tabel hasil uji reliabilitas akan dilampirkan pada Lampiran 4.

4.4. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan untuk menyeleksi data yang dapat digunakan untuk uji statistik (Hair et. al., 2010). Uji ini dilakukan dengan mengidentifikasi adanya data yang hilang pada keseluruhan data penelitian serta data yang sangat berbeda dengan data lainnya. Selain itu, uji asumsi juga dilakukan untuk melihat kondisi data dari segi normalitas dan linearitas.

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui persebaran data yang didapatkan pada penelitian ini. Selain itu, uji normalitas juga dilakukan bertujuan

mengidentifikasi bentuk dari distribusi data serta kesesuaiannya dengan distribusi normal. Normalitas sebuah data dapat diketahui dengan cara melakukan uji skewness dan kurtosis. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai kemiringan skewness dan nilai kurtosis berada pada rentang nilai -2 sampai dengan 2. Dari 9 variabel yang digunakan tidak terdapat nilai skewness dan kurtosis yang lebih dari 2 maupun -2 (Tabel 4.2).

Tabel 4.2 Uji Normalitas

	<i>Sampel</i>	<i>Skewness</i>		<i>Kurtosis</i>	
	<i>Statistic</i>	<i>Statistic</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Statistic</i>	<i>Std. Error</i>
AVEAC	63	-0.07	0.30	-0.62	0.60
AVENS	63	0.13	0.30	-0.34	0.60
AVEPC	63	-1.05	0.30	1.13	0.60
AVESI	63	-0.34	0.30	-0.77	0.60

Keterangan:

AVEAC = Nilai rata-rata jawaban variable *Attitude Towards Switching*

AVENS = Nilai rata-rata jawaban variable *Subjective Norms*

AVEPC = Nilai rata-rata jawaban variable *Perceived Behavioral Control*

AVESI = Nilai rata-rata jawaban variable *Switching Intention*

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat dan nilai residualnya. Data tersebar secara merata diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini telah memenuhi syarat asumsi heterokedastisitas dan data dianggap layak untuk dilanjutkan pada uji selanjutnya.

Tabel 4.3 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.437	0.445		-0.982	0.330
	AVEAC	0.200	0.099	0.247	2.026	0.047
	AVENS	-0.048	0.086	-0.067	-0.560	0.577
	AVEPC	0.139	0.098	0.178	1.417	0.161

a. Dependent Variable: Abs_RES

4.4.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menemukan apakah ada korelasi atau hubungan kuat antar variabel bebas dan variabel independen. Model regresi yang tidak terjadi gejala multikolinieritas, baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau biasa disebut tidak terjadi gejala multikolinieritas. Dalam pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas terdapat dua nilai yang perlu diperhatikan yaitu *tolerance* dan VIF.

Pada penelitian ini telah dilakukan uji multikolinieritas dan didapat hasil bahwa nilai *tolerance* dari tiap variabel memenuhi kriteria yaitu diatas 0,10 dengan nilai *tolerance* terkecil adalah 0,768 pada variabel PC. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi atau hubungan kuat antar variabel bebas dan independen atau dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas pada model regresi ini. Selain itu nilai lain yang perlu diperhatikan adalah nilai VIF yang harus dibawa dari 10,00 yang berarti model regresi ini dapat digunakan.

Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	AVEAC	.793	1.261
	AVENS	.857	1.167
	AVEPC	.768	1.301

a. Dependent Variable: AVESI

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen (Nirmala,2012). Dalam penelitian ini digunakan *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk menganalisis hasil jawaban kuesioner dari responden. Penilaian ini berdasarkan uji koefisien regresi linier berganda yang terdiri dari Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.

4.5.1. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam menentukan signifikansi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apabila (*P Value*) <0,05 maka hipotesis diterima. Sebaliknya apa bila (*P Value*)>0,05, maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil analisis jawaban kuesioner dari responden diperoleh hasil berikut ini (Tabel 4.5).

Tabel 4.5 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.240	.692		1.793	.078
	AVEAC	.152	.164	.121	.925	.359
	AVENS	.143	.138	.131	1.038	.304
	AVEPC	.371		.314	2.362	.022

a. Dependent Variable: AVESI

Nilai Sig. pada tabel di atas menggambarkan (*P Value*) dari setiap variabel independen. Variabel *attitude towards channel* (*P Value*)-nya sebesar 0,359, variabel *subjective norms* (*P Value*)-nya sebesar 0,304, dan untuk variabel *perceived behavioral control* (*P Value*)-nya sebesar 0,22. Berdasarkan hasil tersebut, maka hanya variabel *perceived behavioral control* yang dapat mempengaruhi variabel *switching behavior* secara signifikan.

4.5.2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara simultan (bersama-sama) dalam mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis jawaban kuesioner dari responden diperoleh hasil berikut ini (Tabel 4.6).

Tabel 4.6 Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.215	3	3.072	4.907	0.04
Residual	36.935	59	.626		
Total	46.151	62			
a. Predictors: (Constant), AVEPC, AVENS, AVEAC					
b. Dependent Variable: AVESI					

Dari hasil analisis pada Tabel 4.6 di atas nilai $P(Value) < 0,05$ mengartikan bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

4.5.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel independen. Berdasarkan Tabel 4.7 didapatkan nilai R^2 adalah sebesar 0.200. Semakin nilai R^2 mendekati 1 artinya artinya variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.447 ^a	.200	.159	.791
a. Predictors: (Constant), AVEPC, AVENS, AVEAC				
b. Dependent Variable: AVESI				

4.5.4. Uji Hipotesis

Analisis hipotesis dilakukan dengan memperhatikan *P-value* dari setiap analisis koefisien regresi, yakni Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi. Batas nilai signifikansi *P-value* adalah <0,05 sehingga apabila *p-value* memiliki nilai kurang dari 0,05 maka hubungan signifikan dan hipotesis diterima dan apabila *p-value* lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Hipotesis	Pengaruh	<i>Standardized Coefficient</i>	<i>P-value</i>	Keterangan	Hipotesis
H1	<i>Attitude Towards Channel</i> → (+) <i>Switching Intention</i>	0,121	0,359	Tidak Signifikan	Ditolak
H2	<i>Subjective Norms</i> → (+) <i>Switching Intention</i>	0,131	0,304	Tidak Signifikan	Ditolak
H3	<i>Perceived Behavioral Control</i> → (+) <i>Switching Intention</i>	0,314	0,022	Signifikan	Diterima

1. Hipotesis 1 (*Attitude Towards Channel* (AC) memiliki pengaruh positif terhadap *Switching Intention* (SI)) – Ditolak

Hasil Uji menunjukkan bahwa nilai Sig. atau *P(Value)* sebesar 0,359. *P(Value)* tersebut lebih besar dari nilai *cut-off* sebesar 0,05 dapat diartikan memiliki hubungan tidak signifikan. Selain itu, jalur *attitude towards channel* ke *switching intention* memiliki nilai *standardized coefficient* (β) sebesar 0,121 (Tabel 4.12). β tersebut bernilai negatif yang berarti bahwa *attitude towards channel* ke *switching intention* memiliki pengaruh yang positif. Sehingga dapat diartikan bahwa *attitude towards channel* berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap *switching intention*. Maka dari itu, hipotesis 1 ditolak. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Wu *et.al* (2018).

2. Hipotesis 2 (*Subjective Norms* (NS) memiliki pengaruh positif terhadap *Switching Intention* (SI)) – Ditolak

Hasil Uji menunjukkan bahwa nilai Sig. atau *P(Value)* sebesar 0,304. *P(Value)* tersebut lebih besar dari nilai *cut-off* sebesar 0,05 dapat diartikan memiliki hubungan tidak signifikan. Selain itu, jalur *subjective norms* ke *switching intention* memiliki nilai *standardized coefficient* (β) sebesar 0,131 (Tabel 4.12). β tersebut bernilai positif yang berarti bahwa *subjective norms* ke *switching intention*

memiliki pengaruh yang positif. Sehingga dapat diartikan bahwa *subjective norms* berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap *switching intention*. Maka dari itu, hipotesis 2 ditolak. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Wu *et.al* (2018).

3. Hipotesis 3 (*Perceived Behavioral Control (PC)* memiliki pengaruh positif terhadap *Switching Intention (SI)*) – Diterima

Hasil Uji menunjukkan bahwa nilai Sig. atau *P(Value)* sebesar 0,022. *P(Value)* tersebut lebih besar dari nilai *cut-off* sebesar 0,05 dapat diartikan memiliki hubungan tidak signifikan. Selain itu, jalur *perceived behavioral control* ke *switching intention* memiliki nilai *standardized coefficient* (β) sebesar 0,314 (Tabel 4.12). β tersebut bernilai positif yang berarti bahwa *perceived behavioral control* ke *switching intention* memiliki pengaruh yang positif. Sehingga dapat diartikan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *switching intention*. Maka dari itu, hipotesis 3 diterima. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Wu *et.al* (2018).

4.6. Implikasi Manajerial

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai implikasi yang dapat direkomendasikan kepada industri perbankan syariah berdasarkan hasil temuan olah data menggunakan analisis regresi linier berganda. Selain itu, implikasi juga diperoleh berdasarkan dari hasil analisis responden berdasarkan analisis data kuantitatif.

Hasil yang didapatkan melalui analisis data kuantitatif dapat berguna bagi perusahaan perbankan syariah sebagai informasi dalam menentukan target pasar yang mempunyai potensi yang tinggi untuk meningkatkan jumlah nasabah bank syariah. Perusahaan perbankan syariah dapat menargetkan calon nasabahnya yang berusia 18-27 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa/pelajar atau pun yang sebagai pegawai swasta. Pada analisis tersebut juga didapatkan hasil apabila mayoritas responden disamping menggunakan bank syariah, mereka masih menggunakan bank konvensional juga. Berdasarkan hasil temuan ini, diharapkan perusahaan perbankan syariah dapat membuat sebuah strategi pemasaran yang lebih baik untuk mempertahankan nasabahnya agar tidak kembali menggunakan bank konvensional.

Pada analisis regresi linier berganda, didapatkan temuan bahwa *perceived behavioral control* dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *switching intention* nasabah untuk melakukan *switching behavior* menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan temuan ini diharapkan perusahaan perbankan syariah dapat lebih gencar lagi dalam memperkenalkan dan mengedukasi konsumennya agar dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Pengetahuan konsumen yang cukup mengenai perbankan syariah, akan meningkatkan kemauan dari diri konsumen untuk beralih menggunakan bank syariah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan simpulan dari penelitian yang telah dilakukan beserta saran yang berisi keterbatasan penelitian dan saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya.

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, akan dipaparkan penarikan kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian, berikut adalah beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu :

1. Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif, seluruh responden sebelum menggunakan bank syariah, mereka telah atau pernah menjadi nasabah bank konvensional. Sebagian besar dari mereka sampai saat ini masih tetap menggunakan bank konvensional untuk melakukan transaksi sehari-hari / setor-tarik tunai.
2. Sikap pelayanan serta norma subjektif mengenai bank syariah, tidak mempengaruhi niat konsumen untuk beralih dari bank konvensional dan menggunakan bank syariah. Namun kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dari konsumen yang meliputi kemauan dan pengetahuan mengenai bank syariah, yang dapat mempengaruhi mereka untuk beralih menjadi nasabah bank syariah.
3. Karakteristik konsumen yang menjadi nasabah bank syariah, sebagian besar adalah perempuan dengan rentang usia 18 hingga 27 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa/pelajar ataupun pegawai swasta.

5.2. Saran

Pada sub bab ini menjelaskan mengenai keterbatasan penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran yang dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya.

5.2.1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Namun, penelitian ini tentu tidak terlepas dari adanya keterbatasan. Pertama, keterbatasan dalam penelitian ini terdapat pada kuesioner yang disebar. Meskipun penelitian ini tidak membatasi pekerjaan responden namun mayoritas responden berumur 18 hingga 27 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa/pelajar

mendominasi responden dalam penelitian ini dan hanya sedikit responden yang berada diatas usia tersebut. Hal ini dapat berakibat pada kurang beragamnya karakteristik nasabah bank syariah yang dapat dianalisis dalam penelitian ini. Kedua, meskipun penelitian ini tidak membatasi oleh tempat tinggal responden, namun data yang didapatkan mayoritas didominasi oleh responden yang bertempat tinggal di Jombang. Tempat tinggal responden belum mempersentasikan penduduk Indonesia secara merata. Hal ini disebabkan karena keterbatasan akses peneliti untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada responden diberbagai daerah melalui sosial media. Yang ketiga, adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan peneliti lebih sulit untuk mencari responden secara langsung dan hanya dapat mengandalkan sosial media yang dimiliki. Sehingga menyebabkan adanya dominasi dari responden yang berstatus mahasiswa.

5.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah pada penelitian selanjutnya dapat berfokus pada beberapa golongan responden tertentu saja. Untuk mengantisipasi adanya keterbatasan seperti masa pandemi, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat lebih memaksimalkan penggunaan sosial media untuk memperoleh variasi serta jumlah responden yang lebih banyak. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan lebih banyak variabel untuk memperluas ruang lingkup penelitian ini dan meningkatkan akurasi. Demikianlah saran yang dapat diberikan, saran-saran tersebut diharapkan dapat membantu dalam penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Kassim, S. H., & Dahari, Z. (2013). Factors influence switching behavior of Islamic bank customers in Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 176(814), 1-8.
- Ajzen, H., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. McGraw-Hill Education (UK).
- Ancok, D. (2005). *Religiusitas Sebagai Keberagaman*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bansal, H. S., Taylor, S. F., & James, Y. S. (2005). "Migrating" to new service providers: Toward a unifying framework of consumers' switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96–115. <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>
- Bellman, L. M., Teich, I., & Clark, S. D. (2009). Fashion accessory buying intentions among female millennials. *Review of Business*, 30(1).
- Bernheim, B. D. (1994). A theory of conformity. *Journal of political Economy*, 102(5), 841-877.
- Burnkrant, R. E., & Cousineau, A. (1975). Informational and normative social influence in buyer behavior. *Journal of Consumer research*, 2(3), 206-215.
- Goersch, D. (2002). Multi-channel integration and its implications for retail web sites. *ECIS 2002 Proceedings*, 11.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- Indonesia, B. (1999). Peraturan Bank Indonesia. *Nomor, 13, 24*. (OJK)
- Indonesia, B. (2019). *Statistik Perbankan Indonesia*. Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.
- Indonesia, B. (2005). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.

- Indonesia, B. (2006). Statistik Perbankan Syariah. *Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.*
- Indonesia, B. (2007). Statistik Perbankan Syariah. *Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.*
- Indonesia, B. (2008). Statistik Perbankan Syariah. *Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.*
- Indonesia, B. (2009). Statistik Perbankan Syariah. *Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.*
- Indonesia, B. (2019). Statistik Perbankan Syariah. *Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah.*
- Indonesia, M. U. (2004). Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (Interest/Fa'idah).
- Jannah, A. M., & Widodo, A. (2018). Pengaruh Persepsi Bank Syariah di Indonesia terhadap Customer Switching Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Mediator. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 2(1), 41-50.
- Jaya, L. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi customer switching behavior dalam industri retail banking pada bank bca. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 52(11).
- Kontot, K., Hamali, J., & Abdullah, F. (2016). Determining factors of customers' preferences: A case of deposit products in islamic banking. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 167-175.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). New Jersey: Pearson.
- Nachmias, D. (1987). *Research Methods in the Social Sciences*. New York: St Martin Press.
- Nirmala, D. (2012). Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS.
- Nomor, U. U. (21). tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Notani, A. S. (1998). Moderators of perceived behavioral control's predictiveness in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Journal of consumer psychology*, 7(3), 247-271.

- Pavlou, P. A., & Fygenon, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS quarterly*, 115-143.
- Pookulangara, S., Hawley, J., & Xiao, G. (2011). Explaining consumers' channel-switching behavior using the theory of planned behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(4), 311-321.
- Pulliam, P. (1999). To Web or not to Web? Is not the question, but rather: when and how to Web?. *Direct Marketing*, 62(1), 19-24.
- Saud, I. M., Teguh, I., & Nugraheni, P. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Perbankan Konvensional Beralih Ke Perbankan Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di DIY). *InFestasi (Jurnal Bisnis dan Akuntansi)*, 14(2), 133-145.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2003). *Research Methods For Business, A Skill Building Approach*, John Willey & Sons. Inc. New York.
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of consumer research*, 15(3), 325-343.
- Shim, S., Eastlick, M. A., Lotz, S. L., & Warrington, P. (2001). An online prepurchase intentions model: the role of intention to search: best overall paper award—The Sixth Triennial AMS/ACRA Retailing Conference, 2000☆. *Journal of retailing*, 77(3), 397-416.
- Statistik, B. P., Kementerian, P. P. N., & Bappenas, U. N. F. P. A. (2018). *Proyeksi Penduduk Indonesia 2015-2045 Hasil SUPAS 2015*. Jakarta: Subdirektorat Statistik Demografi BPS.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis* (17th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Susila, B., Sumarwan, U., & Kirbrandoko, K. (2014). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP BRAND SWITCHING BEHAVIOR MINUMAN TEH DALAM KEMASAN. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 7(3), 193-201.

- Wu, H. C., Wei, C. F., Tseng, L. Y., & Cheng, C. C. (2018). What drives green brand switching behavior? *Marketing Intelligence and Planning*, 36(6), 694–708. <https://doi.org/10.1108/MIP-10-2017-0224>
- Wulandari, D., & Subagio, A. (2015). Consumer decision making in conventional banks and Islamic bank based on quality of service perception. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 471-475.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Survei Nasabah Bank Konvensional dan Bank Syariah	Sudah berapa lama anda menjadi nasabah bank syariah
<p>* Wajib</p> <p>Tentang nasabah dan bank pilihannya</p> <p>Tujuan survey ini untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi nasabah beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Bagian ini ditujukan untuk memastikan anda adalah responden studi ini</p>	<p><input type="radio"/> < 3 tahun</p> <p><input type="radio"/> antara 3 - 5 tahun</p> <p><input type="radio"/> antara 5 - 10 tahun</p> <p><input type="radio"/> > 10 tahun</p>
<p>BQ1. Apakah Anda merupakan nasabah bank syariah? *</p> <p><input type="radio"/> Ya</p> <p><input type="radio"/> Tidak</p>	<p>BQ2. Apakah Anda pernah menjadi nasabah bank konvensional (non syariah)? (Pilih yang paling sesuai dengan kondisi Anda saat ini) *</p> <p><input type="radio"/> Ya, hingga saat ini saya masih menjadi nasabah bank konvensional dan syariah</p> <p><input type="radio"/> Ya, dahulu, karena sekarang saya beralih sepenuhnya dari bank konvensional ke syariah</p> <p><input type="radio"/> Tidak, saya hanya memiliki rekening di bank syariah dan tidak pernah membuka rekening di bank konvensional</p> <p><input type="radio"/> Ya, saya pernah menjadi nasabah bank konvensional, beralih ke syariah dan kini kembali ke konvensional</p>
<p>Jika ya, tuliskan bank syariah dimana anda menjadi nasabah (bisa lebih dari satu) *</p> <p><input type="checkbox"/> Bank BCA Syariah</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Panin Syariah</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Permata Syariah</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Maybank Indonesia Syariah</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah BNI</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah BRI</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah Bukopin</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah Mandiri</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah Mega Indonesia</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah Muamalat Indonesia</p> <p><input type="checkbox"/> Bank Syariah lainnya</p>	<p>Mohon tunjukkan nama Bank konvensional tempat anda (pernah) menjadi nasabah - bisa lebih dari satu</p> <p><input type="checkbox"/> BCA</p> <p><input type="checkbox"/> BNI</p> <p><input type="checkbox"/> BRI</p> <p><input type="checkbox"/> BPD</p> <p><input type="checkbox"/> BTN</p> <p><input type="checkbox"/> CIMB Niaga</p> <p><input type="checkbox"/> Danamon</p> <p><input type="checkbox"/> Mandiri</p>
Kinerja Bank Syariah vs Bank Konvensional	Dukungan menjadi nasabah Bank Syariah
<p>Nasabah memilih bank dengan alasan masing-masing. Mohon tunjukkan pendapat anda atas pernyataan dibawah</p> <p>AC1. Bertransaksi di bank syariah lebih mudah (mengambil uang, menabung, kredit, dsb) dibandingkan bank konvensional *</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat Setuju</p>	<p>Keluarga dan lingkungan sosial merupakan referensi pengelolaan keuangan. Mohon tunjukkan pendapat anda terhadap pernyataan berikut</p> <p>NS1. Keluarga menyarankan untuk menjadi nasabah bank syariah *</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat setuju</p>
<p>AC2. Bank Syariah memberikan manfaat finansial lebih baik (contoh: bunga pinjaman lebih ringan) dari bank konvensional *</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat Setuju</p>	<p>NS2. Teman-teman menyarankan untuk menjadi nasabah bank syariah *</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat setuju</p>
<p>AC3. Pelayanan bank syariah lebih baik daripada bank konvensional *</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat Setuju</p>	<p>NS3. Lingkungan tempat tinggal kami yang Islami mendorong saya untuk menjadi nasabah bank syariah *</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat Setuju</p>
<p>AC4. Administrasi bank syariah lebih efisien dan simple daripada bank konvensional *</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat Setuju</p>	<p>NS4. Lingkungan kerja saya yang Islami mendorong saya untuk menjadi nasabah bank syariah *</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 Sangat Setuju</p>

Kemudahan menentukan Bank pilihan	
Berikut ini adalah alasan menjadi nasabah bank syariah berdasarkan sikap kontrol diri dan keinginan berikut:	
<p>PC1. Keputusan menjadi nasabah bank syariah ada di tangan saya sendiri *</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju</p>	<h3>Karakteristik Nasabah</h3> <p>Bank Syariah terbuka untuk umum dan penelitian ini ingin mengetahui karakter nasabah untuk dapat memberi layanan yang lebih baik:</p>
<p>PC2. Saya mudah memilih bank syariah yang ada karena saya sudah tahu tentang bank itu *</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju</p>	<p>Apa jenis kelamin Anda? *</p> <p><input type="radio"/> Pria</p> <p><input type="radio"/> Wanita</p>
<p>SI1. Saya ingin agar transaksi keuangan saya, termasuk jual/beli dilakukan secara syariah *</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju</p>	<p>Status pernikahan anda</p> <p><input type="radio"/> Belum menikah</p> <p><input type="radio"/> Sudah (pernah) menikah</p>
<p>SI2. Keinginan saya menggunakan bank syariah meningkat ketika saya melakukan transaksi lainnya (contoh: menabung, kredit, dsb) *</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju</p>	<p>Berapa usia Anda saat ini? *</p> <p><input type="radio"/> 18-27 tahun</p> <p><input type="radio"/> 28-37 tahun</p> <p><input type="radio"/> 38-47 tahun</p> <p><input type="radio"/> 48-57 tahun</p> <p><input type="radio"/> >57 tahun</p>
<p>Fasilitas bank Syariah yang sering anda gunakan</p> <p><input type="checkbox"/> ATM</p> <p><input type="checkbox"/> Mobile banking</p> <p><input type="checkbox"/> Internet banking</p> <p><input type="checkbox"/> Uang elektronik</p> <p><input type="checkbox"/> Saya masih menggunakan cara konvensional (datang ke bank dan membawa buku tabungan)</p>	<p>Fasilitas bank Syariah yang sering anda gunakan</p> <p><input type="checkbox"/> ATM</p> <p><input type="checkbox"/> Mobile banking</p> <p><input type="checkbox"/> Internet banking</p> <p><input type="checkbox"/> Uang elektronik</p> <p><input type="checkbox"/> Saya masih menggunakan cara konvensional (datang ke bank dan membawa buku tabungan)</p>
<p>Dibandingkan dengan bank konvensional anda, bagaimana kinerja layanan bank syariah anda?</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Jauh lebih jelek daripada bank konvensional <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Jauh lebih baik daripada bank konvensional</p>	<p>Dibandingkan dengan bank konvensional anda, bagaimana kinerja layanan bank syariah anda?</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Jauh lebih jelek daripada bank konvensional <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Jauh lebih baik daripada bank konvensional</p>
<p>Apa pekerjaan Anda saat ini? *</p> <p><input type="radio"/> Mahasiswa/Pelajar</p> <p><input type="radio"/> Pengusaha</p> <p><input type="radio"/> Pegawai Negeri Sipil</p> <p><input type="radio"/> Pegawai Swasta</p> <p><input type="radio"/> Dosen/Guru/Pengajar</p> <p><input type="radio"/> TNI/Polri</p> <p><input type="radio"/> Ibu/Bapak Rumah Tangga / tidak bekerja</p> <p><input type="radio"/> Pensiunan</p> <p><input type="radio"/> Yang lain:</p>	<p>Apa pekerjaan Anda saat ini? *</p> <p><input type="radio"/> Mahasiswa/Pelajar</p> <p><input type="radio"/> Pengusaha</p> <p><input type="radio"/> Pegawai Negeri Sipil</p> <p><input type="radio"/> Pegawai Swasta</p> <p><input type="radio"/> Dosen/Guru/Pengajar</p> <p><input type="radio"/> TNI/Polri</p> <p><input type="radio"/> Ibu/Bapak Rumah Tangga / tidak bekerja</p> <p><input type="radio"/> Pensiunan</p> <p><input type="radio"/> Yang lain:</p>

Identitas Responden

Kota Tempat Tinggal: *

Jawaban Anda _____

Email

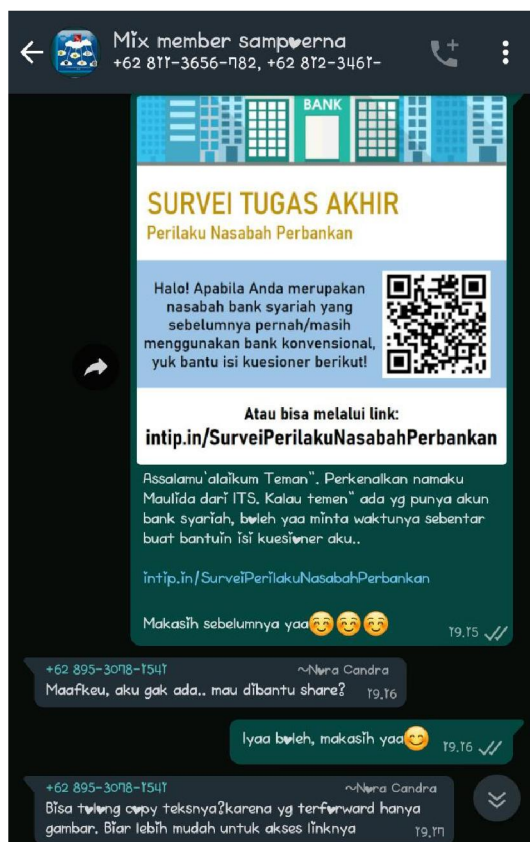
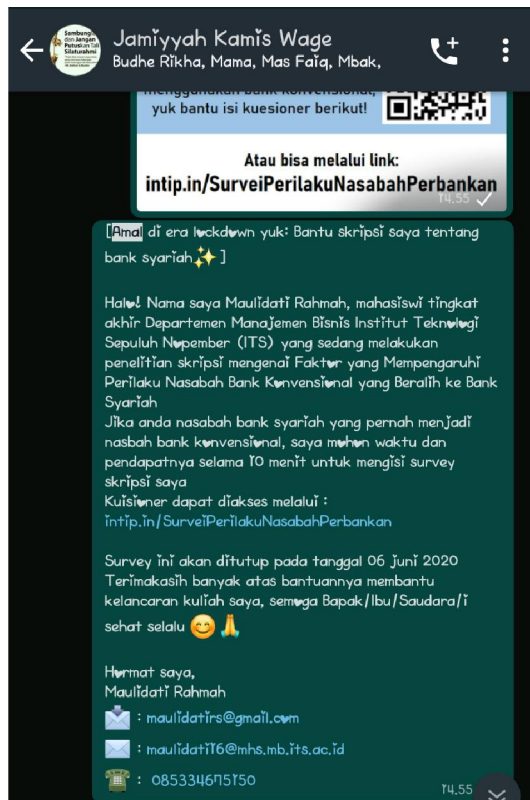
Jika Bapak/Ibu/Saudara/i menginginkan hasil studi ini, maka Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mencantumkan alamat email untuk mengirimkan hasil studi ini

Jawaban Anda _____

Saran / Masukan untuk kuesioner ini *

Jawaban Anda _____

Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner





SURVEI TUGAS AKHIR

Perilaku Nasabah Perbankan

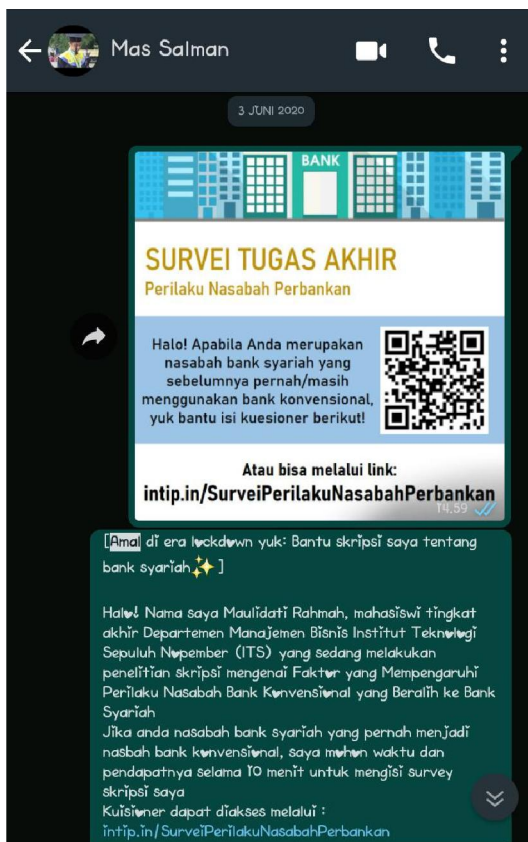
Halo! Apabila Anda merupakan nasabah bank syariah yang sebelumnya pernah/masih menggunakan bank konvensional, yuk bantu isi kuesioner berikut!



Atau bisa melalui link:
intip.in/SurveiPerilakuNasabahPerbankan

Terimakasih atas kesediaan Anda

Survey ini akan ditutup pada tanggal 30 Juni 2020
Maulidati | 085334675150 | maulidatirs@gmail.com



Lampiran 3 Poster Kuesioner



SURVEI TUGAS AKHIR

Perilaku Nasabah Perbankan

Halo! Apabila Anda merupakan nasabah bank syariah yang sebelumnya pernah/masih menggunakan bank konvensional, yuk bantu isi kuesioner berikut!



Atau bisa melalui link:

intip.in/SurveiPerilakuNasabahPerbankan

Terimakasih atas kesediaan Anda

Survey ini akan ditutup pada tanggal 30 Juni 2020
Maulidati | 085334675150 | maulidatirs@gmail.com

Lampiran 4 Data Uji Reliabilitas

Indikator Variabel Attitude Towards Channel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AC1	11.21	3.941	.652	.556
AC2	10.92	5.461	.300	.768
AC3	11.08	4.881	.493	.663
AC4	10.94	4.415	.599	.598

Indikator Variabel Subjective Norms

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NS1	9.89	6.746	.376	.789
NS2	10.10	6.088	.572	.684
NS3	9.78	5.208	.749	.577
NS4	9.90	6.184	.529	.708

Indikator Variabel Perceived Behavioral Control

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PC1	3.89	.810	.476	. ^a
PC2	4.46	.640	.476	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Indikator Variabel Switching Intention

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SI1	3.75	.838	.493	. ^a
SI2	3.89	1.165	.493	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items.

This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Biodata Penulis



Maulidati Rahmah Setioputri atau biasa dipanggil Puput, lahir 15 Juli 1998 di Kota Jombang. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Totok Setiono dan Syarifah Zuni Astutik. Pendidikan formal ditempuh di MIN Kauman Utara Jombang, SMP Negeri 2 Jombang, dan SMA Negeri 2 Jombang yang kemudian dilanjutkan di Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Pada masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan organisasi intrakampus dengan mengikuti UKM Rebana ITS sebagai sekretaris departemen Kebudayaan. Penulis juga tergabung menjadi

panitia inti Festival Banjari ITS 2018. Sejak tahun 2016 hingga 2020, penulis memiliki kesempatan menjadi salah satu penerima Beasiswa dari Sampoerna Foundation. Pada tahun 2019, penulis memiliki kesempatan untuk kerja praktik selama satu bulan di PT PLN UP3 Surabaya Utara. Ketertarikan penulis pada *marketing* serta pengalaman penulis pada saat berada pada jenjang perguruan tinggi diharapkan dapat mendorong penulis untuk tetap belajar dan menyebarkan kebermanfaatan ke dunia luar. Penulis dapat dihubungi melalui maulidatirs@gmail.com