

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *SHARIA COMPLIANCE*  
TERHADAP *SWITCHING BEHAVIOR* NASABAH BANK  
KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH DI WILAYAH TEGAL**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata S.1 Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

Vania Syifaul Muqoddasah

2005036063

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax. : (224) 7508454  
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar  
Hal : Persetujuan Pembimbing

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Vania Syifaul Muqoddasah  
NIM : 2005036063  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **"Pengaruh *Service Quality* dan *Sharia Compliance* Terhadap *Switching Behavior* Nasabah Bank Konvensional Ke Bank Syariah di Wilayah Tegal"**

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 06 September 2024

Pembimbing I

Warno, SE., M.Si  
NIP. 198307212015031002

Pembimbing II

Elysa Najachah, M.A.  
NIP. 199107192019032017

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngalyan  
Telp. (024)7608454 Semarang 50185  
Website : [febi.walisongo.ac.id](http://febi.walisongo.ac.id) – Email : [febi@walisongo.ac.id](mailto:febi@walisongo.ac.id)

### PENGESAHAN

Nama : Vania Syifaal Muqoddasah  
NIM : 2005036063  
Jurusan : SI Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Sharia Compliance* terhadap *Switching Behavior* Nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah di Wilayah Tegal

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 23 September 2024 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 29 September 2024

Ketua Sidang

Mardiyatrositaningsih, M.E.  
NIP. 199303112019032020

Sekretaris Sidang

Elysa Najachah, M.A.  
NIP. 199107192019032017

Penguji I

Drs. Sackhu, M.H.  
NIP. 196901201994031004



Penguji II

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.  
NIP. 198503272018012001

Pembimbing I

Warno, S.E., M.Si  
NIP. 198307212015031002

Pembimbing II

Elysa Najachah, M.A.  
NIP. 199107192019032017

## MOTTO

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۖ وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ

“Siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga”

(Q.S At-Thalaq (28): 2-3)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji syukur atas rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang penulis nantikan syafaat-Nya di hari Akhir nanti. Dengan semua usaha, niat, doa, dan dukungan yang tak hentinya mengalir dari banyak pihak akhirnya skripsi ini mampu saya selesaikan dengan baik. Maka dengan tulus dari hati saya persembahkan karya ini teruntuk:

1. Kedua orang tua saya, Abah M. Abdul Latif dan Umi Syafikoh yang senantiasa mencintai, mendoakan, mendukung dan membimbing saya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik. Saya mengucapkan banyak terimakasih karena telah memberikan kepercayaan penuh atas segala hal yang saya lakukan dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan panjang umur sehingga dapat kebersamai saya sampai akhir nanti, aamiin.
2. Adik saya Muhammad Fadil Syakir yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk saya. Terimakasih saya ucapkan, semoga selalu diberikan kesehatan, panjang umur, serta diberikan kelancaran untuk segala cita dan impianmu, aamiin.
3. Dosen pembimbing yang saya hormati Bapak Warno, S.E., M.Si., dan Ibu Elysa Najachah, M.A. Terimakasih telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga ilmu yang telah diberikan dan bantuannya mendapat keberkahan dari Allah SWT.
4. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya.
5. Sahabat saya Asih dan Markhamah, terimakasih telah mendoakan, mendukung, memberikan motivasi, pelukan, dan senantiasa mendengar keluh kesah saya dalam keadaan apapun. Terimakasih selalu memberikan kepercayaan kepada saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan melewati segala prosesnya dengan baik. Terimakasih atas segala bentuk penyemangat yang kalian berikan. Terimakasih atas segala waktunya. Semoga kalian diberikan panjang umur dan kesehatan sehingga bisa kebersamai dan mendengarkan banyak kisah yang akan saya ceritakan kepada kalian.
6. Teman-teman kos Griya Rahma, Nisa, Afni, Rahma, Rohibatunnisa, khususnya Puput dan Lulu yang telah kebersamai saya, mendoakan, dan mendukung dalam segala hal.

Terimakasih untuk waktu dan kebersamaannya, semoga kita semua dapat meraih kesuksesan dan dapat bertemu kembali suatu saat nanti.

7. Teman-teman perkuliahan saya Lela, Ida, Ninis, Putri, dan Tiara. Terimakasih sudah menjadi teman yang sangat baik dan selalu memberikan dukungan satu sama lain di masa perkuliahan. Semoga apapun impian kalian dapat tercapai dan kita bisa bertemu kembali suatu saat nanti
8. Keluarga besar PBAS B angkatan 2020. Terimakasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan. Semoga kita bisa meraih kesuksesan dan silaturahmi tetap terjalin dengan baik.
9. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, dukungan, dan kepercayaan kepada saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Terimakasih untuk diri sendiri Vania Syifaul Muqoddasah karena sudah mampu menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah bertahan sampai dititik ini, meskipun setiap hari ingin menyerah, banyak hal yang membuat down, kecewa namun tetap memilih untuk terus melanjutkan, menyelesaikan, dan memberikan kepercayaan penuh kepada diri sendiri. Terimakasih telah kuat, mari bertahan sekali lagi dan merasakan bahagia yang lebih besar di masa depan.

## DEKLARASI

### DEKLARASI

Yang betanda tangan di bawah ini:

Nama : Vania Syifaul Muqoddasah

NIM : 2005036063

Jurusan/Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan pihak manapun. Dengan demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran orang lain, kecuali informasi bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 14 September 2024

Deklrator



Vania Syifaul Muqoddasah

NIM. 2005036063

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi menjadi aspek penting dalam penulisan skripsi, terutama karena banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, dan nama lembaga yang awalnya ditulis dengan huruf Arab harus diubah ke dalam huruf Latin. Pedoman transliterasi Arab-Latin ini didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b//U/1987.

### A. Konsonan

أ = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Wau
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Sa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ء = Hamzah
ج = Jim	ز = Za	ظ = Za	ل = La	ي = Ya
ح = Ha	س = Sa	ع = Ain	م = Ma	

Apabila Hamzah ( ء ) terletak pada awal kata yang diikuti dengan vokalnya tidak ada tanda apapun. Namun apabila berada di tengah maupun di akhir, maka ditulis menggunakan tanda (‘)

### B. Vokal

Vokal monofrog dalam bahasa arab dapat berbentuk tanda maupun harakat, berikut ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U



### C. Diftong

Vokal difton dalam bahasa Arab dalam bentuk gabungan antara harakat dan tanda huruf, antara lain:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ اِ اِي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اَ اِ اُو	Fathah dan wau	Au	A dan U

### D. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda ( ّ ).

### E. Kata Sandang

Kata sandang )... ال ( ditulis dengan al-.... misalnya الصناعة = al-shina ‘ah. Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### F. Ta’marbutah

Setiap ta’ marbutah ditulis dengan “h” misalnya المعيشن الطبيعي = al-ma‘isyah al-thabi‘iyyah.

## ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah tiap tahun telah mengalami peningkatan, dapat dilihat dari pangsa pasar perbankan syariah tahun 2019 menunjukkan angka sebesar 6,18% mengalami peningkatan di tahun 2023 sebesar 10,95%. Perbankan syariah perlu meningkatkan promosinya agar mampu bersaing dengan bank-bank konvensional. Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam dapat menjadi peluang untuk perbankan syariah terus berkembang dan mendorong terjadinya perilaku *switching behavior* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *service quality* dan *sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menganalisis faktor perubahan perilaku.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah bank syariah yang sebelumnya pernah menjadi bank konvensional di wilayah Tegal dengan jumlah sampel 100 responden. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *Google Form* dengan menggunakan skala likert. Data dianalisis menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil pada penelitian berdasarkan uji t (parsial) menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal. *Sharia compliance* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal. Berdasarkan uji f (simultan) menunjukkan bahwa *service quality* dan *sharia compliance* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah.

**Kata kunci : *Service Quality, Sharia Compliance, Switching Behavior.***

## ABSTRACT

*The development of Islamic banking has increased every year, it can be seen from the market share of Islamic banking in 2019 showing a figure of 6.18%, which has increased in 2023 by 10.95%. Islamic banking needs to increase its promotion in order to compete with conventional banks. The majority of Indonesian people are Muslim, which can be an opportunity for Islamic banking to continue to grow and encourage the switching behavior of customers from conventional banks to Islamic banks. This study aims to determine the effect of service quality and sharia compliance on switching behavior of conventional bank customers to Islamic banks in the Tegal area using Theory of Planned Behavior (TPB) to analyze behavior change factors.*

*This study uses quantitative methods with sampling techniques, namely purposive sampling. The population in this study were Islamic bank customers who had previously been conventional banks in the Tegal area with a sample size of 100 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires via Google Form using a Likert scale. The data were analyzed using the research instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing.*

*The results of the study based on the t test (partial) show that service quality partially and significantly affects the switching behavior of conventional bank customers to Islamic banks in the Tegal community. Sharia compliance partially and significantly affects the switching behavior of conventional bank customers to Islamic banks in Tegal community. Based on the f test (simultaneous) shows that service quality and sharia compliance have a positive and significant effect simultaneously on the switching behavior of conventional bank customers to Islamic banks.*

**Keywords : Servie Quality, Sharia Compliance, Switching Behavior.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah rabbil \_alamin, segala puji syukur tercurah kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun serta menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Sharia Compliance* Terhadap *Switching Behavior* Nasabah Bank Konvensional Ke Bank Syariah di Wilayah Tegal”. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia menuju jalan yang diridhai Allah SWT.

Karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi selalu diiringi dukungan, bantuan, arahan, serta doa dari berbagai pihak yang menjadi bagian dalam penyusunan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang besar mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Arif Afendi, S. E., M. Sc., selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah dan Mardhiyaturrositaningsih, S. E., Sy, M.E., selaku Sekretaris Program Studi S1 Perbankan Syariah.
4. Warno, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan Elysa Najachah, M.A., selaku Pembimbing II yang selalu sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Mardhiyaturrositaningsih, S. E., Sy, M.E., selaku wali dosen yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan selama perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.
6. Seluruh dosen, Staff Karyawan, dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna,

sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas adanya kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan kebaikan dan keberkahan dari Allah SWT, penulis tidak dapat membalas satu persatu dan hanya mampu mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu sangat dibutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun guna tercapainya skripsi yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah referensi, dan kontribusi positif bagi semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 17 September 2024

Penulis

Vania Syifaul Muqoddasah

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANLITERASI.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	15
2.1.2 Bank Syariah.....	17
2.1.3 <i>Switching Behavior</i> .....	20
2.1.4 <i>Service Quality</i> .....	22
2.1.5 <i>Sharia Compliance</i> .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Konseptual .....	36
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN .....	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Sumber Data.....	42

3.2.1 Data Primer.....	42
3.2.2 Data Sekunder.....	42
3.3 Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran .....	44
3.5.1 Variabel Penelitian .....	44
3.5.2 Skala Pengukuran .....	45
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Deskriptif Data .....	48
3.7.2 Uji Instrumen Penelitian.....	48
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
3.7.5 Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Profil Kota dan Kabupaten Tegal .....	52
4.1.2 Visi dan Misi Kota Tegal.....	53
4.1.3 Visi dan Misi Kabupaten Tegal .....	54
4.2 Deskripsi Data Responden .....	54
4.2.1 Karakteristik Menurut Usia .....	54
4.2.2 Karakteristik Menurut Alamat Domisili.....	55
4.2.3 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin.....	57
4.2.4 Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir.....	57
4.2.5 Karakteristik Menurut Pekerjaan.....	58
4.2.6 Karakteristik Menurut Layanan Bank Syariah yang Digunakan.....	59
4.2.7 Karakteristik Menurut Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	60
4.3 Hasil Penelitian .....	60
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	63

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
4.3.4 Uji Hipotesis .....	67
4.4 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> (X1) terhadap <i>Switching Behavior</i> (Y).....	69
4.4.2 Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> (X2) terhadap <i>Switching Behavior</i> (Y).....	71
4.4.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> (X1) dan <i>Sharia Compliance</i> (X2) terhadap <i>Switching Behavior</i> (Y).....	73
BAB V PENUTUP .....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN.....	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	113



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pangsa Pasar Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional Terhadap Keuangan Nasional .....	3
Tabel 1. 2 Perkembangan Aktiva Produktif Berdasarkan Kualitas – Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Tahun 2018-2023 (Miliar) .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Menurut Usia .....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Menurut Alamat Domisili .....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir .....	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Manurut Pekerjaan .....	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Manurut Layanan Bank Syariah yang Digunakan .....	59
Tabel 4. 7 Karakteristik Manurut Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah .....	60
Tabel 4. 8 Uji Validitas .....	61
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas .....	64
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4. 13 Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis (Uji t) .....	67
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis (Uji f) .....	68
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Jumlah Populasi Muslim Terbanyak di Dunia Tahun 2023.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	37

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bank merupakan badan keuangan yang kegiatan utamanya berfokus pada penghimpunan dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan memberikan beragam layanan perbankan kepada masyarakat. Sebagai lembaga keuangan yang beroperasi pada bagian pelayanan jasa, bank perlu memberikan kualitas pelayanan yang baik guna menghadapi persaingan yang sangat kompetitif.<sup>1</sup>

Bank memiliki dua kategori yaitu bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR), hal ini terdapat pada Pasal 5 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Kedua jenis bank tersebut dibagi menjadi dua kelompok, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Perbedaan yang paling umum diketahui antara bank konvensional dengan bank syariah yaitu kegiatan operasional bank syariah melarang adanya riba atau bunga, sehingga dalam operasionalnya bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.<sup>2</sup>

Pelaksanaan seluruh kegiatan operasional bank syariah didasari dengan syariat-syariat Islam dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah sebagaimana tertera dalam Pasal 32 ayat 3 Undang-Undang Perbankan Syariah yang berisi “Dewan Pengawas Syariah bertugas memberi nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan Bank agar sesuai dengan Prinsip Syariah”. Karakteristik sistem operasional perbankan syariah yang didasari oleh prinsip bagi hasil menawarkan jenis layanan perbankan yang memberikan keuntungan bukan hanya pada salah satu pihak melainkan kedua belah pihak. Dengan adanya penawaran layanan yang beragam dan memegang prinsip syariah tentunya hal ini dapat menjadi pilihan lain yang dapat diandalkan bagi masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan.

Perbankan syariah di Indonesia menurut data dari statistik perbankan syariah periode Februari 2024 menunjukkan bahwa ada 14 Bank Umum Syariah, 19 Unit Usaha Syariah, dan 174 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sedangkan jumlah Bank Umum di Indonesia periode Februari 2024 sejumlah 106 Bank Umum dan 1.393 Bank Perkreditan Rakyat. Melihat dari data jumlah perbankan syariah dan konvensional menjadi tantangan tersendiri bagi

---

<sup>1</sup> Zuliyanah, A. A. (2021). Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal).

<sup>2</sup> Ramadhan, M. R., & Widiyanti, D. R. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. *Islamic Economics and finance in Focus*, 2(3).

perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah harus menjaga keberadaannya agar tetap bertahan atau dapat bersaing dengan perbankan konvensional yang pastinya lebih memimpin pada industri perbankan di Indonesia.

Dalam upaya perkembangan perbankan syariah, pemerintah berinisiatif melakukan penggabungan tiga bank syariah anak usaha bank BUMN yaitu PT Bank Syariah Mandiri (BSM), PT Bank BRI Syariah (BRIS), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS) melalui Kementerian Badan Usaha Miliki Negara (BUMN). Proses merger bank syariah BUMN diumumkan secara resmi pada tanggal 12 Oktober 2020. Tujuan dari adanya merger ini guna membawa bank syariah di Indonesia agar lebih besar sehingga mampu bersaing dan masuk ke pasar global dan menjadikan pertumbuhan perekonomian syariah di Indonesia lebih baik serta menjadi energi baru untuk ekonomi nasional. Bank syariah dapat berperan lebih terhadap kegiatan dan berbagai program yang dilaksanakan pemerintah guna tercapainya pembangunan. Industri perbankan syariah memiliki peluang yang sangat besar untuk senantiasa berkembang secara signifikan baik di dalam negeri maupun secara umum, mengingat bahwa Indonesia memiliki penduduk dengan mayoritas beragama Islam dan diharapkan dengan adanya merger ini pangsa pasar ekonomi syariah di Indonesia dapat meningkat.<sup>3</sup>

Pada tahun 2019 pangsa pasar perbankan syariah terhadap keuangan nasional menunjukkan angka sebesar 6,18% kemudian mengalami peningkatan di tahun 2023 yaitu mencapai 10,95%. Pangsa pasar perbankan syariah telah mengalami kenaikan tiap tahunnya, tetapi tidak menutup kemungkinan perbankan syariah tetap berusaha untuk meningkatkan lagi agar dapat bersaing dengan negara-negara lain.<sup>4</sup> Berikut data statistik pangsa pasar perbankan syariah dan perbankan konvensional terhadap keuangan nasional :

---

<sup>3</sup> Sayekti, N. W., Mauleny, A. T., Alhusain, A. S., & Lisnawati, L. (2023). MERGER BANK SYARIAH BADAN USAHA MILIK NEGARA: QUO VADIS?. *Kajian*, 25(3), 231-250.

<sup>4</sup> Annisa, A., & Yoestini, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 24(1).

**Tabel 1. 1**  
**Pangsa Pasar Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional Terhadap Keuangan Nasional**

<b>Tahun</b>	<b>Perbankan Syariah</b>	<b>Perbankan Konvensional</b>
2019	6,18%	93,82%
2020	6,51%	93,49%
2021	6,74%	93,26%
2022	7,09%	92,91%
2023	10,95%	89,05%

Sumber: Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (2019-2023)

Pangsa pasar adalah rasio dari perbandingan antara penjualan produk dari suatu perusahaan dengan jumlah perusahaan yang sama secara keseluruhan. Selain itu, pangsa pasar digunakan untuk menentukan profitabilitas bank syariah, diasumsikan jika pangsa pasar semakin besar maka profitabilitas pun akan semakin besar diikuti pula dengan efisiensi. Beberapa hal yang dapat dilakukan guna meningkatkan *market share* perbankan syariah yaitu dengan meningkatkan ketersediaan produk syariah dengan biaya lebih rendah dibandingkan produk konvensional, meningkatkan infrastruktur, memberikan pelayanan yang lebih luas, serta memperkuat struktur permodalan.<sup>5</sup>

Beberapa faktor dapat mempengaruhi pangsa pasar yaitu dapat dilihat dari permodalan, aset, dan likuiditas. Ketiga faktor ini juga dipengaruhi oleh kegiatan nasabah dalam penggunaan produk yang ditawarkan oleh bank. Perbankan syariah memerlukan beberapa strategi guna memperkuat perusahaannya dan meningkatkan *market share* agar dapat bersaing dengan bank-bank pesaing lainnya. Berdasarkan data dari statistik perbankan syariah menunjukkan bahwa total asset bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) mengalami kenaikan secara signifikan, dilihat dari periode 2018-2023 menunjukkan total aset produktif sejumlah 438.338 miliar rupiah meningkat sampai 800.473 miliar rupiah. Total aset produktif ini telah termuat dalam statistik perbankan syariah yang diterbitkan lembaga Otoritas Jasa Keuangan, data statistik ini dapat dengan mudah diakses oleh calon nasabah sehingga

---

<sup>5</sup> Hasanah, I. (2023). Merger Bank Syariah BUMN: Strategi Peningkatan Pangsa Pasar Keuangan Syariah. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 9(1), 117-130.

dapat menjadi informasi dan menambah ketertarikan untuk berpindah atau menjadi nasabah baru bank syariah.

**Tabel 1. 2**

**Perkembangan Aktiva Produktif Berdasarkan Kualitas – Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Tahun 2018-2023 (Milyar)**

<b>Indikator</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Lancar	411.771	455.068	520.409	602.159	678.453	765.880
Dalam Perhatian Khusus	17.346	17.923	18.331	15.843	16.697	22.345
Kurang Lancar	2.070	3.407	3.027	2.991	3.067	2.942
Diragukan	1.474	954	1.382	1.653	1.379	1.503
Macet	5.676	6.707	7.800	6.415	7.412	7.804
<b>Total Aset Produktif</b>	<b><u>438.338</u></b>	<b><u>484.059</u></b>	<b><u>550.949</u></b>	<b><u>629.062</u></b>	<b><u>707.008</u></b>	<b><u>800.473</u></b>

Sumber: Statistik Perbankan Syariah (2018-2023)

Perkembangan yang sangat pesat dari bank syariah di Indonesia disebabkan oleh kemampuan bank syariah dalam mengarahkan promosinya ke pasar loyalis, bank syariah mampu membidik calon nasabah yang memiliki keyakinan tentang haramnya bunga bank.<sup>6</sup> Tentu saja hal ini dapat menarik calon nasabah dengan mudah karena pada operasionalnya bank syariah tidak menggunakan bunga bank dan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Perkembangan dari pangsa pasar dan aset yang dimiliki perbankan syariah juga dipengaruhi dari meningkatnya nasabah yang memiliki untuk menggunakan layanan dari perbankan syariah sehingga menunjukkan sikap perilaku nasabah yang beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Perbankan syariah perlu mengimplementasikan beberapa strategi yang tepat agar masyarakat Indonesia baik yang beragama Islam maupun tidak mempunyai ketertarikan untuk menjadi nasabah bank syariah, peluang perbankan syariah untuk berkembang lebih pesat justru lebih besar karena adanya kenyataan bahwa penduduk muslim terbesar di dunia adalah Indonesia.

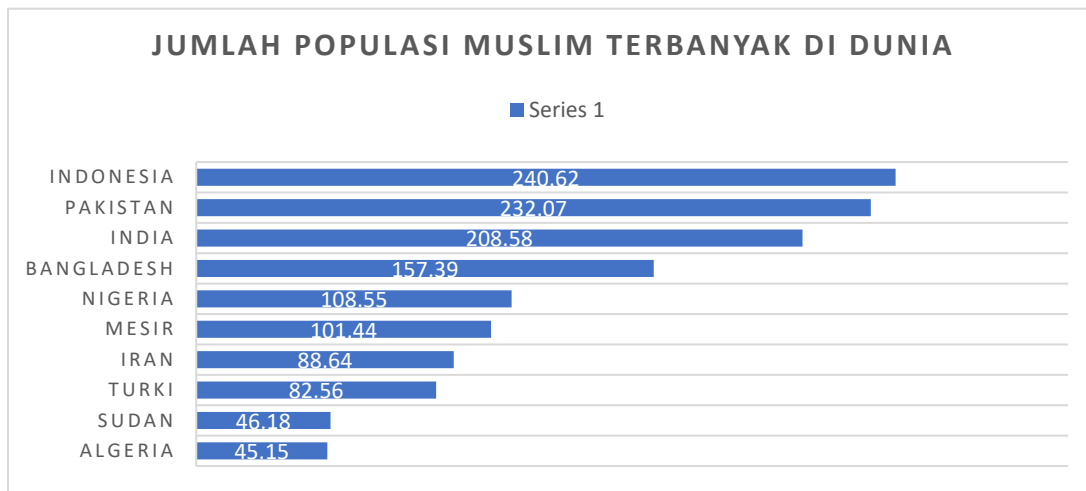
Mayoritas masyarakat Indonesia memeluk agama Islam, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* yang berjudul *The Muslim*

<sup>6</sup> Kurniawati, E., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Pengukuran Kinerja Perbankan Syariah dengan Menggunakan Metode Angels (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP. Medan Ringroad). *Jurnal EMT KITA*, 7(4), 1201-1210.

500: *The World's 500 Most Influential Muslims 2024*. RISSC mencatat, masyarakat muslim di Indonesia berjumlah 240,62 juta jiwa pada 2023.<sup>7</sup> Hal ini seharusnya dapat menjadi peluang besar bagi bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sekaligus meningkatkan pelayanannya sehingga *market share* perbankan syariah dapat meningkat secara cepat.

**Gambar 1. 1**

**Negara dengan Jumlah Populasi Muslim Terbanyak di Dunia Tahun 2023**



Sumber : Laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC)

Penggunaan layanan perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Menurut data Dukcapil Kementerian Agama RI, Provinsi Jawa Tengah berada di urutan ketiga dengan jumlah penduduk Islam sekitar 36.773.442 jiwa. Sekitar 99,30% penduduk di Jawa Tengah yang beragama Islam, tentu saja hal ini dapat menjadi peluang bagi perbankan syariah di Jawa Tengah untuk meningkatkan strategi pemasarannya kepada masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Berbagai macam strategi dapat dilakukan oleh perbankan syariah untuk menarik perhatian nasabah, baik nasabah baru ataupun nasabah yang melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah yang tentu saja akan mengakibatkan peningkatan dari market

<sup>7</sup> Cindy Mutia Annur, "10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023," Databoks, October 19, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>.

share bank syariah, meningkatkan kepercayaan, efisiensi, dan relevansi bank syariah di pasar keuangan.<sup>8</sup>

Pengetahuan atau pemahaman dari perbankan syariah dikalangan masyarakat masih tergolong rendah, mereka memiliki persepsi bahwa bank syariah dengan bank konvensional tidak memiliki perbedaan. Fenomena ini menjadi peluang bagi bank untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas kepada nasabah dengan tujuan nasabah dapat lebih percaya terhadap bank syariah. Menumbuhkan rasa percaya pada nasabah merupakan faktor penting bagi suatu lembaga dan memberikan arti bahwa nasabah sudah yakin terhadap lembaga keuangan tersebut. Bersumber dari data Badan Pusat Statistik Kota Tegal menunjukkan jumlah penduduk Kota Tegal 2024 yaitu sebanyak 285.843 jiwa dan menurut Disdukcapil jumlah penduduk di Kabupaten Tegal sebanyak 1.704.700 jiwa. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (BPS) Kabupaten Tegal dan Kota Tegal masyarakat yang beragama Islam sebanyak 1.696.764 jiwa atau sekitar 99,53% untuk wilayah kabupaten Tegal dan untuk Kota Tegal sekitar 99,10%. Hal ini seharusnya menjadi peluang yang sangat besar bagi perbankan syariah untuk menarik masyarakat menjadi nasabah bank syariah dan menggunakan layanan perbankan syariah dalam sehari-hari.<sup>9</sup>

Hasil pra-penelitian yang telah dilakukan kepada enam orang masyarakat Kabupaten Tegal dengan penyebaran beberapa pertanyaan tentang alasan mereka melakukan perpindahan atau menjadi nasabah bank syariah, dapat disimpulkan bahwa 3 responden pernah menjadi nasabah bank konvensional dan kemudian beralih ke bank syariah, 1 responden pernah menjadi nasabah bank konvensional yang kemudian beralih ke bank syariah tetapi kembali menggunakan bank konvensional, 1 responden memiliki kedua rekening di bank konvensional dan bank syariah dan 1 responden hanya memiliki rekening di bank syariah saja. Mereka memiliki alasan berpindah yaitu adanya kualitas pelayanan dari bank syariah dan beberapa dari mereka memiliki alasan faktor agama dalam keputusan berpindah serta adanya rekomendasi/promosi yang mempengaruhi mereka untuk beralih.

Bank konvensional memang sudah lama hadir dan berdiri lebih lama dibandingkan bank syariah, sehingga masyarakat lebih familiar dengan bank konvensional daripada bank syariah.

---

<sup>8</sup> Firdiyanti, S. I. (2022). Analisis determinasi customers switching behavior bank konvensional ke bank syariah di Jawa Tengah dengan customers switching intention sebagai variabel intervening. UIN Walisongo Semarang.

<sup>9</sup> Velayati, M. F. (2023). Strategi keuangan di masa pandemi: Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah di Kabupaten Tegal. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(2), 108-121.



Pemahaman masyarakat terhadap perbedaan bank konvensional dengan bank syariah sangat rendah, bahkan mereka sudah mengerti bahwa dalam kegiatan bank konvensional menggunakan suku bunga tetapi minim keniatan untuk beralih ke bank syariah. Masyarakat masih menganggap bahwa kedua bank tersebut sama dalam kegiatannya. Menurut Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 pemberian bunga dianggap sebagai riba nasi'ah, tujuan dari fatwa ini adalah untuk mendorong masyarakat muslim untuk beralih ke bank syariah daripada bank konvensional.<sup>10</sup>

Aktivitas beralihnya konsumen atau pelanggan dari penyedia layanan yang telah digunakan dengan penyedia layanan lainnya diartikan sebagai *switching behavior*. Dalam penelitian ini, *switching behavior* dimaksudkan suatu perilaku dari nasabah yang beralih yang awalnya menjadi nasabah dari bank konvensional kemudian beralih menjadi nasabah bank syariah. Di sektor perbankan, loyalitas dari nasabah merupakan *point* utama dalam memastikan keberlanjutan dari suatu perusahaan. Setiap bank tentunya akan mendapat tantangan dan mencari strategi untuk mengusahakan supaya nasabah tidak melakukan upaya beralih ke bank lain dan strategi agar nasabah baru tertarik untuk menjadi nasabah baru. Munculnya bank syariah ini juga menjadi tantangan bagi bank konvensional, apalagi bagi nasabah yang sudah memahami syariat Islam tentang larangan bunga (riba) hal ini akan menjadi bahan pertimbangan bagi para nasabah untuk beralih.<sup>11</sup>

Umat muslim seharusnya memiliki beberapa alasan untuk melakukan *switching* dari bank konvensional dan berpindah ke bank syariah. Alasan pertama tentunya tentang riba (bunga), semestinya umat muslim tahu tentang hukum dari riba adalah haram, seperti firman Allah Swt pada surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا  
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرٌ  
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah

---

<sup>10</sup> Firdiyanti, S. I. (2022). Analisis determinasi customers switching behavior bank konvensional ke bank syariah di Jawa Tengah dengan customers switching intention sebagai variabel intervening. UIN Walisongo Semarang.

<sup>11</sup> Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional yang Beralih ke Bank Syariah. Jurnal Sains dan Seni ITS, 9(2), D250-D255.

*menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”*

Haramnya riba juga ditetapkan oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*), menetapkan bahwa praktek bunga yang dilakukan oleh Bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, maupun Lembaga Keuangan lain hukumnya adalah Haram. Alasan kedua karena faktor keadilan, dalam kegiatannya bank syariah selalu mengutamakan keadilan, jika nasabah mengalami kerugian maka bank syariah pun ikut menanggung kerugian tersebut sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan diawal transaksi, berbeda halnya dengan bank konvensional dimana jika nasabah mengalami kerugian maka akan ditanggung sepenuhnya oleh nasabah.<sup>12</sup>

Menurut penelitian Muhammad Rizaldi Makmur, dkk dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Nasabah *Brand Switching* Bank Konvensional Ke Bank Syariah Mandiri Kendari” menegaskan bahwa ada dua aspek nasabah melakukan perilaku *switching behavior*, faktor pertama yaitu Ekonomis dan Ideologis, dan faktor yang kedua yaitu Stimulus Marketing. Stimulus marketing terdiri dari produk, promosi, akses yang mudah, *service quality*, dan adanya kelompok yang mempengaruhi untuk melakukan perpindahan. Faktor yang memiliki pengaruh besar untuk melakukan *switching behavior* yaitu faktor ekonomis dan ideologi. Faktor ekonomi diartikan sebagai faktor biaya dimana faktor ini yang paling utama dalam mempengaruhi perilaku beralihnya nasabah dari bank konvensional ke bank syariah.

Biaya yang dikeluarkan dalam aktivitas di perbankan syariah ini sangat minim contohnya biaya administrasi yang ekonomis, terjangkau, saldo mengendap dari tabungan, dan adanya kesesuaian antara manfaat dengan biaya produk yang ditawarkan bank kepada nasabah, sehingga hal ini menjadi penilaian tersendiri bagi para nasabah. Kemudian adanya faktor ideologis yang dimaksud dengan syariat islam. Dapat diartikan bahwa nasabah yang memiliki pengetahuan serta pemahaman yang lebih terhadap syariat islam dapat dijadikan bahan

---

<sup>12</sup> Sari, N. E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Beralih (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).

penilaian apakah akan melakukan perpindahan atau tidak, tetapi faktor ini bukanlah faktor utama penentu adanya *switching behavior*.<sup>13</sup>

Bank syariah dalam mencapai tujuannya untuk mengembangkan dan adanya keberlangsungan dalam usahanya dapat merancang beberapa strategi. Strategi ini digunakan untuk mempertahankan nasabah maupun menarik nasabah baru supaya mereka tidak melakukan perpindahan dengan bank lain ditengah persaingan antar bank yang semakin kompetitif. Para nasabah tentunya akan mendapatkan banyak tawaran menarik dari masing-masing pihak bank, mereka akan mempertimbangkan akan loyal ke salah satu bank yang pastinya bank tersebut dapat memberikan pelayanan yang berkualitas serta produk dan jasanya yang menarik.

Meningkatkan kualitas pelayanannya menjadi tantangan tersendiri bagi bank syariah, hal ini memerlukan berbagai cara untuk membuat nasabahnya merasa puas dan tetap setia untuk terus melakukan aktivitas keuangannya dengan bank tersebut. Menurut penelitian dari Muthmainah dan Muhammad Cholil dengan judul “Faktor yang Mempegaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan” mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan peralihan. Jika tingkat kualitas pelayanan meningkat maka niat berpindahnya pelanggan akan turun.<sup>14</sup> Penelitian dari Yuyun Yuningsih, dkk yang berjudul “Hubungan *Digital Banking* dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya *Customer Retention* di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang” juga mengungkapkan bahwa kinerja pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap upaya perpindahan nasabah.<sup>15</sup> Namun, dalam penelitian Berliana Fajar Nur Endah Sari dan Hendy Mustiko Aji dengan judul “Niat Berpindah Nasabah yang Termigrasi Paksa ke Bank Syariah Indonesia” menyimpulkan bahwa nasabah memiliki niat berpindah tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Makmur, M. R., & Sukotjo, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah Brand Switching Bank Konvensional Ke Bank Syariah. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(02), 220-230.

<sup>14</sup> Cholil, M. (2021). Faktor yang Mempegaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(3), 125-136.

<sup>15</sup> Yuningsih, Y., Suryani, S., & Azim, M. F. (2022). Hubungan Digital Banking dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1277-1284.

<sup>16</sup> Sari, B. F. N. E., & Aji, H. M. (2023). Niat Berpindah Nasabah yang Termigrasi Paksa ke Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 10(01), 37-55.

Penelitian tersebut membuktikan bahwa pentingnya suatu kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada nasabah maupun calon nasabah. Jika bank memberikan pelayanan begitu baik dan mendapat kesan yang baik pula dari nasabah maka hal ini akan mengakibatkan nasabah akan berperilaku royal kepada bank. Pihak bank perlu meningkatkan dari segi pelayanan, karena jika mendapat kesan yang buruk dari nasabah maka akan berpengaruh pula terhadap citra bank tersebut dan bisa mengakibatkan nasabah untuk berpindah ke bank lain.<sup>17</sup> Pelayanan yang baik tentu akan mendapat kepercayaan dari pihak nasabah sehingga menimbulkan hubungan baik antara bank syariah dengan nasabah.<sup>18</sup>

Dalam kegiatan operasionalnya, perbankan syariah juga harus memegang teguh prinsip syariah sebagai landasan kegiatannya. Kajian *sharia compliance* ini menjadi sangat penting, melihat dari banyaknya penduduk Indonesia yang beragama islam dan bank syariah yang semakin berkembang dalam setiap tahunnya. Nasabah bank syariah tentunya banyak yang mengetahui hukum dari sistem bunga pada bank, sehingga mereka ingin dalam setiap kegiatan mereka dapat terhindar dari perbuatan yang tidak halal, dengan ini bank syariah harus menetapkan *sharia compliance* dengan baik agar nasabah maupun calon nasabah percaya secara penuh terhadap operasional bank syariah yang selalu memegang teguh prinsip syariah.

*Sharia compliance* dapat diartikan semua kegiatan yang dilakukan harus patuh terhadap prinsip-prinsip syariah dan fokus pada hukum Islam berdasarkan Al-Qur'an dan sunnah. Pada operasionalnya bank syariah tidak menggunakan bunga atas pembiayaan tetapi menggunakan prinsip bagi hasil. Prinsip *sharia compliance* ini yang membedakan antara bank konvensional dengan bank syariah. Bank syariah perlu memperhatikan lebih dalam penerapan *sharia compliance* disetiap aktivitasnya. Seluruh pegawai diharapkan dapat mengerti dengan detail dari setiap prinsip-prinsip syariah yang akan diterapkan dalam pekerjaannya agar terhindar dari kesalahan dan mengakibatkan tidak patuhnya bank terhadap kepatuhan syariah. Terjadinya penyimpangan prinsip syariah juga akan dirasakan oleh nasabah, apalagi nasabah yang sudah mengerti akan hukum syariah dan melihat adanya ketidakpatuhan pihak bank dalam

---

<sup>17</sup> Faiza, N. A. R. (2022). Religiusitas, Kepuasan Pelayanan, dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Kota Surabaya (Analisis Regresi Purposed Mediator dengan Bootstrap Matrix). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 7(2), 117-135.

<sup>18</sup> Heny Yuningrum, Muyassarrah Muyassarrah, and Risma Dewi Astuti, "Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal)," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 2, no. 2 (December 31, 2020): 139–56, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>.

melaksanakan kegiatannya, maka akan mengakibatkan berkurangnya kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap bank. Untuk menghindari hal ini tentunya bank syariah perlu memperhatikan *sharia compliance*, jika prinsip ini dilakukan dengan baik maka akan menarik nasabah baru untuk beralih ke bank syariah.<sup>19</sup>

Penelitian dari Selim Ahmed, dkk dengan judul “*The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality*” menyimpulkan bahwa *Islamic Sharia Compliance* berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah.<sup>20</sup> Hasil yang sama juga dijelaskan dalam penelitian Beny Witjaksono, dkk yang berjudul “*Factors Which Influence the Intention of Community in Cash Waqaf in Sharia Banking with Theory Planned Behaviour (TPB) Modification Approach*” bahwa *sharia compliance* juga memiliki pengaruh terhadap niat nasabah melakukan perpindahan.<sup>21</sup> Namun berbeda halnya dengan penelitian menurut Kevin Ahmad Elfandi “Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Melalui Kualitas Layanan” bahwa kepatuhan syariah tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.<sup>22</sup>

Pengaruh nasabah yang melakukan *switching behavior* dari bank konvensional ke bank syariah memiliki beberapa faktor yang sangat beragam, dalam penelitian ini akan mengambil 2 faktor untuk dijadikan bahan penelitian yaitu *service quality* dan *sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah. Dari hasil penelitian diatas, menunjukkan adanya perbedaan dari hasil yang telah dijelaskan baik dari variabel *service quality* terhadap *switching behavior* maupun variabel *sharia compliance* terhadap *switching behavior*.

---

<sup>19</sup> Widiya, T. N., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Kc Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan Digital Banking: The Effect Of Sharia Compliance On Customer Satisfaction At Bsi Kc Malang Soetta Mediated By Digital Banking Service. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(2), 93-102.

<sup>20</sup> Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. (2022). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1829-1842.

<sup>21</sup> Witjaksono, B., Mariyanti, T., Nasution, M. E., Huda, N., & Rini, N. (2019). Factors which influence the intention of community in cash waqaf in sharia banking with theory planned behaviour (TPB) modification approach. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(2), 50-58.

<sup>22</sup> Elfandi, K. A. Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Melalui Kualitas Layanan (Analisa Pada Nasabah Bank Muamalat Bogor) (Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta).

Dengan penjelasan diatas dan adanya gap tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah adanya pengaruh dari *service quality* dan *sharia compliance* terhadap perilaku *switching behavior*. Sehingga peneliti menarik judul untuk penelitiannya yaitu:

**“Pengaruh *Service Quality* dan *Sharia Compliance* Terhadap *Switching Behavior* Nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah di Wilayah Tegal”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal?
2. Apakah *sharia compliance* berpengaruh terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal?
3. Apakah *service quality* dan *sharia compliance* berpengaruh terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *service quality* dan *sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal.

### **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Dari tercapainya tujuan dari penelitian ini maka peneliti mengharapkan adanya manfaat dari hasil penelitian ini adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

##### **a. Akademisi**

Penelitian ini bermanfaat bagi para akademisi dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan oleh mahasiswa UIN Walisongo dalam melakukan penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menghasilkan fakta terbaru sesuai dengan kondisi yang berbeda tiap tahunnya.

##### **b. Peneliti**

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti guna menambah pengetahuan dan wawasan lebih dalam tentang perbankan syariah dan tentang pengaruh dari *service quality* serta

*sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal.

## 2. Manfaat Praktisi

### a. Bagi perusahaan

Dari penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi strategi dari perbankan syariah dalam mempengaruhi nasabah untuk melakukan perilaku *switching behavior* dari bank konvensional ke bank syariah melalui peningkatan dari *service quality* serta penerapan *sharia compliance*.

### b. Bagi masyarakat

Dari penelitian ini, peneliti berharap masyarakat dapat memahami secara penuh tentang kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan dari bank syariah serta memiliki keinginan lebih untuk melakukan peralihan dari bank konvensional ke bank syariah.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat guna peneliti mendapat gambaran dan pembahasan yang terstruktur. Berikut sistematika penulisan yang dibagi menjadi lima bab:

BAB I PENDAHULUAN, pada bab satu menjelaskan tentang latar belakang dari penelitian yang akan dilakukan dan adakah *research gap* dari penelitian ini. Selain latar belakang, bab satu berisi tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik manfaat teoritis atau manfaat praktisi, serta menjelaskan tentang sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab dua menjelaskan tentang landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, pada bab tiga menjelaskan tentang jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi variabel yang digunakan dalam penelitian, dan dijelaskan tentang teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab empat menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data yang telah diolah, dan pembahasan atau hasil dari data yang telah diolah.

BAB V PENUTUP, pada bab lima menjelaskan tentang kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kemudian dijelaskan beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti untuk pembaca, dimana dapat digunakan untuk kepentingan penelitian selanjutnya agar lebih baik.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

*Theory of Planned Behavior* merupakan suatu inovasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) menurut Fishbein dan Ajzen mengungkapkan bahwa seseorang melakukan suatu tindakan pastinya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor pertama adalah sikap, yang kedua norma subjektif dan yang ketiga motivasi.<sup>23</sup> Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa adanya sikap dan perilaku disebabkan oleh motivasi terhadap seseorang dalam melakukan aktivitasnya serta diikuti oleh norma subjektif guna mengontrol perilaku yang dilakukan.

Terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi seseorang melakukan sikap beralih menurut *Theory of Planned Behavior* yaitu sikap berupa kepercayaan baik secara positif maupun negatif dari seseorang dalam berperilaku. Norma subjektif berupa suatu tanggapan dari individu dalam penentuan keputusan suatu perilaku akibat adanya tekanan sosial. Persepsi kontrol berperilaku berupa suatu tanggapan dari individu apakah mengalami kemudahan atau kesukaran dalam berperilaku.<sup>24</sup> Tiga konsep menurut Ajzen tersebut dijelaskan sebagai berikut:<sup>25</sup>

a. Sikap (*Attitude*)

Sikap diartikan sebagai acuan seseorang dalam melihat suatu situasi dengan sudut pandang positif maupun negatif. Munculnya evaluasi yang dapat memberikan hasil positif maupun negatif diartikan sebagai suatu sikap dari perilaku individu yang dapat memberikan pengaruh dalam memutuskan sesuatu hal.

Seseorang pasti akan berperilaku untuk sesuatu hal yang dapat memberikan dampak positif terhadap dirinya, sehingga mereka akan berpikir secara rasional untuk memiliki suatu produk beserta melihat dampak yang akan diperoleh. Mereka tentunya akan menghindari dari sesuatu yang menimbulkan dampak negatif.

---

<sup>23</sup> M Fishbein and Icek Ajzen, *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*, vol. 27, 1975.

<sup>24</sup> Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, Baidi Bukhari, and Shovia Indah Firdiyanti, "Halal Marketplace: The Influence of Attitude, Subjective Norms, and Perceived Behavior Control on Purchase Intention of Muslim Consumers," *Shirkah: Journal of Economics and Business* 7, no. 1 (August 16, 2022): 100–112, <https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i1.451>.

<sup>25</sup> Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Decision Processes. University of Massachusetts at Amherst" (Academic Press. Inc Cambridge, 1991).

Berdasarkan definisi tersebut, variabel *switching behavior* dapat diadaptasi sebagai faktor sikap. Seseorang memutuskan untuk melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah tentunya berdasarkan hasil pemahaman serta evaluasi terhadap bank syariah.

b. Norma Subjektif (*Subjektif Norm*)

Norma subjektif diartikan sebagai bentuk akibat dari tekanan sosial yang didapat seseorang dan menyebabkan berubahnya suatu keputusan untuk menolak ataupun semakin menerima pilihannya. Tekanan ini berasal dari orang-orang terdekat dan lingkungannya yang memiliki hubungan erat.

Hubungan erat antar individu tentu akan memberikan beberapa pandangan terhadap sesuatu. Jika seseorang akan melakukan perpindahan dari produk lama ke produk baru pasti akan meminta pendapat dan memikirkan pendapat tersebut untuk membuat keputusan.

Berdasarkan definisi tersebut, variabel *sharia compliance* dapat diadaptasi sebagai faktor norma subjektif. Nasabah yang akan melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah tentu telah mendapat banyak pendapat baik dari orang terdekat ataupun dari pihak bank syariah yang telah mempromosikan bank syariah kepada nasabah, sehingga nasabah semakin percaya dan yakin kepada bank syariah.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*)

Persepsi kontrol perilaku ini dapat diartikan sebagai cara untuk mengukur seberapa mudah maupun sebaliknya dalam melakukan sesuatu berdasarkan dari pengalaman serta hal ini dapat memberikan pengaruh kepada niat seseorang dalam melakukan sesuatu atau pengambilan keputusan.

Seseorang yang mengalami kesulitan tentunya akan berpikir bagaimana caranya untuk keluar dari kesulitan tersebut dengan cara mengendalikan perilakunya, berdasarkan pengalaman yang telah dilakukan tentunya akan mempermudah proses tersebut dan menghasilkan keberhasilan.

Berdasarkan definisi tersebut, variabel *service quality* dapat diadaptasi sebagai faktor persepsi kontrol perilaku. Seseorang yang mendapat pengalaman mendapat pelayanan yang baik tentu akan dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan

keputusan. Dalam penelitian ini nasabah akan semakin tertarik melakukan perpindahan ke bank syariah karena adanya kualitas pelayanan yang baik.

### 2.1.2 Bank Syariah

#### 1. Pengertian Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menjelaskan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup seluruh masyarakat.<sup>26</sup>

Pada dasarnya bank memiliki dua peran dalam kegiatan operasionalnya yaitu menghimpun dana (*funding*) dari nasabah yang mengalami surplus dana dan menyalurkan dana (*landing*) kepada nasabah yang mengalami defisit dana supaya kebutuhannya terpenuhi, hal ini bank juga disebut sebagai *Financial Depository Institution*.<sup>27</sup>

Dalam konsep Islam, istilah bank secara harfiah tidak diketahui, tetapi dalam fungsinya telah dipraktikkan pada zaman Rasulullah saw. dan memiliki konsep sendiri yaitu secara operasional tidak sama seperti konvensional melainkan dengan prinsip syariat Islam.<sup>28</sup> Bank syariah dalam operasionalnya memang berbeda dengan bank konvensional, salah satu contohnya bank syariah tidak memberikan bunga bank baik dari yang didapatkan dari layanan simpan dana ataupun pemberian bunga kepada nasabah.<sup>29</sup>

Bank syariah juga memiliki dua peran dalam kegiatannya, yaitu menghimpun dana nasabah dan menyalurkan kembali dananya kepada nasabah, namun perbedaannya dengan bank konvensional tidak menggunakan kredit melainkan menyalurkan dana tersebut dalam bentuk jual beli atau kerja sama. Investor yang memiliki kelebihan dana menempatkannya di bank syariah yang kemudian disalurkan dananya kepada

---

<sup>26</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Bank Umum," accessed January 5, 2024, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx>.

<sup>27</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: PrenadamediaGroup, 2011).

<sup>28</sup> Basaria Nianggolan, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: PTRajaGrafindoPersada, 2016).

<sup>29</sup> Elysa Najachah, "The Concept of Corporate Social Responsibility in Islamic Banking from the Perspective of Islamic Economics," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 6, no. 1 (April 30, 2024): 107–20, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2024.6.1.22797>.

nasabah yang mengalami defisit dana. Pemilik modal yang memindahkan dananya akan mendapat bagi hasil dari yang telah ditetapkan. Penyaluran dana yang dilakukan bank syariah biasanya dalam bentuk akad jual beli dan kerja sama yang nantinya akan mendapat laba dengan bentuk bagi hasil atau jenis keuntungan lain yang disepakati.

Dalam Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah, yang meliputi kelembagaan, kegiatan operasional, serta cara dan proses dalam operasionalnya. Bank syariah adalah bank yang mengoperasikan kegiatan usahanya dengan berlandaskan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pembiayaan rakyat syariah.

Bank syariah dalam seluruh kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan tidak menggunakan bunga dalam setiap transaksi. Keuntungan yang didapat atau yang diberikan kepada nasabah tergantung dengan akad yang digunakan dalam bertransaksi. Akad ini harus disepakati oleh kedua belah pihak dan harus sesuai dengan syariat Islam.<sup>30</sup> Prinsip syariah yang ditetapkan pada bank syariah adalah ketentuan dari Dewan Syariah Nasional dalam bentuk Fatwa Dewan Syariah Nasional.<sup>31</sup>

## 2. Dasar Hukum

Dasar hukum yang melandasi adanya perbankan syariah dengan adanya peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait dengan kegiatan usaha perbankan, yaitu:

- a. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menjelaskan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup seluruh masyarakat.
- b. Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah, yang meliputi kelembagaan, kegiatan operasional, serta cara dan proses dalam operasionalnya.
- c. Ayat Al-Qur'an

---

<sup>30</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*.

<sup>31</sup> Basaria Nianggolan, *Perbankan Syariah Di Indonesia*.

Dasar hukum lainnya yaitu berasal dari Al-Quran, dimana perbankan syariah merupakan bank yang menerapkan nilai-nilai syariah, salah satunya adalah menghindari adanya unsur riba, berikut ini beberapa surat yang melandasi hukum perbankan syariah:

- Surah Al-Baqarah 276 :

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزْبِقُ السَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.”

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah SWT sangat membenci orang-orang yang melakukan riba, karena orang-orang yang berbuat riba termasuk kedalam orang-orang kafir, dan Allah SWT mengajurkan umatnya untuk lebih memperbanyak bersedekah.

- Surah Al-Imron 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَانقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah akan melipat gandakan rejeki bagi umat-Nya yang tidak memakan riba dan menjanjikan sebuah keberuntungan bagi umat-Nya yang selalu bertawakal kepada Allah SWT.

### 3. Tujuan Perbankan Syariah

Tujuan didirikannya perbankan syariah menurut pengamalan dari Al-Qur’an yaitu:

#### 1) Menghindari riba

Adanya pelarangan terhadap riba dan hukumnya adalah haram, maka dengan didirikannya bank syariah tentu menginginkan para umat muslim dalam melakukan transaksi keuangan tidak melibatkan riba dan membuat hilangnya keberkahan dalam setiap harta yang kita miliki.

#### 2) Mengamalkan prinsip syariah

Prinsip syariah yang diamalkan dalam kehidupan sehari-hari tentu merupakan hal yang wajib dilakukan. Mengamalkan dalam kehidupan atau dalam bertransaksi tentu akan menghadirkan keberkahan dan kemanfaatan baik di dunia

maupun di akhirat. Prinsip syariah juga diterapkan dalam bank syariah dengan tujuan untuk:

- a. Menghindari riba.
- b. Menghindari adanya *maisir*, yaitu ketidakpastian.
- c. Menghindari *gharar*, yaitu ketidakjelasan.
- d. Menghindari hal-hal yang haram, seperti objek-objek yang dilarang oleh syariat.
- e. Menghindari kezaliman, transaksi yang tidak adil.<sup>32</sup>

#### 4. Fungsi dan Peran Perbankan Syariah

Dalam paradigma Islam, perbankan syariah memiliki fungsi sebagai berikut:

##### 1) Manajemen investasi

Bank syariah dalam mengatur kegiatan investasi dengan menggunakan kontrak *mudharabah*. Dalam kontrak *mudharabah* dijelaskan bahwa pihak bank sebagai *mudharib* mendapat bagian keuntungan jika terjadi keuntungan sesuai yang telah disepakati. Jika dalam kegiatan investasi mengalami kerugian, maka yang menanggung hanya *shahibul maal* dan pihak bank tidak menanggung sepanjang bukan karena kesalahannya.

##### 2) Investasi

Bank syariah menginvestasikan dana yang dimilikinya kepada pihak usaha yang sesuai dan menggunakan kontrak syariah dalam kegiatannya.

##### 3) Jasa-jasa keuangan

Bank syariah dapat melakukan dan menawarkan jasa perbankan lainnya, misalnya garansi, L/C, dan sebagainya.

##### 4) Jasa sosial

Bank syariah mengharuskan menyalurkan dana kepada sosial yang dapat berupa zakat dan dana kebajikan untuk kemaslahatan lingkungan sekitar.<sup>33</sup>

### 2.1.3 *Switching Behavior*

*Switching behavior* menurut Keaveney dan Parthasarathy dalam Pertiwi adalah suatu keputusan yang diambil oleh pengguna jasa untuk memakai jasa yang sama namun

---

<sup>32</sup> Basaria Nianggolan.

<sup>33</sup> Khusairi, H. (2015). Hukum Perbankan Syariah. Al-Qisthu: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Hukum, 13(1), 31-50.

berpindah dari penyedia jasa yang telah digunakan kepada penyedia jasa lain.<sup>34</sup> *Switching behavior* menurut Maulidati adalah perilaku pelanggan yang mengubah penyedia jasa awal ke penyedia jasa lainnya.<sup>35</sup> Secara luas, *switching behavior* adalah konsumen memilih untuk meninggalkan penyedia jasa yang telah digunakan ke penyedia jasa lainnya dalam kurun waktu tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa *switching behavior* adalah perilaku dari konsumen yang mengubah dari penyedia jasa saat ini terhadap penyedia jasa lainnya dengan alasan dan waktu tertentu. Dalam penelitian ini dimaksudkan bahwa nasabah melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah.

Menurut penelitian Rizaldi dkk (2021) menegaskan bahwa terdapat dua aspek nasabah melakukan perilaku *switching behavior*, faktor pertama yaitu Ekonomis dan Ideologis, dan faktor yang kedua yaitu Stimulus Marketing. Stimulus marketing terdiri dari produk, promosi, akses yang mudah, *service quality*, dan adanya kelompok yang mempengaruhi untuk melakukan perpindahan. Faktor yang memiliki pengaruh besar untuk melakukan *switching behavior* yaitu faktor ekonomis dan ideologi. Faktor ekonomi diartikan sebagai faktor biaya dimana faktor ini yang paling utama dalam mempengaruhi perilaku nasabah konvensional yang memutuskan berpindah ke bank syariah.<sup>36</sup>

*Switching behavior* dapat mendatangkan dampak positif dan negatif bagi perusahaan. Keaveney dan Parthasarathy dalam Santoso & Ismail (2019) menjelaskan jika pelanggan berpindah maka pendapatan dan keuntungan perusahaan akan turun, hal ini dikarenakan adanya investasi awal yang hilang dan adanya biaya baru untuk mencari nasabah kembali. Namun bagi perusahaan yang dituju oleh nasabah tentunya akan mendapat keuntungan yaitu pendapatan meningkat, meningkatnya *market share*, biaya-biaya, dan meningkatnya reputasi perusahaan.<sup>37</sup> Nasabah melakukan perpindahan salah satunya diakibatkan oleh tidak puas dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut, sehingga nasabah mencari pengganti yang kinerjanya lebih baik.

---

<sup>34</sup> Pertiwi, H. (2021). Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Switching Behavior Nasabah diluar Pengguna BSI (Doctoral dissertation, Universitas Djuanda Bogor).

<sup>35</sup> Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional yang Beralih ke Bank Syariah. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2), D250-D255.

<sup>36</sup> Makmur, M. R., & Sukotjo, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah Brand Switching Bank Konvensional Ke Bank Syariah. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(02), 220-230.

<sup>37</sup> Santoso, H., & Ismail, H. (2019). Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah Non Muslim Di Bank Syariah Mandiri Kota Metro Lampung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 22-41.

*Switching behavior* secara sifat dibagi menjadi dua kategori yaitu perilaku perpindahan yang bersifat permanen dan tidak permanen. Menurut polanya dibagi menjadi empat jenis yaitu kesetiaan yang terbagi (*divided loyalty*), peralihan sewaktu-waktu (*occasional switch*), kesetiaan yang tidak stabil (*unstable loyalty*), dan ketidaksetiaan (*no loyalty*). Dalam penelitian ini bahwa beralih bisa dalam artian peralihan secara penuh, sebagian, ataupun internal, tergantung pada ragamnya pola preferensi nasabah dan perilaku menjadi landasan.

Indikator dari *switching behavior* adalah sebagai berikut:<sup>38</sup>

- a. Komitmen nasabah, dapat diartikan sebagai kesadaran nasabah saat melakukan peralihan dari perbankan konvensional ke perbankan syariah.
- b. Aspek konatif, dapat diartikan bahwa nasabah melakukan perpindahan karena ingin mengatasi permasalahan produk sebelumnya.
- c. Norma subjektif, dapat diartikan bahwa nasabah akan memberikan rekomendasi kepada orang lain tentang bank syariah.
- d. Loyalitas nasabah, dapat diartikan bahwa nasabah akan setia dan tetap bertahan untuk menggunakan layanan perbankan syariah setelah beralih.

#### **2.1.4 Service Quality**

Menurut Prianggoro dan Arifin, kualitas adalah perubahan suatu keadaan yang memiliki hubungan dengan produk, layanan, individu, proses, atau lingkungan yang mendukung.<sup>39</sup> Pelayanan atau jasa menurut Febriansyah dkk adalah segala bentuk aktivitas yang diberikan kepada pihak lain, yang secara substansial tidak memiliki wujud dan tidak memiliki hak milik, serta produksinya dapat berkaitan maupun tidak dengan produk fisik tertentu.<sup>40</sup> Kualitas layanan adalah kemampuan dari perusahaan dalam memenuhi keinginan serta harapan dari pelanggan. Kualitas layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu melebihi ekspektasi pelanggan.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Milenia, S. R. (2022). Pengaruh Reputasi Dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

<sup>39</sup> Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2020). Effect of service quality and promotion on purchase decisions and their implications on customer satisfaction. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(6), 51-62.

<sup>40</sup> Febriansyah, E., Fratnesi, F., & Pratiwi, I. (2021). Analisis Karakteristik Kualitas Produk Perbankan Syariah Dalam Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Bni Syariah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 15-28.

<sup>41</sup> Ramadhan, M. N. S., & Asnawi, N. (2020). Studi Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Industri Retail: Peran Kualitas Layanan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Iqtishoduna, UIN Malang*, 16(2), 116.



Menurut Gronroos, kualitas pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang terjadi antara konsumen dengan pihak pemberi jasa dengan tujuan dapat memberikan solusi terbaik bagi pelanggan. Pelanggan dapat merasakan puas dan nyaman dari pelayanan yang diberikan maka akan berdampak baik bagi keberlangsungan perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan sangatlah penting dan sensitif, apalagi perusahaan dalam bidang jasa seperti perbankan, kualitas pelayanan perlu diperhatikan secara mendalam bagi pihak perusahaan terutama pegawai yang langsung berhubungan dengan nasabah.<sup>42</sup>

Kualitas pelayanan merupakan awal dari kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas harus mengarah kepada pelanggan, bagaimana pelanggan dapat merasa puas maupun melihat kualitas dari pelayanan yang diberikan, karena hal ini mempengaruhi pada intensitas kunjungan. Kualitas kerja dari para pegawai harus sebaik dan semaksimal mungkin untuk menjadikan nasabah merasa puas karena jika nasabah merasa puas tentu akan menyebar tentang produk dan layanannya yang baik. Hal ini menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan mampu bersaing dengan bank-bank lain.<sup>43</sup>

Menurut Fandy Tjiptono, fondasi kualitas layanan terletak pada kebutuhan pelanggan dan persepsi mereka, yang berarti bahwa citra yang baik tidak ditentukan oleh sudut pandang penyedia layanan, melainkan oleh apa yang dipahami atau dialami pelanggan. Dalam penelitian Parasuraman dalam Lovelock & Wright (2005) menyimpulkan bahwa ada 5 dimensi atau indikator dari *Service Quality*, yaitu:<sup>44</sup>

a. *Tangibles*

*Tangibles* atau bukti fisik adalah kecakapan suatu instansi dalam menunjukkan keberadaannya kepada pihak eksternal. Tentang bagaimana perusahaan dapat mengandalkan penampilan dan kecakapannya dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. Kecakapan dalam bentuk fasilitas yang memadai, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta performa dari pegawai.

---

<sup>42</sup> Cahyani, N. K. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

<sup>43</sup> Sari, N. E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bepindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).

<sup>44</sup> Zuliyansah, A. A. (2021). Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal).

b. *Reliability*

*Reliability* atau keandalan adalah kecakapan dalam menjalankan kegiatannya dalam bidang jasa sesuai dengan ketentuan, tepat, dan dapat dipercaya. Dimensi ini mengindikasikan kecakapan dari suatu perusahaan dalam pelayanannya secara prima, akurat, dapat dipercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan setiap kegiatannya.

c. *Responsiveness*

*Responsiveness* atau ketanggapan adalah kecakapan dalam memberikan penjelasan informasi dan membantu pelanggan secara cepat, tepat, dan jelas kepada pelanggan. Diharapkan dalam pelayanannya tidak menjadikan pelanggan menunggu lama karena hal ini akan menimbulkan kesan yang kurang baik kepada pelanggan.

d. *Assurance*

*Assurance* atau jaminan dan kepastian adalah kecakapan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan kepada perusahaan melalui pengetahuan, sikap sopan santun, komunikasi, keamanan yang terjamin, keterpercayaan, dan kecakapan pegawai dalam bekerja.

e. *Empathy*

*Empathy* atau empati adalah menumbuhkan sikap perhatian kepada pelanggan secara tulus dan bersifat individual guna memahami keinginan dari pelanggan. Perusahaan diharapkan mempunyai pengertian dan pengetahuan dalam mengerti keinginan pelanggan secara spesifik atau tepat dan memberikan waktunya untuk melayani pelanggan.

### **2.1.5 Sharia Compliance**

Menurut Ahmed, *sharia compliance* merupakan segala sesuatu yang dalam pelaksanaannya mematuhi prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah. Perbankan syariah tidak menerapkan bunga dalam operasionalnya, tetapi menggunakan bagi hasil dalam pembiayaan yang dilakukannya.<sup>45</sup> Konsep *sharia compliance* ini dipublikasikan oleh Othman dan Owen (2001), menjelaskan bahwa *sharia compliance* merupakan suatu kecakapan dalam menaati prinsip-prinsip dan ekonomi Islam

---

<sup>45</sup> Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. (2022). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1829-1842.

dalam setiap kegiatan operasionalnya. *Sharia compliance* merupakan prinsip syariah yang harus terpenuhi dalam kegiatan operasionalnya sebagai wujud karakter dari lembaga tersebut. Berlandaskan peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2019, kepatuhan syariah merupakan perwujudan dari penerapan prinsip syariah oleh lembaga yang memiliki karakter, integritas, dan keandalan di bank syariah. Budaya kepatuhan dijelaskan sebagai nilai, perilaku, dan suatu tindakan guna terciptanya kepatuhan bank syariah.<sup>46</sup> Kepatuhan syariah adalah ketika seluruh prinsip syariah diterapkan pada lembaga yang memiliki karakteristik, integritas, dan kredibilitas bank syariah.<sup>47</sup> Jadi disimpulkan bahwa *sharia compliance* adalah kepatuhan dari perbankan syariah dalam setiap kegiatan operasionalnya untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan sunnah.

*Sharia compliance* menjadi salah satu pilar utama dalam mengembangkan perbankan syariah dan menjadi faktor pembeda dengan bank konvensional. Dalam pelaksanaan prinsip syariah pada kegiatan perbankan syariah dibutuhkan adanya pengawas syariah untuk memastikan bahwa prinsip syariah terlaksana dengan baik, pengawas syariah ini dijalankan oleh Dewan Pengawas Syariah.<sup>48</sup> Dewan Pengawas Syariah memiliki teknik pengawasan tersendiri dalam peningkatan kualitas dari kepatuhan syariah yaitu dilakukan dengan pengamatan, pengawasan secara langsung dan teratur, melaporkan baik secara tertulis maupun lisan, adanya diskusi dan rapat tentang kepatuhan syariah dengan lembaga terkait, dan adanya perbaikan pada setiap produk dan operasional Lembaga keuangan syariah.<sup>49</sup>

Menurut Sutedi dalam Cut Ayu Hafrida, kepatuhan syariah tidak hanya mencakup produk perbankan saja, tetapi mencakup tentang sistem, teknik dan identitas dari perusahaan tersebut.<sup>50</sup> Oleh karena itu, budaya perusahaan termasuk pakaian, dekorasi, dan

---

<sup>46</sup> Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Corporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3423-3433.

<sup>47</sup> Sokhikhatul Mawadah, "SKBDN Products: Implementation of Sharia Compliance in Bank Syariah Indonesia," *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking* 6, no. 1 (August 28, 2024): 35–52, <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2024.6.1.20988>.

<sup>48</sup> Astiti, N. N. A., & Tarantang, J. (2020). Kedudukan Sharia Compliance Perbankan Syariah Di Indonesia Perspektif Yuridis-Filosofis. *Jurnal Al-Qardh*, 5(2), 119-133.

<sup>49</sup> Elfiandi, K. A. Pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat melalui kualitas layanan (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah).

<sup>50</sup> Hafrida, C. A. (2020). Pengaruh Syariah Compliance Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).

citra perusahaan merupakan aspek dari kepatuhan syariah guna menciptakan kolektif moral dan spiritual jika dikombinasikan dengan produksi barang dan jasa. Penerapan dari prinsip-prinsip syariah dalam keuangan Islam yaitu larangan tentang riba, maisir, penipuan, gharar, dan larangan investasi dengan barang haram. Larangan tentang riba ini juga telah dijelaskan dalam Surah Al-Baqarah ayat 278 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.*”

Dijelaskan juga pada Surah Ali Imron ayat 130 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*”

Dalam surah Ali Imron, ulama menjelaskan bahwa riba nasi’ah adalah riba yang selamanya tetap haram. Riba nasi’ah adalah kelebihan bayar yang dijadikan syarat oleh orang yang meminjami. Selain itu juga ada riba fadhil, yang artinya kegiatan bertukar barang yang sama namun dengan kualitas dan kuantitas yang berbeda.

*Sharia compliance* menurut Ahmad diartikan sebagai suatu persepsi dari nasabah bahwa transaksi yang dilaksanakan perbankan syariah tidak melibatkan tindakan atau prosedur yang dilarang seperti riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian) sesuai dengan aturan Islam dalam Al-Qur’an dan Sunnah. Dapat diartikan bahwa jika perbankan mematuhi syariah dalam setiap transaksinya maka akan menumbuhkan rasa kepercayaan pada nasabah untuk melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah. Nasabah mempunyai rasa hormat yang tinggi terhadap aspek *sharia compliance* sehingga jika perbankan syariah melanggar aturan syariah maka nasabah akan memilih perbankan yang lain.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Milenia, S. R. (2022). Pengaruh Reputasi Dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia.

a. Dimensi *Sharia Compliance*

Perbankan syariah dalam kegiatannya wajib mentaati prinsip syariah yang telah ditentukan, secara umum memiliki 7 dimensi, yaitu:<sup>52</sup>

1) Dalam setiap transaksi tidak adanya riba.

Riba adalah adanya penambahan dari hasil yang didapat dengan tidak sah karena adanya keterlambatan waktu. Riba dalam bank syariah dapat terjadi jika adanya tambahan nilai pinjaman akibat tertundanya waktu pelunasan.

2) Dapat terbebas dari *bai' al-'inah*

Menurut sebagian ulama menjelaskan bahwa *bai' al-'inah* artinya ketika seseorang secara non tunai membeli suatu produk kemudian menjual kembali dengan harga lebih kecil dan tunai kepada penjual pertama.

3) Dapat terbebas dari *gharar*

Menurut ahli fiqih *gharar* yaitu ketidakpastian dalam muamalah. Dalam hal ini kegiatan muamalah yang tidak adanya kepastian terkait kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan antara kedua belah pihak sehingga akan merugikan pihak kedua (pembeli).

4) Dalam setiap transaksi tidak adanya *maisir*

*Maisir* diartikan sebagai judi dalam bahasa Arab. Kegiatan jual beli valuta asing dan pasar modal dalam perbankan memiliki peluang adanya *maisir*. Sehingga dalam kegiatannya telah diatur dalam fatwa DSN-MUI Nomor 28/DSN-MUI/III/2002 tentang jual beli valuta asing dan fatwa DSN-MUI Nomor 40/DSN-MUI/X/2003 dan fatwa DSN-MUI Nomor 80/DSN-MUI/III/2011 tentang pasar modal.

5) Dalam kegiatan bisnisnya tetap berdasarkan pada keuntungan yang halal

Perbankan syariah yang dalam kegiatannya berlandaskan prinsip syariah harus menghasilkan dan memegang prinsip halal dalam mendapat keuntungan.

---

<sup>52</sup> Yarmunida, M. (2018). Dimensi Syariah Compliance Pada Operasional Bank Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1).

6) Amanah dalam kegiatannya

Dalam setiap kegiatan operasional perbankan harus bersikap amanah dalam menjaga kepercayaan nasabah. Melakukan transaksi ataupun perjanjian dengan nasabah sesuai dengan ketentuan dan kesepakatan dengan baik, karena hal ini dapat mempengaruhi citra perusahaan jika dalam kegiatannya bank tidak amanah.

7) Adanya pengawasan kepatuhan terhadap bank syariah

Pengawasan dalam operasional bank syariah ini dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah dari pihak internal dan pengawasan dilakukan oleh BI dan audit syariah dari pihak eksternal.

b. Ketentuan *Sharia Compliance*

Untuk menilai kepatuhan syariah adanya beberapa ketentuan yang harus dilakukan lembaga keuangan syariah:<sup>53</sup>

- 1) Akad yang diterapkan dalam penghimpunan dana harus sesuai dengan prinsip dan aturan syariah.
- 2) Zakat harus dikelola, dibayarkan, dan dihitung sesuai ketentuan syariah.
- 3) Setiap kegiatan operasional ekonomi wajib dilaporkan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 4) Budaya dan lingkungan perusahaan harus sesuai syariat.
- 5) Setiap bisnis usaha yang dilakukan sesuai dengan syariat.
- 6) Sumber dana harus dipastikan dari sumber yang halal dan sah sesuai dengan ketentuan syariat.
- 7) Adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas sebagai pengawas disetiap kegiatan operasional bank syariah.

c. Indikator *Sharia Compliance*

Menurut Othman dan Owen, indikator untuk mengukur *sharia compliance* yaitu:<sup>54</sup>

- 1) Kegiatan operasional bank syariah sesuai dengan hukum dan prinsip Islam.

---

<sup>53</sup> Adrian Sutedi and Risman Sikumbang, *Perbankan Syariah: Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum* (Ghalia Indonesia, 2009).

<sup>54</sup> Abdulqawi Othman and Lynn Owen, "THE MULTI DIMENSIONALITY OF CARTER MODEL TO MEASURE CUSTOMER SERVICE QUALITY (SQ) IN ISLAMIC BANKING INDUSTRY: A STUDY IN KUWAIT FINANCE HOUSE," n.d.

- 2) Produk dan layanan sesuai dengan syariat Islam seperti wakaf, zakat, infaq, haji, dan umroh.
- 3) Menerapkan sistem bagi hasil bukan riba dalam kegiatan investasi atau simpan pinjam.
- 4) Tidak adanya unsur *gharar* atau ketidakpastian dalam kegiatannya semua harus jelas baik dari kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan hasil dari penelitian tersebut dapat dijadikan bahan acuan dalam pembuatan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Sasmitha Rindang Milenia (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Uinversitas Jember, 2022)	Pengaruh Reputasi dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi dan sharia compliance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, reputasi tidak memiliki pengaruh terhadap switching behavior, sharia compliance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap switching behavior, reputasi dan sharia compliance berpengaruh terhadap switching behavior dimediasi oleh kepercayaan.	Perbedaan pada variabel yaitu tidak adanya variabel reputasi, variabel mediasi kepercayaan, dan perbedaan pada tempat lokasi penelitian. <sup>55</sup>

<sup>55</sup> Ibid., 67.

2.	Berliana Fajar Nur Endah Sari, Hendy Mustiko Aji (2023)	Niat Berpindah Nasabah yang Termigrasi Paksa ke Bank Syariah Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas tidak memiliki pengaruh terhadap niat berpindah. Begitu pula dengan kepercayaan tidak mempengaruhi terhadap niat berpindah. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap niat berpindah.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu adanya variabel kepuasan dan kepercayaan. <sup>56</sup>
3.	Nellyana Embun Sari (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah berpindah. Sedangkan variabel bagi hasil dan religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah berpindah.	Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi nasabah berpindah yaitu promosi dan bagi hasil. <sup>57</sup>
4.	Maulidati Rahmah	Identifikasi Faktor-Faktor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa attitude towards	Perbedaan pada variabel

<sup>56</sup> Sari, B. F. N. E., & Aji, H. M. (2023). Niat Berpindah Nasabah yang Termigrasi Paksa ke Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajerial*, 10(01), 37-55.

<sup>57</sup> Sari, N. E. (2019). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).



	Setioputri (Skripsi, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, 2020)	Yang Mempengaruhi Switching Intention Dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Beralih Ke Bank Syariah	switching dan subjective norms tidak memiliki pengaruh terhadap niat berpindah. Perceived behavioral control memiliki pengaruh terhadap beralihnya nasabah.	independen yaitu dalam penelitian ini menggunakan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. <sup>58</sup>
5.	Selvi Anggraini (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022)	Pengaruh <i>Physical Evidence</i> , <i>Islamic Branding</i> , <i>Ethical Problem</i> dan Religiusitas Intrinsik Terhadap <i>Customer Switching Behavior</i> dari Bank Konvensional	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Physical Evidence</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Customer Switching Behavior</i> , <i>Islamic Branding</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Customer Switching Behavior</i> , <i>Ethical Problem</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Customer Switching Behavior</i> , dan Religiusitas memiliki pengaruh terhadap <i>Customer Switching Behavior</i> .	Perbedaan pada variabel independen yaitu <i>Physical Evidence</i> , <i>Islamic Branding</i> , <i>Ethical Problem</i> dan Religiusitas. Perbedaan lain pada objek penelitian. <sup>59</sup>

<sup>58</sup> Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional yang Beralih ke Bank Syariah. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2), D250-D255.

<sup>59</sup> Selvi, A. (2022). Pengaruh *Physical Evidence*, *Islamic Branding*, *Ethical Problem* Dan Religiusitas Intrinsik Terhadap *Customer Switching Behavior* Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kcp Kotabumi) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).

		Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kcp Kotabumi)		
6.	Ariska Putri Pamungkas (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said, Surakarta, 2023)	Pengaruh Islamic E-Service Quality dan Sikap Religiusitas Terhadap Switching Behavior Pada Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islamic e-service quality dan sikap religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap beralihnya nasabah dari bank konvensional.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian, variabel Islamic E-Service Quality. <sup>60</sup>
7.	Muthmainah dan Muhammad Cholil (2021)	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan	Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan tapi tidak adanya pengaruh pada perilaku beralihnya pelanggan. religiusitas berpengaruh pada kepercayaan tapi tidak berpengaruh pada peralihan. Pengalaman berpengaruh pada	Variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan dan objek penelitian. <sup>61</sup>

<sup>60</sup> Pamungkas, A. P., & Sukardi, B. (2023). Pengaruh Islamic E-Service Quality Dan Sikap Religiusitas Terhadap Switching Behavior Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).

<sup>61</sup> Cholil, M. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(3), 125-136.

			kepuasan dan kepercayaan pelanggan namun tidak berpengaruh pada peralihan. Kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh pada perilaku peralihan.	
8.	Saptasari dan Aji (2020)	Factors Affecting Muslim Non Customers to use Islamic Bank: Religiosity, Knowledge, and Perceived Quality	Hasil penelitian menyatakan bahwa religiusitas, pengetahuan, dan persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah untuk menggunakan bank syariah di Indonesia.	Variabel independen yang digunakan. Objek penelitian yang digunakan. <sup>62</sup>
9.	Rina Qurniawati, Yulfan Nurohman, dan Aulia Fatharani (2022)	Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidaknyamanan dan motivasi religius memiliki pengaruh terhadap niat berpindah pelanggan. Namun, sikap dan ketersediaan bank yang sesuai tidak memiliki pengaruh terhadap niat berpindah pelanggan.	Variabel independen yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. <sup>63</sup>

<sup>62</sup> Saptasari, K., & Aji, H. M. (2020). Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 165-180.

<sup>63</sup> Qurniawati, R., Nurohman, Y., & Fatharani, A. (2022). Determinants of Customer Switching Intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia: Determinasi Beralihnya Nasabah: Fakta Empiris dari Merger Bank Syariah di Indonesia. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 12(1), 17-37.

10.	Haris Santoso (2017)	Perilaku Berpindah (Switching Behavior) Nasabah Non muslim di Bank Syariah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan non-muslim umumnya tidak begitu paham dengan sistem yang ada di bank syariah. Selain itu, penting untuk diingat bahwa sistem layanan yang ada di bank syariah jauh lebih baik daripada yang ada di bank konvensional. Namun, nasabah non-muslim hanya beralih ke bank syariah karena alasan ekonomi, bukan karena ingin mengikuti ajaran agama, yaitu menghindari riba.	Penelitian kualitatif dengan menerapkan pendekatan fenomenologi. Objek penelitian yang digunakan adalah nasabah non muslim yang berpindah ke bank syariah. <sup>64</sup>
11.	Fetria Eka Yudiana (2019)	Analisis Minat dan Perilaku Berhijrah (Switching Behavior) Nasabah Perbankan Syari'ah di Indonesia dalam Bingkai Perspektif Islamic Man	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yang digunakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel intervening. Intention to hijrah memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap actual use.	Variabel independen yang digunakan dalam penelitian. <sup>65</sup>

<sup>64</sup> Santoso, H., & Ismail, H. (2019). Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah Non Muslim Di Bank Syariah Mandiri Kota Metro Lampung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 22-41.

<sup>65</sup> Yudiana, F. E. (2022). Analisis Minat dan Perilaku Berhijrah (Switching Behaviour) Nasabah Perbankan Syari'ah di Indonesia dalam Bingkai Perspektif Islamic Man.

12.	Villian Paulus Kindangen dan Emilia Gunawan (Kindangen, 2022)	The Analysis Of Customer Switching Behaviour To Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk In Manado	Hasil penelitian menunjukkan bahwa service quality dan advertising mempengaruhi perilaku perpindahan pelanggan secara signifikan baik parsial maupun simultan.	Variabel independen yaitu advertising. Objek penelitian yang digunakan. <sup>66</sup>
13.	Ali Rama (2018)	An Exploration of Customers Switching Behavior in Islamic Banking Industry	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, kepatuhan syariah, harga dan involunter switching berpengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan nasabah pada bank syariah. namun, kegagalan layanan dan iklan tidak signifikan secara statistik dalam mendorong perpindahan bank.	Variabel independen yang digunakan seperti kegagalan layanan, kepuasan nasabah, iklan, pergantian paksa, dan harga. Objek yang digunakan dalam penelitian. <sup>67</sup>
14.	Andi Ainil Mufidah Tanra, Nadhira Afdalia, Latifah Sukmawati	Switching Behavior Customers of Sharia Banks in Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas, harga, etika, dan service quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap switching behavior pada Bank Syariah di Indonesia.	Variabel independen yaitu religiusitas, harga, dan etika. Objek yang digunakan dalam penelitian. <sup>68</sup>

<sup>66</sup> Marentek, V. (2022). The Analysis of Customer Switching Behaviour to PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 738-747.

<sup>67</sup> Rama, A. (2017). An Exploration Of Customers'switching Behavior In Islamic Banking Industry. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 2(2), 251-286.

<sup>68</sup> Tanra, A. A. M., Afdalia, N., Yuniar, L. S., Abdullah, M. I., Kahar, A., & Sastrawan, E. (2021, February). Switching Behavior Customers of Sharia Banks in Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 306-311). Atlantis Press.

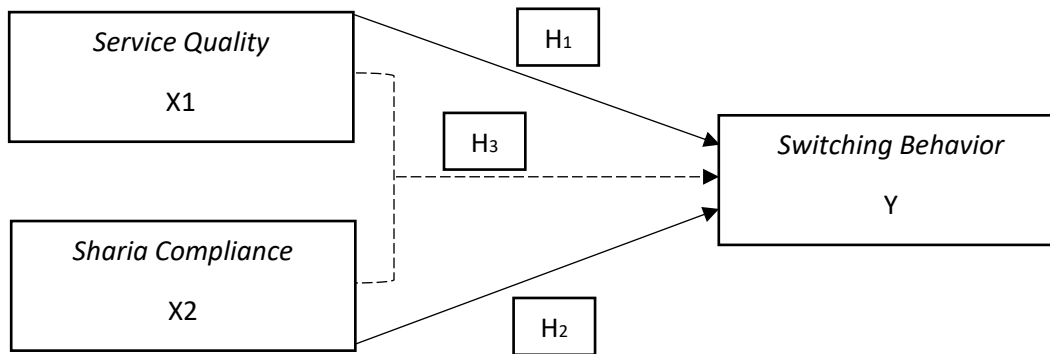
	Yuniar, M. Iqbal Abdullah, Tenripada, Abdul Kahar dan Erwan Sastrawan (2021)			
15.	Akhmad Hafandi, Masdar Hilmy dan Puji Handayati (2021)	New Trend Switching Behavior of Bank Customers	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh positif terhadap switching behavior pada nasabah Bank Syariah di Indonesia.	Variabel independen yang digunakan yaitu religiusitas, internet banking, keramahan karyawan, dan kepuasan nasabah. <sup>69</sup>

### 2.3 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini memiliki dua variabel independen yaitu *service quality* dan *sharia compliance* dalam mempengaruhi *switching behavior*. Keterkaitan antara *service quality* dengan *switching behavior* mengacu pada penelitian dari Muthmainah dan Muhammad Cholil mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan peralihan. Jika tingkat kualitas pelayanan meningkat maka niat berpindahnya pelanggan akan turun. Menurut penelitian dari Witjaksono menjelaskan bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh terhadap niat nasabah melakukan perpindahan. Berikut adalah kerangka konseptual yang disusun untuk memudahkan peneliti:

---

<sup>69</sup> Hafandi, A., Hilmy, M., & Handayati, P. (2021). New Trend Switching Behavior of Bank Customers. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 13(1), 52-59.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritik

Keterangan :

- ▶ : Secara parsial
- - - - -▶ : Secara simultan

Kerangka konseptual tersebut menggambarkan bahwa dalam penelitian ini akan menguji pengaruh *service quality* dan *sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal.

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah. Karena bersifat sementara, kebenaran hipotesis perlu diuji melalui data empiris yang diperoleh. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tinjauan literatur:

### 1. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Switching Behavior*

*Service Quality* menurut Yaqub dalam Rita (2021) merupakan perilaku konsumen dalam menanggapi pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Menurut Chui dalam Rita (2021) menjelaskan bahwa *service quality* digunakan sebagai bentuk ketidaksesuaian antara harapan pelanggan tentang layanan yang diberikan dengan kenyataan yang diberikan.<sup>70</sup> Menurut Lahindah dalam penelitian Annisa (2023) *service quality* merupakan bagian penting bagi pelanggan dalam pengambilan keputusan untuk

<sup>70</sup> Rita, R., & Pandaleke, D. O. (2021). Pengaruh Service Quality dan Service Value terhadap Customer Satisfaction serta Dampaknya pada Behavior Intention. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, 2(1), 75-89.

membeli suatu produk. Perusahaan yang memiliki pelayanan yang baik tentunya akan menarik para konsumen untuk membeli atau menggunakan barang yang ditawarkan. Pelayanan yang baik akan mengakibatkan pelanggan merasa nyaman dan puas, hal ini sangat penting untuk dilakukan setiap perusahaan untuk menjaga kualitas dari pelayanannya.<sup>71</sup> Jadi dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *service quality* adalah keputusan untuk menggunakan produk dan tanggapan dari pelanggan tentang pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Penelitian ini menggunakan *Theory Planned of Behavior* (Teori Perilaku Terencana). *Theory of Planned Behavior* dijelaskan oleh Ajzen dan merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Dalam Fuadi, teori ini menjelaskan bahwa terdapat 3 faktor yang dapat memberikan pengaruh pada niat berperilaku konsumen, yaitu sikap, norma subjektif, dan dipengaruhi dari adanya kontrol perilaku. Faktor sikap diartikan sebagai perilaku seseorang akibat adanya nilai positif atau negatif dari hasil evaluasi dan pemahaman dari suatu objek. Faktor norma subjektif diartikan keputusan berperilaku yang diambil akibat adanya pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang terdekat. Faktor kontrol perilaku diartikan sebagai keputusan individu berdasarkan pengalaman dan hasil pertimbangan dari baik atau buruknya suatu objek.<sup>72</sup> Berdasarkan faktor-faktor tersebut kualitas pelayanan dapat diadaptasi sebagai faktor kontrol perilaku. Pelanggan tentunya akan merasa puas apabila perusahaan memberikan pelayanannya secara maksimal, baik melalui pegawainya, fasilitas yang disediakan, ataupun produk layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada para pelanggan akan mengakibatkan munculnya perspektif dari pelanggan. Hal ini dapat mempengaruhi pelanggan untuk mengambil keputusan melakukan perpindahan ke bank syariah.

---

<sup>71</sup> Annisa, A., & Yoestini, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 24(1).

<sup>72</sup> Fuadi, N. F. Z. (2013). Intensi Nasabah Bank Syariah Untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Indonesia (BWI): Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta Pusat. Universitas Indonesia.



Dalam hasil penelitian Yuyun Yuningsih dkk menunjukkan bahwa kinerja pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention.<sup>73</sup> Dari penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

**H1: *Service Quality* berpengaruh terhadap *Switching Behavior***

2. Pengaruh *Sharia Compliance* terhadap *Switching Behavior*

*Sharia compliance* diartikan sebagai cara lembaga keuangan syariah mematuhi aturan syariah yang telah ditentukan pada setiap kegiatan operasionalnya.<sup>74</sup> Menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menetapkan bahwa seluruh bank syariah dalam kegiatan operasionalnya harus sesuai prinsip syariah dan bank konvensional yang melaksanakan kegiatan menggunakan prinsip syariah melalui UUS yang dimilikinya, dalam setiap kegiatannya wajib patuh terhadap hukum dan prinsip syariah.<sup>75</sup> *Sharia compliance* inilah yang merupakan pembeda antara bank konvensional dengan bank syariah.<sup>76</sup>

Penelitian ini menggunakan *Theory Planned of Behavior* (Teori Perilaku Terencana). *Theory of Planned Behavior* dijelaskan oleh Ajzen dan merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Dalam Fuadi, teori ini menjelaskan bahwa terdapat 3 faktor yang dapat memberikan pengaruh pada niat berperilaku konsumen, yaitu sikap, norma subjektif, dan dipengaruhi dari adanya kontrol perilaku. Faktor sikap diartikan sebagai perilaku seseorang akibat adanya nilai positif atau negatif dari hasil evaluasi dan pemahaman dari suatu objek. Faktor norma subjektif diartikan keputusan berperilaku yang diambil akibat adanya pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang terdekat. Faktor kontrol perilaku diartikan sebagai keputusan individu berdasarkan pengalaman dan hasil pertimbangan dari baik atau buruknya suatu objek.<sup>77</sup> Berdasarkan

---

<sup>73</sup> Yuningsih, Y., Suryani, S., & Azim, M. F. (2022). Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Perwakilan (Kcp) Kota Serang. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1277-1284.

<sup>74</sup> Saidah, S., & Inayah, N. (2024). Pengaruh Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Sumut Kcpsy. *Hamparan Perak. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 283-292.

<sup>75</sup> Oktapiani, AA, & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Comporate Image dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8 (3), 3423-3433.

<sup>76</sup> Usman, H., Projo, NWK, Chairy, C., & Haque, MG (2022). Eksplorasi peran kepatuhan syariah dalam model penerimaan teknologi e-banking (kasus: bank syariah di Indonesia). *Jurnal Pemasaran Islam*, 13 (5), 1089-1110.

<sup>77</sup> Fuadi, N. F. Z. (2013). Intensi Nasabah Bank Syariah Untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Indonesia (BWI): Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta Pusat. Universitas Indonesia.

faktor-faktor tersebut sharia compliance dapat diadaptasi sebagai norma subjektif. Nasabah yang beragama muslim pasti memahami hukum riba adalah haram. Bank syariah dan setiap pegawai bank syariah wajib andil dalam penerapan sharia compliance ini, menjelaskan secara jelas dan mudah dipahami oleh nasabah tentang produk dan akad yang digunakan dalam setiap transaksi. Tentunya dari upaya tersebut akan membuat nasabah semakin percaya dan yakin terhadap bank syariah. Kepercayaan ini bisa menjadi faktor pendorong nasabah untuk merekomendasikan bank syariah kepada orang terdekat, sehingga calon nasabah akan semakin tertarik dengan adanya hal tersebut.

Dalam penelitian Sasmitha Rindang Milenia menyimpulkan bahwa sharia compliance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *switching behavior*, reputasi dan *sharia compliance* memiliki pengaruh terhadap *switching behavior* yang dimediasi oleh kepercayaan.<sup>78</sup> Dari hasil penjelasan penelitian tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

**H2: Sharia compliance berpengaruh terhadap *switching behavior***

3. Pengaruh *service quality* dan *sharia compliance* terhadap *switching behavior*

Variabel independen pertama yaitu *service quality*, menurut Yaqub dalam Rita merupakan perilaku konsumen dalam menanggapi pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Variabel independen kedua yaitu *sharia compliance*, *sharia compliance* diartikan sebagai cara lembaga keuangan syariah mematuhi aturan syariah yang telah ditentukan pada setiap kegiatan operasionalnya.<sup>79</sup> Sedangkan variabel dependen penelitian ini yaitu *switching behavior*, menurut Keaveney dan Parthasarathy dalam Pertiwi dapat diartikan sebagai pengambilan keputusan dari hasil pertimbangan untuk melakukan perpindahan dari penyedia yang telah digunakan ke penyedia jasa lain.<sup>80</sup>

Penelitian ini menggunakan *Theory Planned of Behavior* (Teori Perilaku Terencana). *Theory of Planned Behavior* dijelaskan oleh Ajzen dan merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Dalam Fuadi, teori ini menjelaskan bahwa

---

<sup>78</sup> Milenia, S. R. (2022). Pengaruh Reputasi Dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

<sup>79</sup> Rita, R., & Pandaleke, D. O. (2021). Pengaruh Service Quality dan Service Value terhadap Customer Satisfaction serta Dampaknya pada Behavior Intention. *Jurnal Perspektif Manajerial dan Kewirausahaan (JPMK)*, 2(1), 75-89.

<sup>80</sup> Pertiwi, H. (2021). Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Switching Behavior Nasabah diluar Pengguna BSI.

terdapat 3 faktor yang dapat memberikan pengaruh pada niat berperilaku konsumen, yaitu sikap, norma subjektif, dan dipengaruhi dari adanya kontrol perilaku. Faktor sikap diartikan sebagai perilaku seseorang akibat adanya nilai positif atau negatif dari hasil evaluasi dan pemahaman dari suatu objek. Faktor norma subjektif diartikan keputusan berperilaku yang diambil akibat adanya pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang terdekat. Faktor kontrol perilaku diartikan sebagai keputusan individu berdasarkan pengalaman dan hasil pertimbangan dari baik atau buruknya suatu objek.<sup>81</sup> Berdasarkan faktor-faktor tersebut service quality diadaptasi sebagai faktor kontrol perilaku, sharia compliance sebagai norma subjektif, dan switching behavior sebagai faktor sikap. Perilaku berpindahnya nasabah dari bank konvensional ke bank syariah tentunya berdasarkan hasil pemahaman serta evaluasi terhadap bank syariah. Dari banyaknya faktor yang dapat mendorong nasabah beralih, penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu service quality dan sharia compliance. Kedua faktor tersebut dapat memberikan banyak dampak positif yang bisa mempengaruhi nasabah beralih dari bank konvensional ke bank syariah.

Penelitian dari Ani'matul Barizah menjelaskan bahwa hasil dari uji simultan menunjukkan variabel pengetahuan, religiusitas, *service quality*, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.<sup>82</sup> Dari penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

**H3: *Service quality* dan *sharia compliance* berpengaruh terhadap *switching behavior***

---

<sup>81</sup> Fuadi, N. F. Z. (2013). Intensi Nasabah Bank Syariah Untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Indonesia (BWI): Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta Pusat. Universitas Indonesia.

<sup>82</sup> Barizah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kcp Rembang Sudirman).

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Metode penelitian kuantitatif merupakan penyajian data yang menggunakan angka dan analisisnya menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif dijelaskan sebagai metode yang berasal dari filsafat positivisme, penerapannya digunakan untuk menguji terhadap populasi dan sampel yang telah ditentukan, data yang telah terkumpul melalui instrumen penelitian yang kemudian dianalisis datanya yang memiliki sifat kuantitatif atau statistik, dan tujuan penelitian ini untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.<sup>83</sup>

### 3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder:

#### 3.2.1 Data Primer

Data primer (*primary data*) yaitu data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian baik dengan wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang diberikan oleh peneliti.<sup>84</sup> Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari 100 responden yang merupakan nasabah bank syariah di wilayah Tegal.

#### 3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder (*secondary data*) yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung. Data ini didapatkan dari pengumpulan data dokumentasi ataupun studi dari sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian.<sup>85</sup> Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan dokumen, jurnal, hasil penelitian sebelumnya, dan website resmi yang dapat mendukung informasi penelitian.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian yang memiliki kualitas dan karakteristik yang sama. Dari obyek/subyek ini kemudian dipelajari dan diambil

---

<sup>83</sup> Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,” *Alfabeta, Bandung*, 2016.

<sup>84</sup> Syafrizal Helmi, Analisis Data, 2021, <https://www.researchgate.net/publication/353072388>.

<sup>85</sup> Ibid.

kesimpulan oleh peneliti.<sup>86</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah bank syariah di wilayah Tegal yang pernah menjadi nasabah bank konvensional.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, dimana karakteristiknya dapat mewakili dari jumlah populasi. Jika populasi memiliki jumlah yang besar dan peneliti tidak dapat meneliti keseluruhan karna adanya keterbatasan, maka dapat menggunakan sampel untuk kemudian diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar dapat mewakili.

Untuk mendapatkan sampel diperlukan adanya teknik sampling. Dalam penelitian ini jenis sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dan teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang dipilih sesuai dengan kriteria tertentu. Teknik *purposive sampling* digunakan karena dari seluruh populasi tidak bisa menjadi sampel. Sampel yang nantinya dipilih menjadi responden untuk penelitian memiliki kriteria tertentu yang telah ditetapkan, yaitu:

1. Responden beragama Islam
2. Responden minimal berusia 18 tahun.
3. Responden adalah berdomisili Kabupaten/Kota Tegal.
4. Responden pernah menggunakan perbankan konvensional dan beralih menggunakan perbankan syariah.

Akibat jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga, peneliti menggunakan rumus Lemeshow. Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang representative sehingga hasilnya dapat direalisasikan.<sup>87</sup>

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0.5

d = Alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Jumlah sampel yang dapat diambil dengan rumus tersebut yaitu :

---

<sup>86</sup> Kuantitatif, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D."

<sup>87</sup> Kuantitatif.

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2) 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan diatas mendapat hasil sebesar 96,04 sampel yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel pengambilan responden agar nantinya hasil dapat lebih akurat.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas dan hasil dari penelitian dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara yang tepat. Pengumpulan data dilakukan dari segi setting, sumber, dan cara. Dilihat dari segi cara atau tekniknya digunakan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan dari ketiganya.

Dalam penelitian ini tekniknya menggunakan kuesioner yang nantinya akan dibagikan kepada nasabah bank syariah di wilayah Kabupaten/Kota Tegal yang pernah menjadi nasabah bank konvensional. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden dan bisa dilakukan secara langsung ataupun online.<sup>88</sup>

### 3.5 Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari suatu obyek/subyek yang ditetapkan peneliti untuk kemudian diambil kesimpulan. Variabel penelitian terbagi menjadi dua, yaitu :

- a) Variabel Independen (variabel bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab dari variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu *Service Quality* (X1) dan *Sharia Compliance* (X2).

---

<sup>88</sup> Kuantitatif.

- b) Variabel Dependen (variabel terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu *Switching Behavior* (Y).

### 3.5.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah suatu kesepakatan yang memiliki fungsi sebagai patokan untuk menentukan panjang atau pendek dari interval suatu alat ukur sehingga dapat memberikan data kuantitatif saat melakukan pengukuran.

Penelitian ini menggunakan skala likert dalam pengukuran tiap variabelnya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena.

Berikut ini skala likert dengan 5 tingkat skala skor :

- Sangat Setuju (SS)                            memuat skor senilai 5
- Setuju (S)                                         memuat skor senilai 4
- Netral (N)                                         memuat skor senilai 3
- Tidak Setuju (TS)                               memuat skor senilai 2
- Sangat Tidak Setuju (STS)                   memuat skor senilai 1

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, guna mengetahui lebih jelas dari tujuan penelitian yang akan dibahas maka perlu dijelaskan beberapa istilah di bawah ini:

**Tabel 3. 1**

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Service Quality (X1)	Menurut Gronroos dalam penelitian Novi Kurnia Cahyani kualitas pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang terjadi antara konsumen dengan pihak pemberi jasa dengan tujuan	1. Reliability (keandalan) 2. Responsiveness (ketanggapan) 3. Tangible (bukti fisik) 4. Assurance (jaminan dan kepastian)	Diukur menggunakan skala likert

	dapat memberikan solusi terbaik bagi pelanggan. Menurut Kotler, kualitas harus diawali dari apa yang dibutuhkan pelanggan dan diakhiri dengan persepsi dari pelanggan karena yang wajib menilai baik atau tidaknya kualitas dari pelayanan yang diberikan hanya pelanggan.	5. Empathy (perhatian) <sup>89</sup>	
Sharia Compliance (X2)	Sharia compliance adalah tanggapan dan kemampuan nasabah bank syariah dalam melakukan transaksi sesuai dengan syariat dan prinsip Islam.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akad hukum Islam, nasabah memilih beralih ke bank syariah karena ingin melakukan transaksi sesuai akad hukum Islam.</li> <li>2. Menghindari Riba, nasabah beralih ke bank syariah karena ingin menghindari riba dalam setiap transaksi.</li> <li>3. Menghindari Gharar, nasabah beralih ke bank syariah karena ingin menghindari</li> </ol>	Diukur menggunakan skala likert

<sup>89</sup> Cahyani, N. K. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).



		<p>unsur gharar atau ketidakpastian dalam pelayanannya.</p> <p>4. Produk dan layanan Islam, nasabah beralih ke bank syariah karena ingin menggunakan produk dan layanan Islam.<sup>90</sup></p>	
Switching Behavior (Y)	<p>Switching behavior adalah aktivitas beralihnya nasabah dari penyedia layanan yang telah digunakan dengan penyedia yang lain. Dalam penelitian ini switching behavior dimaksudkan suatu perilaku dari nasabah yang beralih yang awalnya menjadi nasabah dari bank konvensional menjadi nasabah bank syariah.</p>	<p>1. Komitmen nasabah, dapat diartikan sebagai kesadaran nasabah saat melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah.</p> <p>2. Aspek konatif, dapat diartikan bahwa nasabah melakukan perpindahan karena ingin mengatasi permasalahan produk sebelumnya.</p> <p>3. Norma subjektif, dapat diartikan bahwa nasabah akan memberikan</p>	<p>Diukur menggunakan skala likert</p>

<sup>90</sup> Milenia, S. R. (2022). Pengaruh Reputasi Dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

		<p>rekomendasi kepada orang lain tentang bank syariah.</p> <p>4. Loyalitas nasabah, dapat diartikan bahwa nasabah akan setia dan tetap bertahan untuk menggunakan layanan perbankan syariah setelah beralih.<sup>91</sup></p>	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Deskriptif Data

Teknik yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan uji instrumen penelitian yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini juga menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji t (uji parsial) dan uji f (uji simultan) serta melakukan pengukuran koefisien determinan ( $R^2$ ).

#### 3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

##### 3.7.2.1 Uji Validitas

Uji validitas diaplikasikan untuk mengukur kevalidan dari kuesioner yang telah ditentukan. Instrumen yang valid tentunya dikarenakan oleh penggunaan alat ukur yang valid pula. Valid diartikan bahwa kuesioner atau instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur suatu hal yang diukur.<sup>92</sup> Validitas dibedakan menjadi dua yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total faktor. Sedangkan vaktor item dilakukan dengan adanya korelasi dengan item total. Hasil perhitungan dari korelasi akan menghasilkan suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk

<sup>91</sup> Ibid.

<sup>92</sup> Kuantitatif, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D."

mengukur tingkat validasi dan menentukan kelayakan dari suatu item. Teknik pengujian SPSS biasanya digunakan untuk uji validitas dengan korelasi *Bivariate Pearson* dan *Corrected Item-Total Correlation*. Untuk menganalisis item dalam penelitian ini dilakukan korelasi *Pearson* dengan mengkorelasikan masing skor item dengan skor total. Nilai  $r$  hitung dicocokkan dengan  $r$  tabel *product moment* pada taraf signifikan 5%.<sup>93</sup>

- Jika nilai  $r_{hitung} >$  nilai  $r_{tabel}$  dapat diartikan bahwa instrumen penelitian dinyatakan valid.
- Jika nilai  $r_{hitung} <$  nilai  $r_{tabel}$  dapat diartikan bahwa instrumen penelitian dinyatakan tidak valid.

### 3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah nilai yang menandakan seberapa konsisten data dari hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Penerapan uji reliabilitas untuk menentukan seberapa kuat korelasi dari keseluruhan pertanyaan atau pernyataan yang tertuang dalam kuesioner. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ ), jika nilai *cronbach alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,60$  maka dinyatakan reliabel.<sup>94</sup>

## 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

### 3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui residual yang normal atau tidak dengan model regresi. Jika suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak berdistribusi normal.<sup>95</sup>

Alternatif lain untuk uji normalitas adalah menggunakan metode Monte Carlo, yang dikembangkan secara sistematis dengan memanfaatkan bilangan acak. Tujuan

---

<sup>93</sup> Nama, "MODUL III: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS," 2018.

<sup>94</sup> Sigit Hermawan and Amirullah Amirullah, "Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif" (Media Nusa Creative, 2016).

<sup>95</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).

dari metode Monte Carlo ini adalah untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak berdasarkan sampel dengan nilai acak atau nilai yang terlalu ekstrem.

### 3.7.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas untuk menguji apakah adanya korelasi yang tinggi antara variabel independen (X) atau tidak. Metode uji multikolonieritas dengan melihat nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel independen terhadap variabel dependen.

- Jika nilai  $VIF \leq 10$  atau nilai  $TOL \geq 0,10$  maka dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.
- Jika nilai  $VIF > 10$  atau nilai  $TOL < 0,10$  maka dinyatakan terjadi multikolonieritas.<sup>96</sup>

### 3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah terdapat variabel yang tidak sama dalam suatu model regresi. Penelitian ini menggunakan model *glejser*. Metode *Glejser* dapat meregresikan kedua variabel bebas terhadap nilai mutlak pada residualnya. Gejala heteroskedastisitas dapat ditunjukkan ketika variabel independen memiliki signifikan terhadap nilai mutlak residual.

- Jika nilai signifikan  $\geq 0,05$  maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data terjadi heteroskedastisitas.<sup>97</sup>

### 3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah regresi yang memuat satu variabel dependen dan variabel independen lebih dari satu. Regresi berganda berguna untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel maupun variabel dependen dengan variabel independen. Model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + b_1x + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Switching Behavior

---

<sup>96</sup> Ghozali. 2006.

<sup>97</sup> Ghozali. 2006.

- $\alpha$  = Konstanta
- $b$  = Koefisien Regresi
- $x_1$  = Service Quality
- $x_2$  = Sharia Compliance
- $e$  = Standar error

### 3.7.5 Uji Hipotesis

#### 3.7.5.1 Uji t (Analisis Parsial)

Uji T merupakan uji untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial baik yang signifikan ataupun yang tidak dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dapat diamati dari nilai  $t_{hitung}$ , jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima.<sup>98</sup> Tingkat signifikan yang ditentukan yaitu 0,05.

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel X tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

#### 3.7.5.2 Uji f (Analisis Simultan)

Uji F bertujuan mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan dengan tingkat signifikansi  $\alpha=5\%$  (0,05) untuk pengujian simultan. Dapat disimpulkan dengan kriteria sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi uji F  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Apabila nilai signifikansi uji F  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

#### 3.7.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Dapat dijelaskan bahwa jika nilai  $R^2$  mendekati angka satu maka variabel independen semakin mampu memprediksi variabel dependen. Apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati angka nol maka dapat diartikan bahwa variabel independen tidak dapat mendeskripsikan variabel dependen.

---

<sup>98</sup> Hermawan and Amirullah, "Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif."

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

##### 4.1.1 Profil Kota dan Kabupaten Tegal

Kota Tegal adalah salah satu daerah yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Kota ini terletak pada bagian ujung barat dan berada di pantai utara pulau Jawa. Wilayah Kota Tegal pada bagian Timur dan Selatan berbatasan dengan Kabupaten Tegal, bagian Barat berbatasan dengan Kabupaten Brebes sedangkan pada bagian Utara berbatasan dengan Laut Jawa. Wilayah Kota Tegal memiliki luas 39,14 km<sup>2</sup> sekitar 0,12 % dari luas Jawa Tengah. Kota Tegal memiliki 4 kecamatan dan 27 kelurahan.<sup>99</sup>

Kabupaten Tegal merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah dengan ibukota Slawi. Jarak Kabupaten Tegal dengan Kota Tegal sekitar 14 km. Kabupaten Tegal berbatasan dengan Kota Tegal dan Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Pemalang di sebelah timur, Kabupaten Banyumas di sebelah selatan, serta Kabupaten Brebes di sebelah selatan dan barat. Kabupaten Tegal memiliki 18 kecamatan yang terbagi atas beberapa desa dan kelurahan. Pusat pemerintahan Kabupaten Tegal berada di Kecamatan Slawi.<sup>100</sup>

Badan Pusat Statistik Kota Tegal menunjukkan jumlah penduduk Kota Tegal 2024 yaitu sebanyak 285.843 jiwa dan menurut Disdukcapil jumlah penduduk di Kabupaten Tegal sebanyak 1.704.700 jiwa. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (BPS) Kabupaten Tegal dan Kota Tegal masyarakat yang beragama Islam sebanyak 1.696.764 jiwa atau sekitar 99,53% untuk wilayah kabupaten Tegal dan untuk Kota Tegal sekitar 99,10%.

Penduduk Kota Tegal memiliki jumlah yang relatif kecil dibandingkan dengan jumlah penduduk Kabupaten/Kota lain di Jawa Tengah. Populasi penduduk Kota Tegal berada di posisi ketiga populasi paling rendah pada Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah penduduk pada tahun 2023 yaitu 282,78 ribu jiwa. Sedangkan untuk penduduk yang paling banyak di Jawa Tengah yaitu di Kabupaten Brebes sejumlah 2,043 juta penduduk.

---

<sup>99</sup> BPS Kota Tegal, Kota Tegal Dalam Angka 2023/2024, Volume 45 (Kota Tegal, BPS Kota Tegal,2024), hal. 7.

<sup>100</sup> Tegalkab.go.id, "Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal," tegalkab.go.id, accessed September 4, 2024, <https://tegalkab.go.id/>.

Wilayah Tegal memiliki lembaga keuangan perbankan dan non bank serta terbagi menjadi bank konvensional dan bank syariah guna membantu kelancaran perekonomian daerah. Bank konvensional di Kota/Kabupaten Tegal yaitu Bank Mandiri, Bank UOB Indonesia, Bank Danamon, Bank Mega, Bank BNI, Bank BPD DIY, Bank OCBC, Bank BJB, Bank Cimb Niaga, BTN, Bank Bukopin, Bank BCA, Bank Sinarmas, Bank BRI, Panin Bank, BPR Nusamba, Bank Jateng, dsb. Sedangkan untuk perbankan syariah di Kota/Kabupaten Tegal meliputi Bank Syariah Indonesia, Bank Jateng Syariah, Bank Muamalat, Bank BTPN Syariah, dsb.<sup>101</sup>

#### **4.1.2 Visi dan Misi Kota Tegal**

##### **4.1.2.1 Visi Kota Tegal**

“Terwujudnya Pemerintahan yang Berdedikasi Menuju Kota Tegal yang Bersih, Demokratis, Disiplin, dan Inovatif”

##### **4.1.2.2 Misi Kota Tegal**

1. Mewujudkan Pemerintahan yang Bersih, Profesional, Akuntabel, Berwibawah dan Inovatif, Berbasis Teknologi Informasi.
2. Menciptakan atmosfir kehidupan Kota Tegal yang lebih agamis, aman, kreatif, berbudaya, demokrasi, Melindungi hak-hak anak dan perempuan untuk kesetaraan serta keadilan gender.
3. Meningkatkan pembangunan dibidang pendidikan, kesehatan, kesahtraan pekerja dan masyarakat tidak mampu.
4. Meningkatkan infrastruktur, transportasi publik, lingkungan hidup yang bersih dan sehat serta pembangunan berkelanjutan yang berorientasi pada energi terbarukan.
5. Meningkatkan Kepariwisataaan, investasi dan daya saing daerah serta mengembangkan ekonomi kerakyatan dan Ekonomi Kreatif.
6. Mengoptimalkan peran pemuda, pembinaan olah raga dan seni budaya.<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> ACS, “Tegal-Katalog Bank,” accessed August 31, 2024, <https://id.statex.info/city/129402>.

<sup>102</sup> Zaqi, “Pemerintah Kota Tegal,” March 25, 2019, <https://www.tegalkota.go.id/v2/index.php?lang=id>.

### **4.1.3 Visi dan Misi Kabupaten Tegal**

#### **4.1.3.1 Visi Kabupaten Tegal**

“Terwujudnya Masyarakat Kabupaten Tegal yang Sejahtera, Mandiri, Unggul, Berbudaya, dan Berakhlak Mulia”

#### **4.1.3.2 Misi Kabupaten Tegal**

1. Mewujudkan pemerintahan yang bersih, terbuka, akuntabel, dan efektif melayani rakyat.
2. Memperkuat daya saing melalui pembangunan infrastruktur yang handal, berkualitas, dan terintegrasi serta berwawasan lingkungan.
3. Membangun perekonomian rakyat yang kokoh, maju, berkeadilan, dan berkelanjutan.
4. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia melalui penguatan layanan bidang pendidikan, kesehatan, dan sosial dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Menciptakan tata kehidupan masyarakat yang tertib, aman, tentram, dan nyaman dengan tetap menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya serta kearifan lokal.<sup>103</sup>

## **4.2 Deskripsi Data Responden**

Data responden dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti kepada masyarakat Tegal menggunakan Google Form berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan. Adapun karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian terdiri dari usia, alamat, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, layanan bank syariah yang digunakan, dan lama menjadi nasabah bank syariah.

### **4.2.1 Karakteristik Menurut Usia**

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menunjukkan karakteristik pada usia responden sebagai berikut:

---

<sup>103</sup> Tegalkab.go.id, “Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal.”



**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Menurut Usia**

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 tahun	46	46.0	46.0	46.0
	26-35 tahun	19	19.0	19.0	65.0
	36-45 tahun	19	19.0	19.0	84.0
	46-55 tahun	15	15.0	15.0	99.0
	56-65 tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan dari tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa usia dari responden dalam penelitian ini kebanyakan memiliki usia 18-25 tahun sejumlah 46 orang (46%), urutan kedua para responden yang berusia 26-35 tahun dan 36-45 tahun dengan jumlah masing-masing 19 orang (19%), urutan ketiga ada pada responden yang berusia 46-55 tahun yaitu sejumlah 15 orang (15%), dan urutan terakhir ada pada responden yang berusia 56-65 tahun sejumlah 1 orang (1%).

#### 4.2.2 Karakteristik Menurut Alamat Domisili

Penelitian ini menggunakan responden yang berdomisili di wilayah Tegal, terbagi menjadi 2 yaitu Kota Tegal dan 18 Kecamatan yang ada di Kabupaten Tegal. Hasil penelitian yang telah dilaksanakan peneliti menunjukkan karakteristik pada alamat domisili responden sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Menurut Alamat Domisili**

Alamat Domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kota Tegal	18	18.0	18.0	18.0
	Adiwerna	45	45.0	45.0	63.0
	Balapulang	3	3.0	3.0	66.0

Bojong	1	1.0	1.0	67.0
Bumijawa	1	1.0	1.0	68.0
Dukuhturi	5	5.0	5.0	73.0
Dukuhwaru	2	2.0	2.0	75.0
Jatinegara	1	1.0	1.0	76.0
Lebaksiu	1	1.0	1.0	77.0
Margasari	5	5.0	5.0	82.0
Pagerbarang	2	2.0	2.0	84.0
Pangkah	4	4.0	4.0	88.0
Slawi	5	5.0	5.0	93.0
Suradadi	1	1.0	1.0	94.0
Talang	4	4.0	4.0	98.0
Tarub	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Bersumber dari Tabel 4.2 disimpulkan bahwa dari 100 responden wilayah Tegal didominasi oleh 45 responden (45%) yang berasal dari Kecamatan Adiwerna. Adapun responden yang lain berasal dari berbagai kecamatan lainnya yaitu dari Kota Tegal terdapat 18 responden (18%), dari kecamatan Dukuhturi, Kecamatan Margasari, dan Kecamatan Slawi terdapat masing-masing 5 responden (5%), dari Kecamatan Pangkah dan Kecamatan Talang terdapat masing-masing 4 responden (4%), dari Kecamatan Balapulang terdapat 3 responden (3%), dari Kecamatan Dukuhwaru, Kecamatan Pagerbarang, dan Kecamatan Tarub terdapat masing-masing 2 responden (2%), dari Kecamatan Bojong, Kecamatan Bumijawa, Kecamatan Jatinegara, Kecamatan Lebaksiu, dan Kecamatan Suradadi terdapat masing-masing 1 responden (1%) serta 2 kecamatan di Kabupaten Tegal 0 responden. Data tersebut menunjukkan bahwa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti didominasi oleh responden yang berasal dari Kecamatan Adiwerna. Hal ini sejalan dengan Kecamatan Adiwerna merupakan kecamatan yang paling banyak penduduknya yaitu 139.469 jiwa dan masyarakat di Kecamatan Adiwerna yang beragama Islam sejumlah 110.606 jiwa.

#### 4.2.3 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan, berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	17.0	17.0	17.0
	Perempuan	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Pada Tabel 4.3 mengungkapkan bahwa dari 100 responden terdapat 17 responden dengan persentase 17% berjenis kelamin laki-laki dan 83 responden dengan persentase 83% berjenis kelamin perempuan. Hal ini menjelaskan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dalam penelitian ini dibandingkan dengan responden laki-laki.

#### 4.2.4 Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir

Penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan terakhir. Berikut karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir:

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SMP	8	8.0	8.0	8.0
	SMA	40	40.0	40.0	48.0
	Diploma	4	4.0	4.0	52.0
	Sarjana	47	47.0	47.0	99.0
	S2/S3	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden didominasi oleh Sarjana sebagai pendidikan terakhir dengan sejumlah 47 responden (47%). Kemudian diurutan kedua, responden dengan pendidikan terakhir SMA yaitu sejumlah 40 responden (40%), pendidikan terakhir SD/SMP dengan sejumlah 8 responden (8%), pendidikan terakhir diploma dengan sejumlah 4 responden (4%), dan terakhir dengan responden yang berpendidikan S2/S3 sejumlah 1 responden (1%).

#### 4.2.5 Karakteristik Menurut Pekerjaan

Penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan pekerjaan. Berikut data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:

**Tabel 4. 5**  
**Karakteristik Manurut Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Bekerja	1	1.0	1.0	1.0
	Pelajar/Mahasiswa	22	22.0	22.0	23.0
	Guru	10	10.0	10.0	33.0
	Karyawan Swasta	25	25.0	25.0	58.0
	PNS	6	6.0	6.0	64.0
	Wirausaha	21	21.0	21.0	85.0
	IRT	11	11.0	11.0	96.0
	ASN	1	1.0	1.0	97.0
	Dagang	1	1.0	1.0	98.0
	PPPK	1	1.0	1.0	99.0
	Freelance	1	1.0	1.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan karakteristik 100 responden dari pekerjaannya yang didominasi karyawan swasta dengan jumlah responden sebanyak 25 dengan persentase 25%, diurutan kedua yaitu masih pelajar/mahasiswa dengan responden sejumlah 22, dalam bidang wirausaha dengan responden sejumlah 21, profesi guru dengan

responden sebanyak 10 dengan persentase 10%, sebagai IRT sebanyak 11 responden dengan persentase 11%, sebagai PNS sebanyak 6 responden dengan persentase 6%, kemudian untuk pekerjaan sebagai ASN, dagang, PPPK, freelance, dan yang belum bekerja dengan masing-masing 1 responden. Dari data tersebut responden dalam penelitian ini lebih banyak bekerja sebagai karyawan swasta, wirausaha, dan sebagai pelajar/mahasiswa, hal ini sesuai dengan usia dan pendidikan terakhir yang paling banyak yaitu usia 18-25 tahun yang dimana diusia tersebut masih pelajar di SMA ataupun mahasiswa.

#### 4.2.6 Karakteristik Menurut Layanan Bank Syariah yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan responden yang memiliki kriteria sebagai pengguna bank syariah. Di Indonesia terdapat 14 Bank Umum Syariah, 19 Unit Usaha Syariah, dan 173 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Berikut data karakteristik responden berdasarkan layanan bank syariah yang digunakan:

**Tabel 4. 6**

**Karakteristik Manurut Layanan Bank Syariah yang Digunakan**

Layanan Bank Syariah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Syariah Indonesia (BSI)	78	78.0	78.0	78.0
	Bank Muamalat Indonesia	2	2.0	2.0	80.0
	Bank Jateng Syariah	13	13.0	13.0	93.0
	BTPN Syariah	6	6.0	6.0	99.0
	BTN Syariah	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 100 responden dalam penelitian menggunakan layanan bank syariah yang dimana kebanyakan dari mereka menggunakan Bank Syariah Indonesia sejumlah 78 responden dengan persentase 78%, kemudian pengguna dari Bank Jateng Syariah sejumlah 13 responden dengan persentase 13%, pengguna dari BTPN Syariah sejumlah 6 responden dengan persentase 6%, pengguna Bank

Muamalat Indonesia sejumlah 2 responden dengan persentase 2%, dan terakhir pengguna dari BTN Syariah sejumlah 1 responden dengan persentase 1%. Dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia lebih banyak digunakan, dikarenakan Bank Syariah Indonesia adalah hasil dari merger 3 bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah sehingga menjadi salah satu alasan BSI mendapat banyak kepercayaan dan memiliki reputasi yang baik dari nasabah.

#### 4.2.7 Karakteristik Menurut Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah

Penelitian ini melibatkan responden dengan kriteria berdasarkan seberapa lama menjadi nasabah dari bank syariah. Berikut data responden menurut lama menjadi nasabah bank syariah:

**Tabel 4. 7**

#### **Karakteristik Menurut Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah**

		<b>Lama Menjadi Bank Syariah</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	50	50.0	50.0	50.0
	1-2 tahun	21	21.0	21.0	71.0
	> 2 tahun	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa 100 responden dalam penelitian ini telah menggunakan layanan bank syariah selama <1 tahun sebanyak 50 responden dengan persentase 50%, responden yang menggunakan bank syariah selama 1-2 tahun sebanyak 21 responden dengan persentase 21%, dan responden yang menggunakan bank syariah selama lebih dari 2 tahun sebanyak 29 responden dengan persentase 29%.

### 4.3 Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan untuk mengukur kevalidan dari kuesioner yang telah ditentukan. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian yaitu Korelasi *Pearson* dengan nilai signifikan 5% (0,05). Suatu pernyataan dikatakan valid jika

nilai  $r_{hitung} >$  nilai  $r_{tabel}$  maka pernyataan dikatakan valid, begitupun sebaliknya. Penentuan  $r_{tabel}$  dapat menggunakan rumus  $df = n-2$ , dengan n sejumlah 100 responden.

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Nilai untuk  $r_{tabel} = 98$  dengan nilai nilai sig 0,05 yaitu 0,196. Hasil uji validitas yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Uji Validitas**

Variabel	Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Keterangan
Service Quality (X1)	Instrumen 1	0,801	0,196	Valid
	Instrumen 2	0,792	0,196	Valid
	Instrumen 3	0,837	0,196	Valid
	Instrumen 4	0,861	0,196	Valid
	Instrumen 5	0,794	0,196	Valid
	Instrumen 6	0,762	0,196	Valid
	Instrumen 7	0,795	0,196	Valid
	Instrumen 8	0,826	0,196	Valid
	Instrumen 9	0,778	0,196	Valid
	Instrumen 10	0,846	0,196	Valid
Sharia Compliance (X2)	Instrumen 1	0,813	0,196	Valid
	Instrumen 2	0,876	0,196	Valid
	Instrumen 3	0,823	0,196	Valid
	Instrumen 4	0,889	0,196	Valid
	Instrumen 5	0,836	0,196	Valid
	Instrumen 6	0,852	0,196	Valid
	Instrumen 7	0,886	0,196	Valid
	Instrumen 8	0,848	0,196	Valid
	Instrumen 1	0,667	0,196	Valid

Switching Behavior (Y)	Instrumen 2	0,735	0,196	Valid
	Instrumen 3	0,815	0,196	Valid
	Instrumen 4	0,812	0,196	Valid
	Instrumen 5	0,844	0,196	Valid
	Instrumen 6	0,844	0,196	Valid
	Instrumen 7	0,826	0,196	Valid
	Instrumen 8	0,713	0,196	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen pernyataan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid. Dapat dilihat dari setiap instrumen memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai signifikansi 0,05 sehingga seluruh instrumen pernyataan dapat digunakan pada penelitian.

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk melihat seberapa konsisten data dari hasil kuesioner yang telah dijawab responden, jika pernyataan konsisten maka dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Data dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Berikut data yang telah diuji reliabilitas:

**Tabel 4.9**

#### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Service Quality (X1)	0,939	0,60	Reliabel
Sharia Compliance (X2)	0,946	0,60	Reliabel
Switching Behavior (Y)	0,907	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel *Service Quality* (X1), *Sharia Compliance* (X2), dan *Switching Behavior* (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Variabel X1 dengan nilai  $0,939 > 0,60$ , variabel X2 dengan nilai  $0,946 > 0,60$ , dan variabel Y dengan nilai  $0,907 > 0,60$ . Dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dari kuesioner dapat dipercaya dan diandalkan sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.



### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak dengan model regresi. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan metode *Monte Carlo*. Metode ini menggunakan pengembangan yang sistematis dengan memanfaatkan bilangan acak. Tujuan digunakannya metode ini untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak dari sampel yang bernilai acak. Data disebut normal jika nilai sig > 0,05 begitu juga sebaliknya.

**Tabel 4. 10**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.58347966	
Most Extreme Differences	Absolute	.093	
	Positive	.068	
	Negative	-.093	
Test Statistic		.093	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.032 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.332 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.320
		Upper Bound	.344
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan nilai sig 0,332 > 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa nilai residual memiliki sifat normal sehingga model regresi dapat diterapkan karena terpenuhinya kriteria uji normalitas yaitu memiliki nilai sig > 0,05.

#### 4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya. Model regresi dapat dinyatakan baik ketika tidak terjadi korelasi antar variabel bebas dapat dengan melihat nilai VIF dan nilai TOL. Jika nilai VIF < 10 dan nilai TOL > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas, begitu juga sebaliknya.

**Tabel 4. 11**

#### **Uji Multikolinieritas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
<b>Model</b>		<b>Collinearity Statistics</b>	
		<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
1	Service Quality	.348	2.873
	Sharia	.348	2.873
	Compliance		
a. Dependent Variable: Switching Behavior			

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Pada Tabel 4.11 menunjukkan nilai *tolerance* untuk variabel *Service Quality* (X1) yaitu 0,348 dan nilai VIF yaitu 2,873 dan nilai *tolerance* untuk variabel *Sharia Compliance* (X2) yaitu 0,348 dan untuk nilai VIF yaitu 2,873. Seluruh variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat variabel yang tidak sama dalam suatu model regresi. Penelitian ini menggunakan metode *Glejser* dengan melihat nilai sig > 0,05 maka akan dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 12**  
**Uji Heteroskedastisitas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.200	1.300		.153	.878
	Service Quality	.059	.051	.197	1.158	.250
	Sharia Compliance	-.020	.062	-.056	-.327	.744
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Pada Tabel 4.12 menyatakan nilai signifikan pada variabel *Service Quality* (X1) sebesar 0,250 dan nilai signifikansi pada variabel *Sharia Compliance* (X2) yaitu 0,744. Keseluruhan dari variabel independen memiliki nilai signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diterapkan guna mengukur kekuatan hubungan antar variabel dan sekaligus dapat mengamati pengaruh secara parsial dan simultan pada setiap variabel.

**Tabel 4. 13**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.450	2.039		1.692	.094
	Service Quality	.332	.079	.416	4.188	.000
	Sharia Compliance	.432	.097	.443	4.456	.000

a. Dependent Variable: Switching Behavior

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda terbentuk sebagai berikut:

$$Y = 3,450 + 0,332x_1 + 0,432x_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

a. Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta positif sebesar 3,450 pada regresi ini menunjukkan bahwa nilai variabel *Switching behavior* adalah sebesar 3,450 jika variabel *service quality* dan *sharia compliance* tetap ( $X_1$  dan  $X_2$  adalah 0).

b. *Service Quality* ( $X_1$ ) terhadap *Switching Behavior* ( $Y$ )

Koefisien regresi pada variabel *service quality* memiliki nilai positif sebesar 0,332. Hal ini menunjukkan bahwa *service quality* mengalami kenaikan satu satuan maka *switching behavior* akan turut meningkat sebesar 0,332 dengan anggapan bahwa variabel independen lainnya dari regresi adalah tetap. Hal tersebut menunjukkan bahwa *service quality* berkontribusi secara positif terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal. Semakin baik *service quality* yang diberikan perbankan syariah kepada nasabah maka akan meningkatkan perilaku *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah.

c. *Sharia Compliance* ( $X_2$ ) terhadap *Switching Behavior* ( $Y$ )

Koefisien regresi pada variabel *sharia compliance* memiliki nilai positif sebesar 0,432. Hal ini menunjukkan bahwa *sharia compliance* mengalami kenaikan satu satuan maka *switching behavior* akan turut meningkat sebesar 0,432 dengan anggapan bahwa variabel independen lainnya dari regresi adalah tetap. Hal tersebut menunjukkan bahwa *sharia compliance* memberikan kontribusi positif terhadap perilaku *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di masyarakat Tegal. Semakin meningkat nilai *sharia compliance* pada bank syariah disetiap operasionalnya maka akan meningkatkan pula perilaku beralih nasabah dari bank konvensional ke bank syariah.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

##### 4.3.4.1 Uji t (Analisis Parsial)

Uji t merupakan uji untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial baik yang signifikan atau tidak dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dapat diamati dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima dengan tingkat signifikan 0,05 dan jumlah sampel adalah 100 responden. Dengan menerapkan rumus  $df = n - k$ . ( $n$ = jumlah sampel,  $k$ = jumlah variabel independen). Jadi  $df = (100-2) = 98$  maka diperoleh nilai  $t_{tabel} = 1,984$ . Berikut hasil uji t dalam penelitian ini:

**Tabel 4. 14**

##### Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.450	2.039		1.692	.094
Service Quality	.332	.079	.416	4.188	.000
Sharia Compliance	.432	.097	.443	4.456	.000

a. Dependent Variable: Switching Behavior

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Berdasarkan Table 4.14 dapat disimpulkan dari masing-masing variable sebagai berikut:

- a. Variabel bebas pertama yaitu variabel *service quality* (X1) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  yaitu 4,188, nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dan nilai sig senilai 0,00 dimana lebih kecil dari 0,05. Dapat diambil kesimpulan dengan melihat hasil tersebut bahwa H1 diterima dan dapat diartikan bahwa *service quality* memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal.
- b. Variabel bebas kedua yaitu variabel *sharia compliance* (X2) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  yaitu 4,456, nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dan nilai sig senilai 0,00 dimana lebih kecil dari 0,05. Dapat diambil kesimpulan dengan melihat hasil tersebut bahwa H2 diterima dan dapat diartikan bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal.

#### 4.3.4.2 Uji f (Analisis Simultan)

Uji f diterapkan guna mengetahui pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel dependen secara simultan dengan tingkat signifikansi 0,05 dan  $f_{hitung} > f_{tabel}$ . Untuk menentukan  $f_{tabel}$  dengan menghitung  $d1 = n - k$  dan  $d2 = n - k$  ( $k =$  jumlah seluruh variabel  $x$  dan  $y$ ,  $n =$  jumlah responden), maka  $d1 = 2$  dan  $d2 = 97$  sehingga  $f_{tabel}$  sebesar 3,09.

**Tabel 4. 15**

#### Uji Hipotesis (Uji f)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1321.598	2	660.799	97.005	.000 <sup>b</sup>
	Residual	660.762	97	6.812		
	Total	1982.360	99			
a. Dependent Variable: Switching Behavior						
b. Predictors: (Constant), Sharia Compliance, Service Quality						

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Dilihat dari Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 97,005 dengan nilai signifikan 0,000 dapat diartikan jika  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $97,005 > 3,09$  dan  $sig\ 0,00 < 0,05$ . Kesimpulannya yaitu kedua variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah.

#### 4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diterapkan guna menguji seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Nilai koefisien korelasi yaitu antara angka 0 dan 1, apabila nilainya mendekati angka 1 maka variabel independen semakin mampu memprediksi variabel dependen.

**Tabel 4. 16**

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.667	.660	2.60998
a. Predictors: (Constant), Sharia Compliance, Service Quality				

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2024

Dilihat dari Tabel 4.16 memperlihatkan dari hasil uji koefisien determinasi dengan nilai *adjust R square* yaitu 0,660. Maka bisa diambil kesimpulan bahwa variabel *service quality* (X1), *sharia compliance* (X2) secara simultan mampu mempengaruhi variabel *switching behavior* (Y) sebesar 66%. Sementara itu, sisanya yaitu 0,34 atau 34% dijabarkan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### 4.4 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

#### 4.4.1 Pengaruh *Service Quality* (X1) terhadap *Switching Behavior* (Y)

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi pada variabel *service quality* (X1) memiliki nilai 0,332. Maka dapat diartikan nilai *switching behavior* (Y) akan meningkat pula sebesar 0,332 atau persentasenya 33,2%, dapat disimpulkan jika *service quality* meningkat maka *switching*

*behavior* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah akan mengalami peningkatan pula. Berdasarkan hasil uji parsial ( $t$ ) menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,188, nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dan nilai sig sebesar 0,00 dimana lebih kecil dibandingkan 0,05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal.

Teori yang diterapkan dalam penelitian yaitu *Theory Planned of Behavior* (Teori Perilaku Terencana), melihat dari hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat 3 faktor yang bisa memberikan pengaruh pada niat individu berperilaku konsumen, yaitu sikap, norma subjektif, dan adanya pengaruh dari kontrol perilaku. Faktor sikap adalah perilaku seseorang dari adanya penilaian yang menimbulkan keuntungan atau tidak dari suatu objek. Faktor norma subjektif adalah adanya pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang terdekat yang menimbulkan adanya keputusan berperilaku. Faktor kontrol perilaku berdasarkan pengalaman dan hasil pertimbangan dari suatu objek yang kemudian memutuskan untuk melakukan suatu perilaku. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, *service quality* dapat diadaptasi sebagai faktor kontrol perilaku. Dengan adanya kualitas pelayanan yang maksimal mengakibatkan seseorang untuk mengambil suatu perilaku, seseorang mendapatkan pelayanan yang baik dari suatu perusahaan adalah suatu pengalaman yang sangat berkesan dan tentunya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam memutuskan suatu perilaku. Dalam penelitian ini, apabila perbankan syariah memberikan kualitas pelayanan yang baik tentu akan memberikan kepuasan dan dapat mempengaruhi pelanggan untuk mengambil keputusan melakukan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Muthmainah dan Muhammad Cholil menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan peralihan.<sup>104</sup> Penelitian dari Yuyun Yuningsih juga menjelaskan bahwa kinerja pelayanan

---

<sup>104</sup> Cholil, M. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(3), 125-136.



secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap upaya perpindahan nasabah.<sup>105</sup> Artinya semakin meingkatnya *service quality* dari perbankan syariah kepada nasabah ataupun calon nasabah maka akan tinggi pula perilaku *switching behavior* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah. Kualitas pelayanan yang diberikan perbankan kepada nasabahnya perlu ditingkatkan dan dijaga tiap harinya. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perbankan tergolong baik tentu akan mendapat respon dan *feedback* yang baik untuk perbankan dari para nasabah dan apabila nasabah tersebut merasa puas tentu saja mereka akan loyal dan merekomendasikan kepada orang lain untuk menikmati layanan yang berkualitas dari perbankan syariah. Pada penelitian ini masyarakat Tegal akan melakukan peralihan dari bank konvensional ke bank syariah dengan melihat kualitas pelayanan yang diberikan perbankan syariah. Pelayanan yang ramah dan dapat memberikan solusi yang tepat bagi nasabah tentu akan memberikan citra yang baik pada perusahaan. Pelayanan merupakan hal terpenting dalam industri jasa perbankan.

#### **4.4.2 Pengaruh *Sharia Compliance* (X2) terhadap *Switching Behavior* (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi pada variabel *sharia compliance* (X2) memiliki nilai 0,432. Maka dapat diartikan nilai *switching behavior* (Y) akan meningkat pula sebesar 0,432 atau persentasenya 43,2%, dapat disimpulkan jika *sharia compliance* meningkat maka *switching behavior* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah akan mengalami peningkatan pula. Berdasarkan hasil uji parsial (t) menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,456, nilai tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dan nilai sig sebesar 0,00 dimana lebih kecil dibandingkan 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal.

Teori yang diterapkan dalam penelitian yaitu *Theory Planned of Behavior* (Teori Perilaku Terencana), melihat dari hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat 3 faktor yang bisa

---

<sup>105</sup> Yuningsih, Y., Suryani, S., & Azim, M. F. (2022). Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Perwakilan (Kcp) Kota Serang. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1277-1284.

memberikan pengaruh pada niat individu berperilaku konsumen, yaitu sikap, norma subjektif, dan adanya pengaruh dari kontrol perilaku. Faktor sikap adalah perilaku seseorang dari adanya penilaian yang menimbulkan keuntungan atau tidak dari suatu objek. Faktor norma subjektif adalah adanya pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang terdekat yang menimbulkan adanya keputusan berperilaku. Faktor kontrol perilaku berdasarkan pengalaman dan hasil pertimbangan dari suatu objek yang kemudian memutuskan untuk melakukan suatu perilaku. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, *sharia compliance* dapat diadaptasi sebagai norma subjektif. Pengaruh sosial tentang adanya prinsip-prinsip Islam dalam perbankan tentu akan membuat seseorang akan melakukan perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, perbankan syariah dalam operasionalnya selalu mengikuti aturan dan memegang prinsip-prinsip Islam, misalnya dalam setiap transaksi pasti tidak adanya riba karena dalam Islam riba haram hukumnya. Dengan adanya pengaruh dari pihak perbankan serta adanya rekomendasi yang membuat seseorang semakin percaya dan yakin, hal ini dapat menjadi faktor pendorong nasabah untuk melakukan perpindahan ke bank syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Ahmed dan Mohiuddin dan Witjaksono yang menjelaskan bahwa *sharia compliance* berpengaruh secara signifikan pada niat nasabah berpindah.<sup>106</sup> Artinya semakin meningkat dan patuh dari *sharia compliance* yang diterapkan perbankan syariah pada setiap kegiatan operasionalnya maka akan tinggi pula perilaku berpindahannya nasabah ke bank syariah yang awalnya dari bank konvensional. Perbankan syariah harus mengikuti aturan hukum Islam yang telah ditetapkan pada setiap kegiatan operasionalnya. Setiap pegawai bank syariah harus mengikuti prinsip-prinsip Islam dan memastikan bahwa disetiap transaksi harus sesuai dengan prinsip dan akad Islam agar nasabah merasa yakin dengan pelayanan yang diberikan. Nasabah tidak perlu khawatir akan adanya riba, gharar, dan perbuatan yang dilarang oleh Islam, perbankan syariah tentunya diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Pada penelitian ini masyarakat Tegal akan melakukan peralihan ke bank syariah yang awalnya dari bank konvensional dengan prinsip-prinsip Islam yang diterapkan perbankan syariah serta keinginan untuk mengubah keuangannya menjadi keuangan syariah. Melihat banyaknya masyarakat Tegal yang

---

<sup>106</sup> Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K. M., & Azim, M. (2022). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1829-1842.

beragama Islam seharusnya menjadi peluang perbankan syariah dan memberikan dorongan kepada masyarakat untuk beralih ke perbankan syariah.

#### **4.4.3 Pengaruh *Service Quality* (X1) dan *Sharia Compliance* (X2) terhadap *Switching Behavior* (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 97,005 dengan nilai signifikan 0,000 dengan demikian  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $97,005 > 3,09$  dan  $sig\ 0,00 < 0,05$ . Dapat disimpulkan kedua variabel independen yaitu *service quality* (X1) dan *sharia compliance* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah. Apabila melihat nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,660. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *service quality* (X1), *sharia compliance* (X2) mempengaruhi variabel *switching behavior* (Y) sebesar 66% dan sisanya yaitu sebesar 34% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

Teori yang diterapkan dalam penelitian yaitu *Theory Planned of Behavior* (Teori Perilaku Terencana), melihat dari hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat 3 faktor yang bisa memberikan pengaruh pada niat individu berperilaku konsumen, yaitu sikap, norma subjektif, dan adanya pengaruh dari kontrol perilaku. Faktor sikap adalah perilaku seseorang dari adanya penilaian yang menimbulkan keuntungan atau tidak dari suatu objek. Faktor norma subjektif adalah adanya pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang terdekat yang menimbulkan adanya keputusan berperilaku. Faktor kontrol perilaku berdasarkan pengalaman dan hasil pertimbangan dari suatu objek yang kemudian memutuskan untuk melakukan suatu perilaku. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, *service quality* diadaptasi sebagai faktor kontrol perilaku, *sharia compliance* diadaptasi sebagai faktor norma subjektif, dan *switching behavior* diadaptasi sebagai faktor sikap. Seseorang memutuskan untuk melakukan suatu perilaku perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah setelah adanya penilaian atau pertimbangan dari bank syariah. Tentu saja banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang melakukan peralihan, dalam penelitian ini mengambil dua faktor yaitu dengan melihat kualitas pelayanan dan penerapan prinsip Islam dalam kegiatan operasionalnya. Kedua faktor ini memberikan banyak dampak positif yang

dapat mempengaruhi nasabah melakukan perilaku beralih dari bank konvensional ke bank syariah.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Ariska Putri Pamungkas menunjukkan bahwa Islamic e-service quality dan sikap religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap beralihnya nasabah dari bank konvensional.<sup>107</sup> Dengan demikian, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku *switching behavior* dipengaruhi oleh kedua faktor yaitu *service quality* dan *sharia compliance*. Pelayanan yang baik dari perbankan syariah tentu akan mendapat kesan dan pengalaman yang baik pada nasabah dan tentunya nasabah akan merasa puas. Apalagi dengan adanya kepatuhan nilai-nilai syariah yang diterapkan perbankan dalam kegiatan operasionalnya menjadikan masyarakat semakin tumbuh kepercayaan dan sebagai faktor pendorong akibat pengaruh sosial untuk melakukan perilaku beralih dari bank konvensional ke bank syariah.

---

<sup>107</sup> Pamungkas, A. P., & Sukardi, B. (2023). Pengaruh Islamic E-Service Quality Dan Sikap Religiusitas Terhadap Switching Behavior Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti mengenai pengaruh *service quality* dan *sharia compliance* terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah di wilayah Tegal dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) bahwa variabel *service quality* (X1) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,188, nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dan nilai signifikansi 0,00 dimana lebih kecil dibandingkan 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *service quality* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) bahwa variabel *sharia compliance* (X2) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,456, nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dan nilai signifikansi 0,00 dimana lebih kecil dibandingkan 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa H2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji f) bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 97,005 dengan nilai signifikan 0,000 dengan demikian  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu 97,005 > 3,09 dan nilai sig 0,00 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan H3 diterima dan dapat disimpulkan kedua variabel independen yaitu *service quality* (X1) dan *sharia compliance* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku *switching behavior* (Y) nasabah bank konvensional ke bank syariah.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang didapat, maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kedua faktor yaitu *service quality* dan *sharia compliance* memiliki pengaruh terhadap *switching behavior* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah pada masyarakat Tegal. Sehingga dalam hal ini, perbankan syariah disarankan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya, baik pelayanan

secara langsung maupun pelayanan melalui mobile/internet karena pelayanan adalah salah satu hal yang terpenting agar nasabah dapat merasa nyaman dan puas. Diharapkan pula perbankan syariah dapat menjaga setiap kegiatannya untuk tetap memegang prinsip-prinsip Islam dan selalu memberikan penjelasan bagi calon nasabah tentang bank syariah yang tidak menggunakan unsur riba dan gharar (ketidakpastian), serta memperkenalkan produk bank syariah yang dapat meningkatkan *sharia compliance* seperti wakaf, infaq, zakat, pelayanan haji dan umroh, serta layanan islam lainnya. Dengan hal ini, diharapkan dapat meningkatkan rasa kepercayaan nasabah kepada bank syariah dan akan mendorong perilaku beralih dari bank konvensional ke bank syariah serta dapat memberikan rekomendasi kepada orang-orang lain tentang perbankan syariah.

2. Bagi Pemerintah Kota Tegal dan Kabupaten Tegal dianjurkan untuk menjalin kerja sama dengan pihak bank syariah dalam upaya meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat, sehingga dapat membantu masyarakat lebih memahami layanan perbankan syariah serta dapat menarik masyarakat untuk beralih menjadi nasabah bank syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dan mengembangkan objek peneliti lain, teori penelitian, ataupun menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin menjadi pengaruh munculnya sikap beralih nasabah ke bank syariah yang sebelumnya menjadi nasabah konvensional, sehingga penelitian selanjutnya akan lebih luas dan memberikan informasi kepada banyak pihak yang memerlukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acs. "Tegal-Katalog Bank." Accessed August 31, 2024. <https://id.statex.info/city/129402>.
- Ahmed, Selim, Muhammad Mohiuddin, Mahfuzur Rahman, Kazi Md Tarique, And Md Azim. "The Impact Of Islamic Shariah Compliance On Customer Satisfaction In Islamic Banking Services: Mediating Role Of Service Quality." *Journal Of Islamic Marketing* 13, No. 9 (July 27, 2022): 1829–42. <https://doi.org/10.1108/jima-11-2020-0346>.
- Ainil Mufidah Tanra, Andi, Nadhira Afdalia, Latifah Sukmawati Yuniar, M Iqbal Abdullah, Abdul Kahar, And Erwan Sastrawan. "Switching Behavior Customers Of Sharia Banks In Indonesia," 2021.
- Ajzen, Icek. "The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior And Decision Processes. University Of Massachusetts At Amherst." Academic Press. Inc Cambridge, 1991.
- Annisa, A., & Yoestini, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(1).
- Barizah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kcp Rembang Sudirman). Uin Walisongo Semarang.
- Basaria Nianggolan. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Ptrajagrafindopersada, 2016.
- Bisnis, Fakultas Ekonomi. "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Muthmainah Dan Muhammad Cholil\*." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, No. 3 (N.D.): 2022.
- Bps Kota Tegal, Kota Tegal Dalam Angka 2023/2024, Volume 45 (Kota Tegal, Bps Kota Tegal, 2024), Hal. 7.
- Cahyani, N. K. (2021). *Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Channel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto* (Doctoral Dissertation, Iain Ponorogo).
- Cholil, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(3), 125-136.
- Ekombis Review -Jurnal, Jurnal, Ilmiah Ekonomi, Dan Bisnis, Yuyun Yuningsih, ) ; Suryani, ) ; Muhamad, And Fadli Azim. "Hubungan Digital Banking Dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention Di Masa Pandemi Covid-19 Pada

- Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Perwakilan (Kcp) Kota Serang.” *Journal Ekombis Review*, No 10 (2022): 1277–84. <https://doi.org/10.37676/ekombis.V10i2>.
- Ekonomi, Fakultas, Bisnis Islam, And Miti Yarmunida. “Dimensi Syariah Compliance Pada Operasional Bank Syariah.” Vol. 4, 2018.
- Fajar Nur Endah Sari, Berliana, And Hendy Mustiko Aji. “Copyright© Creative Commons Attribution 4.0 International License,” N.D. <https://doi.org/10.30587/Manajerial.V10i1.4546>.
- Farah, Maya F. “Application Of The Theory Of Planned Behavior To Customer Switching Intentions In The Context Of Bank Consolidations.” *International Journal Of Bank Marketing* 35, No. 1 (2017): 147–72. <https://doi.org/10.1108/Ijbm-01-2016-0003>.
- Febriansyah, Erwin, Fratnesi Fratnesi, And Ivosine Pratiwi. “Analisis Karakteristik Kualitas Produk Perbankan Syariah Dalam Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Bni Syariah.” *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 9, No. 1 (January 10, 2021): 15–28. <https://doi.org/10.37676/ekombis.V9i1.1098>.
- Firdiyanti, S. I. (2022). Analisis Determinasi Customers Switching Behavior Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Jawa Tengah Dengan Customers Switching Intention Sebagai Variabel Intervening. *Uin Walisongo Semarang*.
- Fishbein, M, And Icek Ajzen. *Belief, Attitude, Intention And Behaviour: An Introduction To Theory And Research*. Vol. 27, 1975.
- Fuadi, Nasrul Fahmi Zaki, Baidi Bukhari, And Shovia Indah Firdiyanti. “Halal Marketplace: The Influence Of Attitude, Subjective Norms, And Perceived Behavior Control On Purchase Intention Of Muslim Consumers.” *Shirkah: Journal Of Economics And Business* 7, No. 1 (August 16, 2022): 100–112. <https://doi.org/10.22515/Shirkah.V7i1.451>.
- Fuadi, Nasrul Fahmi Zaki. “Intensi Nasabah Bank Syariah Untuk Berwakaf Uang Di Badan Wakaf Indonesia (Bwi): Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Jakarta Pusat.” *Universitas Indonesia*, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Hafandi, Akhmad, Masdar Hilmy, And Puji Handayati. “New Trend Switching Behavior Of Bank Customers.” *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 13, No. 1 (May 3, 2021): 52. <https://doi.org/10.17977/Um002v13i12021p052>.
- Hafrida, C. A. (2020). Pengaruh Syariah Compliance Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah.
- Hasanah, I. (2023). Merger Bank Syariah Bumn: Strategi Peningkatan Pangsa Pasar Keuangan Syariah. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 9(1), 117-130.



- Helmi, Syafrizal. *Analisis Data*, 2021.  
<https://www.researchgate.net/publication/353072388>.
- Hermawan, Sigit, And Amirullah Amirullah. “Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif.” Media Nusa Creative, 2016.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia group, 2011.
- Jurnal, J E S, Ekonomi Syariah, Nurlaili Adkhi, Rizfa Faiza, And Iain Kediri. “Religiusitas, Kepuasan Pelayanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Kota Surabaya (Analisis Regresi Purposed Mediator Dengan Bootstrap Matrix).” *J E S* 7, No. 2 (2022). <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/>.
- Khusairi, Halil, Mahasiswa Program Doktor, Iain Imam, And Bonjol Padang. “Diterbitkan Oleh Jurusan Syari’ah Dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Kerinci Hukum Perbankan Syariah” 13 (2015).
- Kindangen, P, E M Gunawan, Paulus Kindangen, And Emilia Gunawan. “The Analysis Of Customer Switching Behaviour To Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk In Manado Analisis Perilaku Perpindahan Pelanggan Ke Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Di Manado” 10, No. 2 (2022): 738–47.
- Kuantitatif, Pendidikan Pendekatan. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.” *Alfabeta, Bandung*, 2016.
- Kurniawati, Endang, Imsar, And Rahmat Daim Harahap. “Analisis Pengukuran Kinerja Perbankan Syariah Dengan Menggunakan Metode Angels (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kcp. Medan Ringroad).” *Jurnal Emt Kita* 7, No. 4 (October 20, 2023). <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1646>.
- Mawadah, Sokhikhatul. “Skbdn Products: Implementation Of Sharia Compliance In Bank Syariah Indonesia.” *Al-Arbah: Journal Of Islamic Finance And Banking* 6, No. 1 (August 28, 2024): 35–52. <https://doi.org/10.21580/al-arbah.2024.6.1.20988>.
- Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi, Guna, And Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. “Pengaruh Promosi, Service Quality, Mobile Banking Dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal) Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat,” 2020.
- Milenia, S. R. (2022). Pengaruh Reputasi Dan Sharia Compliance Terhadap Switching Behavior Dimediasi Kepercayaan Pada Bank Syariah Di Indonesia.
- Mutia Annur, Cindy. “10 Negara Dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023.” Databoks, October 19, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin>.
- Najachah, Elysa. “The Concept Of Corporate Social Responsibility In Islamic Banking From The Perspective Of Islamic Economics.” *Al-Arbah: Journal Of Islamic Finance And*

- Banking* 6, No. 1 (April 30, 2024): 107–20. <https://doi.org/10.21580/Al-Arbah.2024.6.1.22797>.
- Nama. “Modul Iii: Uji Validitas Da N Relia Bilitas,” N.D.
- Nyoman, Ni, Adi Astiti, Jefry Tarantang, Sekolah Tinggi, Ilmu Hukum, Tambung Bungai, And Palangka Raya. “Kedudukan Sharia Compliance Perbankan Syariah Di Indonesia Perspektif Yuridis-Filosofis.” *Jurnal Al Qardh* 5, No. 2 (2020): 119–33. <http://E-Journal.Iain-Palangkaraya.Ac.Id/Index.Php/Qardh>.
- Oktapiani, A A, And T Anggraini. “Pengaruh Relationship Marketing, Comporate Image Dan Syariah Compliance Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Bsi Kcp Gunung Tua.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, No. 03 (2022): 3423–33. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V8i3.6803>.
- Othman, Abdulqawi, And Lynn Owen. “The Multi Dimensionality Of Carter Model To Measure Customer Service Quality (Sq) In Islamic Banking Industry: A Study In Kuwait Finance House,”
- Otoritas Jasa Keuangan. “Bank Umum.” Accessed January 5, 2024. <https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx>.
- Pamungkas, A. P., & Sukardi, B. (2023). *Pengaruh Islamic E-Service Quality Dan Sikap Religiusitas Terhadap Switching Behavior Pada Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia* (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).
- Pertiwi, Hanna, Andri Brawijaya, And Agung Al Asyary. “Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (Bsi) Terhadap Switching Behavior Nasabah Diluar Pengguna Bsi Analysis Of The Effect Of The Merger Of Indonesian Sharia Banks (Bsi) On The Switching Behavior Of Customers Outside Of Bsi Users,” N.D.
- Prianggoro, Noro Fajar, And Arifin Sitio. “Effect Of Service Quality And Promotion On Purchase Decisions And Their Implications On Customer Satisfaction.” *International Journal Of Engineering Technologies And Management Research* 6, No. 6 (2019): 51–62. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.3251747>.
- Rama, A. (2017). An Exploration Of Customers’switching Behavior In Islamic Banking Industry. *Journal Of Islamic Monetary Economics And Finance*, 2(2), 251-286.
- Ramadhan, Mohammad Nur Safri, And Nur Asnawi. “Studi Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Industri Retail: Peran Kualitas Layanan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Iqtishoduna* 16, No. 2 (October 26, 2020): 115–30. <https://doi.org/10.18860/Iq.V16i2.9929>.
- Rita, Rita, Dan Daniel, And Octavianus Pandaleke. “Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (Jpmk) Pengaruh Service Quality Dan Service Value Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Behavior Intention,”. <http://jurnal.undira.ac.id/index.php/jpmk/>.

- Rizaldi Makmur, Muhammad, And La Ode Alimusa Dan Endro Sukotjo. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Nasabah Brand Switching Bank Konvensional Ke Bank Syariah Mandiri Kendari” 2, No. 2 (2021).
- Rizky, Muhammad, Ramadhan Muhammad, And Rizky Ramadhan. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia.” *Islamic Economics And Finance In Focus 2* (N.D.): 2023. <https://doi.org/10.21776/ieff>.
- Saidah, S., & Inayah, N. (2024). Pengaruh Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Sumut Kcpsy. Hampan Perak. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 283-292.
- Santoso, H., & Ismail, H. (2019). Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah Non Muslim Di Bank Syariah Mandiri Kota Metro Lampung. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 22-41.
- Santoso, Haris, And Habib Ismail. “An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah Non Muslim Di Bank Syariah Mandiri Kota Metro Lampung,”
- Saptasari, Kunti, And Hendy Mustiko Aji. “Factors Affecting Muslim Non-Customers To Use Islamic Bank: Religiosity, Knowledge, And Perceived Quality.” *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 6, No. 2 (September 1, 2020): 165–80. <https://doi.org/10.20885/Jeki.Vol6.Iss2.Art7>.
- Sari, N. E. (2019). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh).
- Sari, N. E. (2019). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Banda Aceh).
- Selvi, A. (2022). Pengaruh Physical Evidence, Islamic Branding, Ethical Problem Dan Religiusitas Intrinsik Terhadap Customer Switching Behavior Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kcp Kotabumi).
- Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Switching Intention Dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Yang Beralih Ke Bank Syariah. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 9(2), D250-D255.
- Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Layanan. “Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Melalui Kualitas,” 2022.
- Sutedi, Adrian, And Risman Sikumbang. *Perbankan Syariah: Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum*. Ghalia Indonesia, 2009.

- Tegalkab.Go.Id. “Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal.” Tegalkab.Go.Id. Accessed September 4, 2024. <https://Tegalkab.Go.Id/>.
- Usman, Hardius, Nucke Widowati Kusumo Projo, Chairy Chairy, And Marissa Grace Haque. “The Exploration Role Of Sharia Compliance In Technology Acceptance Model For E-Banking (Case: Islamic Bank In Indonesia).” *Journal Of Islamic Marketing* 13, No. 5 (2022): 1089–1110.
- Velayati, Maya Fauziah. “Strategi Keuangan Di Masa Pandemi: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah Di Kabupaten Tegal.” *Journal Of Halal Industry Studies* 2, No. 2 (December 30, 2023): 108–21. <https://doi.org/10.53088/Jhis.V2i2.765>.
- Waras Sayekti, Nidya, Ariesy Tri Mauleny, Achmad Sani Alhusain, Dan Lisnawati Merger Bank Syariah, Nidya Ri Waras Sayekti Pusat Penelitian Sekretariat Jenderal Dpr Jl Gatot Subroto, Ged I Nusantara, And Pusat Ri Penelitian Sekretariat Jenderal Dpr Jl Gatot Subroto. “Merger Bank Syariah Badan Usaha Milik Negara: Quo Vadis? State Own Enterprise Shariah Bank Merger: Quo Vadis? Ariesy Tri Mauleny Achmad Sani Alhusain,” N.D.
- Widiya, Tifani Nurmala, And Rini Safitri. “The Effect Of Sharia Compliance On Customer Satisfaction At Bsi Kc Malang Soetta Mediated By Digital Banking Service,” N.D.
- Witjaksono, Beny, Tatik Mariyanti, Mustafa Edwin Nasution, Nurul Huda, And Nova Rini. “Factors Which Influence The Intention Of Community In Cash Waqaf In Sharia Banking With Theory Planned Behaviour (Tpb) Modification Approach.” *Journal Of Islamic Banking And Finance* 7, No. 2 (2019): 50–58. <https://doi.org/10.15640/Jibf.V7n2a5>.
- Yudiana, F. E. (2022). Analisis Minat Dan Perilaku Berhijrah (Switching Behaviour) Nasabah Perbankan Syari’ah Di Indonesia Dalam Bingkai Perspektif Islamic Man.
- Yuningrum, Heny, Muyassarrah Muyassarrah, And Risma Dewi Astuti. “Effect Of Service Quality, Product Quality, And Trust In Customer Satisfaction (Case Study At Bank Bri Syariah Kcp Kendal).” *Al-Arbah: Journal Of Islamic Finance And Banking* 2, No. 2 (December 31, 2020): 139–56. <https://doi.org/10.21580/Al-Arbah.2020.2.2.7425>.
- Zaqi. “Pemerintah Kota Tegal,” March 25, 2019. <https://www.tegalkota.go.id/v2/index.php?lang=id>.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### IDENTITAS RESPONDEN

**Nama :**

**Usia :**

**Alamat :**

**Jenis Kelamin :**

- Laki-laki
- Perempuan

**Pendidikan Terakhir :**

- SD/SMP
- SMA
- Diploma
- Sarjana
- S2/S3

**Pekerjaan :**

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- Karyawan Swasta
- Wirausaha
- Lainnya

**Apakah Anda merupakan nasabah bank syariah?**

- Ya
- Tidak

**Bank syariah mana yang sedang Anda gunakan?**

- Bank Syariah Indonesia
- Bank Muamalat Indonesia
- BTPN Syariah
- Bank Jateng Syariah
- Lainnya

**Berapa lama Anda menjadi nasabah bank syariah?**

- < 1 tahun
- 1-2 tahun
- > 2 tahun

SERVICE QUALITY (X1)						
No	PERNYATAAN	NILAI				
		STS	TS	N	S	SS
<b>a. Reliability (Keandalan)</b>						
1.	Pegawai bank syariah memberikan pelayanan secara tepat sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Pegawai bank syariah dapat diandalkan untuk mengatasi setiap masalah saya sampai tuntas.					
<b>b. Responsiveness (Ketanggapan)</b>						
1.	Pegawai bank syariah memproses transaksi saya dengan cepat.					
2.	Pegawai bank syariah mampu memberikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami oleh saya.					
<b>c. Tangible (Bukti Fisik)</b>						
1.	Bank syariah memiliki fasilitas yang memadai, bersih dan tertata dengan rapi sehingga saya merasa nyaman.					
2.	Bank syariah menyediakan mesin ATM yang dapat digunakan kapan pun.					
<b>d. Assurance (Jaminan dan Kepastian)</b>						
1.	Bank syariah dapat menjaga kerahasiaan informasi dengan baik.					
2.	Pegawai bank syariah dapat memberikan rasa percaya kepada saya melalui informasi yang dijelaskan.					
<b>e. Emphaty (Perhatian)</b>						

1.	Pegawai bank syariah melayani saya dengan salam, senyum, sapa, sopan, dan santun.					
2.	Pegawai bank syariah mampu memberikan solusi terbaik untuk permasalahan saya.					

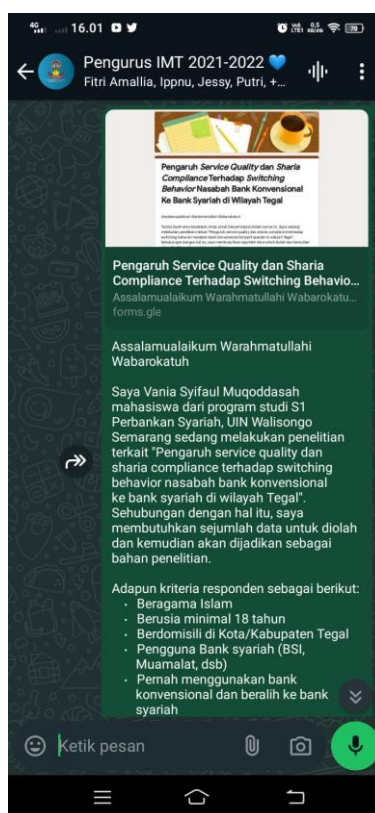
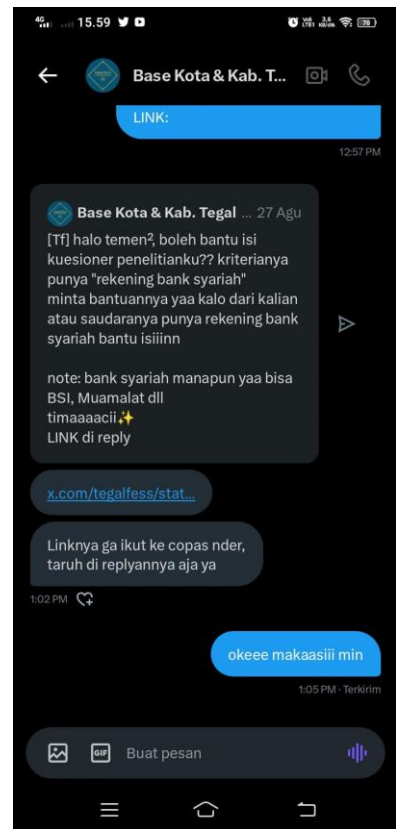
SHARIA COMPLIANCE (X2)						
No	PERNYATAAN	NILAI				
		STS	TS	N	S	SS
<b>a. Akad hukum Islam</b>						
1.	Saya memilih bank syariah karena saya percaya kegiatan transaksinya telah sesuai dengan syariah Islam					
2.	Saya yakin dengan menggunakan bank syariah yang menerapkan hukum Islam akan memberikan keberkahan.					
<b>b. Unsur Riba</b>						
1.	Saya memilih bank syariah karena ingin menghindari dari riba sesuai prinsip syariat Islam					
2.	Saya memilih bank syariah karena dalam keuntungannya menggunakan bagi hasil dan keuntungan yang halal.					
<b>c. Unsur Gharar</b>						
1.	Saya memilih bank syariah karena dalam pelayanannya dapat memberikan kepercayaan dan kepastian seperti persentase bagi hasil dan angsuran.					
2.	Bank syariah memberikan setiap transaksinya secara jelas dan pasti, seperti persentase bagi hasil dan angsuran.					
<b>d. Produk dan layanan Islam</b>						

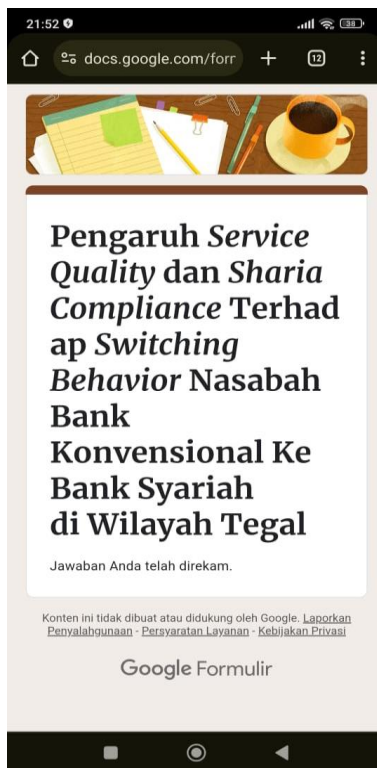
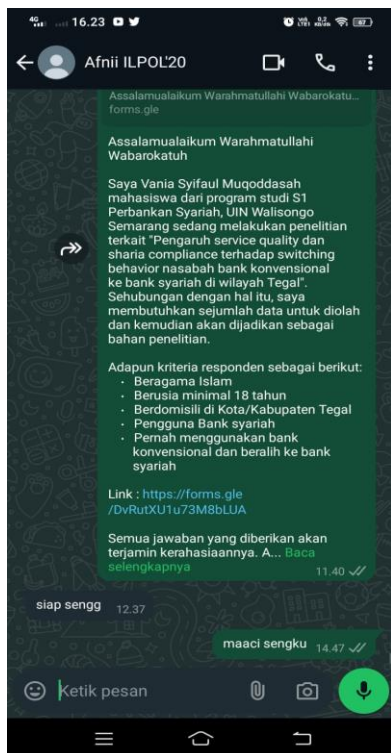
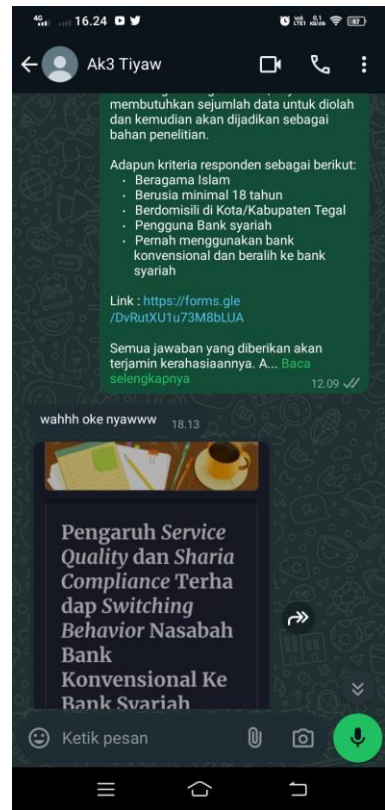
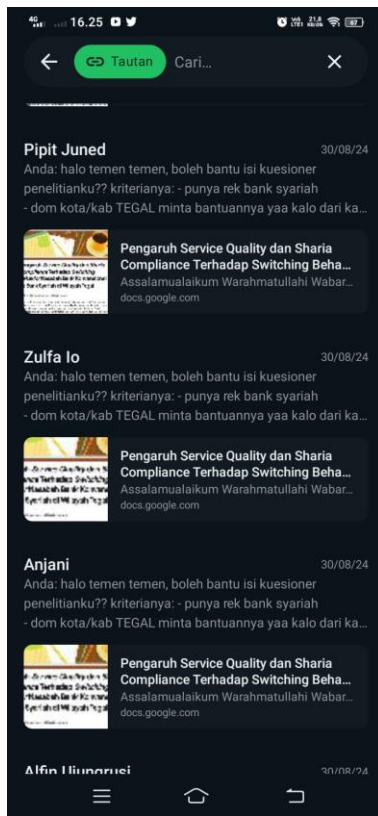
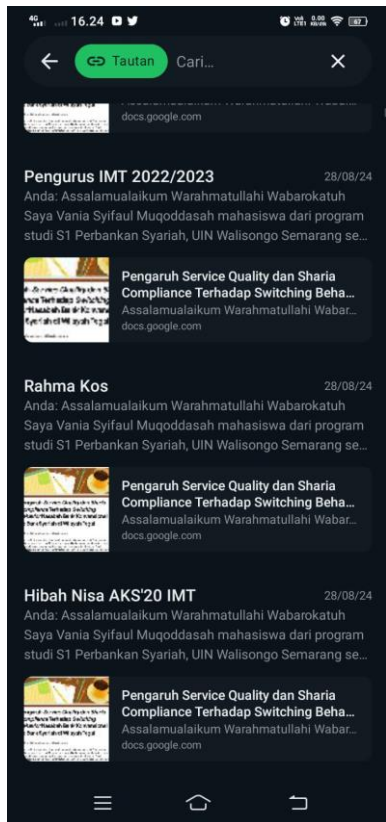
1.	Saya memilih bank syariah karena produk dan layanan yang diberikan halal dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam.					
2.	Bank syariah menyalurkan dananya dengan lembaga zakat, infaq, dan shadaqah.					

SWITCHING BEHAVIOR						
No	PERNYATAAN	NILAI				
		STS	TS	N	S	SS
<b>a. Komitmen nasabah</b>						
1.	Saya menjadi nasabah bank syariah dengan penuh kesadaran.					
2.	Saya percaya bahwa bank syariah dapat memberikan pelayanan sesuai syariat Islam dan memberikan keberkahan.					
<b>b. Aspek Konatif</b>						
1.	Saya menjadi nasabah bank syariah karena ingin mengatasi masalah produk sebelumnya.					
2.	Saya merasa lebih menguntungkan setelah menjadi nasabah bank syariah.					
<b>c. Norma Subjektif</b>						
1.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah.					
2.	Saya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain tentang bank syariah.					
<b>d. Loyalitas Nasabah</b>						
1.	Saya akan tetap menggunakan bank syariah dalam setiap transaksi keuangan.					
2.	Saya tidak akan terpengaruh untuk menggunakan produk bank lain, terlebih pada bank konvensional.					



## Lampiran 2. Bukti Penyebaran Kuesioner Menggunakan Google Form di Sosial Media





### Lampiran 3. Karakteristik Data Responden

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 tahun	46	46.0	46.0	46.0
	26-35 tahun	19	19.0	19.0	65.0
	36-45 tahun	19	19.0	19.0	84.0
	46-55 tahun	15	15.0	15.0	99.0
	56-65 tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Alamat Domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kota Tegal	18	18.0	18.0	18.0
	Adiwerna	45	45.0	45.0	63.0
	Balapulang	3	3.0	3.0	66.0
	Bojong	1	1.0	1.0	67.0
	Bumijawa	1	1.0	1.0	68.0
	Dukuhturi	5	5.0	5.0	73.0
	Dukuhwaru	2	2.0	2.0	75.0
	Jatinegara	1	1.0	1.0	76.0
	Lebaksiu	1	1.0	1.0	77.0
	Margasari	5	5.0	5.0	82.0
	Pagerbarang	2	2.0	2.0	84.0
	Pangkajene	4	4.0	4.0	88.0
	Slawi	5	5.0	5.0	93.0
	Suradadi	1	1.0	1.0	94.0
	Talang	4	4.0	4.0	98.0
	Tarub	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Jenis Kelamin</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	17.0	17.0	17.0
	Perempuan	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Pendidikan Terakhir</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SMP	8	8.0	8.0	8.0
	SMA	40	40.0	40.0	48.0
	Diploma	4	4.0	4.0	52.0
	Sarjana	47	47.0	47.0	99.0
	S2/S3	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Pekerjaan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Bekerja	1	1.0	1.0	1.0
	Pelajar/Mahasiswa	22	22.0	22.0	23.0
	Guru	10	10.0	10.0	33.0
	Karyawan Swasta	25	25.0	25.0	58.0
	PNS	6	6.0	6.0	64.0
	Wirausaha	21	21.0	21.0	85.0
	IRT	11	11.0	11.0	96.0
	ASN	1	1.0	1.0	97.0
	Dagang	1	1.0	1.0	98.0
	PPPK	1	1.0	1.0	99.0
	Freelance	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Layanan Bank Syariah</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bank Syariah Indonesia (BSI)	78	78.0	78.0	78.0
	Bank Muamalat Indonesia	2	2.0	2.0	80.0
	Bank Jateng Syariah	13	13.0	13.0	93.0
	BTPN Syariah	6	6.0	6.0	99.0
	BTN Syariah	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

<b>Lama Menjadi Bank Syariah</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	50	50.0	50.0	50.0
	1-2 tahun	21	21.0	21.0	71.0
	> 2 tahun	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 4. Tabulasi Data**

Responden	Service Quality (X1)										Jumlah X1
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
6	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	41
7	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	46
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
16	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	36
21	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
22	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
23	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
26	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41

27	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	5	3	5	5	5	4	3	4	42
31	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
32	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
35	4	5	3	4	5	2	2	4	4	5	38
36	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
37	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
38	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	43
39	5	5	4	4	4	5	2	2	5	5	41
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	41
44	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	37
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	38
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
54	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	39
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	36
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
64	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	35
65	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
66	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
71	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
72	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
73	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
74	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	37
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	39
84	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
88	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	42
91	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
92	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
93	3	3	3	3	5	1	1	3	5	3	30
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	5	5	4	4	4	4	4	3	5	3	41
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
97	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	45
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43

Responden	Sharia Compliance (X2)								Jumlah X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	4	4	4	4	4	5	33
3	5	5	4	4	4	4	4	5	35
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	3	4	4	3	4	4	30
6	5	5	4	4	4	5	5	4	36
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	5	5	4	4	4	4	34
11	3	3	3	2	3	3	3	3	23
12	4	4	3	4	4	4	4	4	31
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40

14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	5	4	4	4	3	4	4	32
16	5	5	5	5	4	4	5	5	38
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	5	4	4	4	4	3	4	4	32
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	4	4	4	4	4	5	4	33
21	5	5	5	5	5	5	4	5	39
22	5	4	4	4	4	4	4	4	33
23	3	4	4	4	4	4	4	4	31
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	5	3	5	4	5	34
31	4	3	4	4	3	3	3	3	27
32	3	4	3	3	5	4	4	3	29
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	3	3	3	3	4	4	4	28
36	4	4	3	4	4	4	4	4	31
37	4	4	5	4	4	5	5	5	36
38	4	5	4	4	4	4	4	4	33
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	4	4	4	4	4	4	3	3	30
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	5	4	4	4	4	4	4	33
43	4	4	5	5	4	4	4	5	35

44	4	4	3	3	3	4	3	3	27
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	3	3	4	3	3	3	3	4	26
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	4	4	3	31
50	4	4	4	4	4	4	4	3	31
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	4	4	4	4	4	4	4	33
54	3	4	3	3	3	4	4	4	28
55	5	5	5	5	5	5	4	4	38
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	4	4	4	5	5	4	5	35
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	5	3	4	3	3	3	4	3	28
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	3	4	3	3	3	3	4	27
65	3	3	3	3	3	4	4	4	27
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	4	5	5	4	4	4	4	4	34
68	1	1	1	1	1	1	1	1	8
69	4	4	4	4	4	4	3	3	30
70	5	5	5	5	4	4	4	5	37
71	4	5	5	5	5	5	5	4	38
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	4	4	5	5	5	5	5	38

74	4	3	4	4	3	4	4	4	30
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	3	4	4	4	4	4	31
77	4	4	4	5	4	4	4	4	33
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	4	4	4	3	4	4	4	31
80	5	4	4	4	4	4	4	4	33
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	4	5	5	5	5	4	4	4	36
84	4	5	4	4	4	4	4	4	33
85	4	4	4	4	5	5	4	4	34
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	3	4	4	4	4	4	3	3	29
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	5	3	5	4	4	5	5	36
91	5	5	5	5	4	4	5	5	38
92	4	5	5	5	5	5	5	5	39
93	3	3	5	5	3	3	4	4	30
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	4	5	5	2	3	4	5	32
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	5	4	4	4	4	4	4	4	33
99	5	5	5	4	4	4	4	4	35
100	5	5	4	4	4	4	4	4	34

Responden	Switching Behavior (Y)								Jumlah Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	5	5	5	5	4	5	4	38
2	5	5	4	4	5	5	5	4	37
3	5	5	2	3	4	4	2	2	27
4	5	5	4	5	5	5	5	2	36
5	5	5	3	3	4	4	4	3	31
6	5	4	4	5	4	4	3	3	32
7	5	5	4	5	5	5	4	3	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	3	4	3	3	3	3	25
12	4	3	2	3	4	3	3	3	25
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	3	5	5	5	5	38
15	4	5	3	3	4	3	4	3	29
16	5	5	4	4	4	4	5	4	35
17	4	4	4	4	4	3	4	3	30
18	4	4	3	3	4	4	4	3	29
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	5	5	4	4	4	4	36
22	4	3	2	3	4	3	4	4	27
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	4	4	4	3	3	30
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32

29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	5	4	5	5	5	4	3	3	34
31	4	3	4	3	3	3	3	3	26
32	3	4	3	4	4	4	4	4	30
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	4	4	4	4	4	4	4	33
35	5	3	4	3	4	3	3	3	28
36	4	4	4	4	5	4	4	5	34
37	5	4	4	4	4	5	5	3	34
38	4	4	4	3	4	3	3	4	29
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	4	3	3	3	4	3	3	3	26
41	5	5	2	2	5	5	2	2	28
42	5	4	4	4	5	5	5	5	37
43	5	5	3	3	4	4	3	2	29
44	4	3	3	3	4	4	3	3	27
45	4	4	4	4	4	4	3	3	30
46	4	4	3	4	4	4	4	5	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	4	4	4	3	2	3	28
49	4	3	4	3	4	3	3	3	27
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	4	4	4	3	31
52	4	4	4	4	4	4	4	3	31
53	4	5	4	4	4	4	4	4	33
54	5	4	3	3	4	4	3	3	29
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40

59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	3	3	3	3	4	3	27
62	4	4	2	2	4	4	3	3	26
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	4	4	3	3	3	3	3	27
65	5	4	3	3	4	3	3	3	28
66	4	5	5	4	4	4	4	4	34
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	1	1	1	1	1	1	1	1	8
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	5	4	3	4	4	3	4	31
71	5	5	4	4	5	5	5	3	36
72	4	4	3	3	4	3	3	4	28
73	4	4	4	5	5	5	4	4	35
74	4	4	4	4	4	4	4	3	31
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	3	3	3	3	3	3	3	25
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	5	5	4	3	4	4	4	3	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	4	4	4	4	4	3	3	3	29
88	4	4	4	3	3	3	4	4	29

89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	4	3	4	4	5	5	33
91	5	5	5	5	5	5	5	4	39
92	5	5	4	4	4	4	4	4	34
93	4	4	1	1	3	3	3	2	21
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	5	3	3	4	4	3	3	30
96	4	4	4	4	4	4	3	3	30
97	5	5	3	4	4	3	5	3	32
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	4	4	4	3	4	4	4	4	31
100	4	4	4	4	4	5	4	4	33



## Lampiran 5. Hasil Uji Validitas

### Variabel Service Quality (X1)

Correlations												
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
												L
P1	Pearson Correlation	1	.730**	.739**	.647**	.600**	.555**	.527**	.499**	.650**	.613**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.730**	1	.714**	.697**	.567**	.546**	.440**	.535**	.580**	.669**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.739**	.714**	1	.687**	.594**	.598**	.629**	.610**	.582**	.663**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.647**	.697**	.687**	1	.654**	.566**	.633**	.764**	.639**	.712**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.600**	.567**	.594**	.654**	1	.513**	.571**	.635**	.680**	.668**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.555**	.546**	.598**	.566**	.513**	1	.682**	.524**	.454**	.588**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.527**	.440**	.629**	.633**	.571**	.682**	1	.773**	.495**	.573**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.499**	.535**	.610**	.764**	.635**	.524**	.773**	1	.616**	.693**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	.650**	.580**	.582**	.639**	.680**	.454**	.495**	.616**	1	.675**	.778**
	Sig. (2-tailed)											
	N											

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.613**	.669**	.663**	.712**	.668**	.588**	.573**	.693**	.675**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.801**	.792**	.837**	.861**	.794**	.762**	.795**	.826**	.778**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

### Variabel Sharia Compliance (X2)

		Correlations									
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL	
P1	Pearson Correlation	1	.711**	.617**	.665**	.605**	.602**	.694**	.654**	.813**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
P2	Pearson Correlation	.711**	1	.668**	.735**	.760**	.702**	.727**	.661**	.876**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
P3	Pearson Correlation	.617**	.668**	1	.811**	.592**	.596**	.641**	.672**	.823**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
P4	Pearson Correlation	.665**	.735**	.811**	1	.664**	.672**	.742**	.764**	.889**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
P5	Pearson Correlation	.605**	.760**	.592**	.664**	1	.808**	.701**	.562**	.836**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
P6	Pearson Correlation	.602**	.702**	.596**	.672**	.808**	1	.764**	.679**	.852**	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.694**	.727**	.641**	.742**	.701**	.764**	1	.799**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.654**	.661**	.672**	.764**	.562**	.679**	.799**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.813**	.876**	.823**	.889**	.836**	.852**	.886**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

### Variabel Switching Behavior (Y)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.728**	.381**	.374**	.703**	.596**	.430**	.173	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.085	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.728**	1	.439**	.429**	.663**	.661**	.533**	.296**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.381**	.439**	1	.794**	.552**	.552**	.615**	.644**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.374**	.429**	.794**	1	.625**	.609**	.614**	.542**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.703**	.663**	.552**	.625**	1	.812**	.578**	.477**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

P6	Pearson Correlation	.596**	.661**	.552**	.609**	.812**	1	.643**	.487**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.430**	.533**	.615**	.614**	.578**	.643**	1	.680**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.173	.296**	.644**	.542**	.477**	.487**	.680**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.085	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.667**	.735**	.815**	.812**	.844**	.844**	.826**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

## Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas

### Variabel Service Quality (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	10

### Variabel Sharia Compliance (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	8

### Variabel Switching Behavior (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	8

## Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.58347966
Most Extreme Differences	Absolute		.093
	Positive		.068
	Negative		-.093
Test Statistic			.093
Asymp. Sig. (2-tailed)			.032 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.332 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.320
		Upper Bound	.344
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

## Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Service Quality	.348	2.873
	Sharia Compliance	.348	2.873
a. Dependent Variable: Switching Behavior			

### Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.200	1.300		.153	.878
	Service Quality	.059	.051	.197	1.158	.250
	Sharia Compliance	-.020	.062	-.056	-.327	.744

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.450	2.039		1.692	.094
	Service Quality	.332	.079	.416	4.188	.000
	Sharia Compliance	.432	.097	.443	4.456	.000

a. Dependent Variable: Switching Behavior

### Lampiran 11. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.450	2.039		1.692	.094
	Service Quality	.332	.079	.416	4.188	.000
	Sharia Compliance	.432	.097	.443	4.456	.000

a. Dependent Variable: Switching Behavior

**Lampiran 12. Hasil Uji Simultan (Uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1321.598	2	660.799	97.005	.000 <sup>b</sup>
	Residual	660.762	97	6.812		
	Total	1982.360	99			
a. Dependent Variable: Switching Behavior						
b. Predictors: (Constant), Sharia Compliance, Service Quality						

**Lampiran 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.667	.660	2.60998
a. Predictors: (Constant), Sharia Compliance, Service Quality				

Lampiran 14. Daftar r tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Lampiran 15. Daftar t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25		0.10		0.05		0.025		0.01		0.005		0.001	
	0.50	0.20	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.002	0.01	0.005	0.002	0.001	0.0005	0.0001
81	0.67753	1.29209	1.68388	1.98989	2.37327	2.63790	3.19392							
82	0.67749	1.29196	1.68365	1.98932	2.37289	2.63712	3.19262							
83	0.67746	1.29183	1.68342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135							
84	0.67742	1.29171	1.68320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011							
85	0.67739	1.29159	1.68298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890							
86	0.67735	1.29147	1.68277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772							
87	0.67732	1.29136	1.68256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657							
88	0.67729	1.29125	1.68235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544							
89	0.67726	1.29114	1.68216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434							
90	0.67723	1.29103	1.68196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327							
91	0.67720	1.29092	1.68177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222							
92	0.67717	1.29082	1.68159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119							
93	0.67714	1.29072	1.68140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019							
94	0.67711	1.29062	1.68123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921							
95	0.67708	1.29053	1.68105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825							
96	0.67705	1.29043	1.68088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731							
97	0.67703	1.29034	1.68071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639							
98	0.67700	1.29025	1.68055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549							
99	0.67698	1.29016	1.68039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460							
100	0.67695	1.29007	1.68023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374							
101	0.67693	1.28999	1.68008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289							
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206							
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125							
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045							
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967							
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890							
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815							
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741							
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669							
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598							
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528							
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460							
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392							
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326							
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262							
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198							
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135							
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074							
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013							
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954							

Lampiran 16. Daftar f tabel

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Vania Syifaul Muqoddasah  
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 08 Juni 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Desa Tembok Kidul, Rt 22 Rw 03, Kecamatan Adiwerna,  
Kabupaten Tegal  
Email : [vaniasyifaul@gmail.com](mailto:vaniasyifaul@gmail.com)

Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 02 Tembok Banjaran
2. SMP Negeri 1 Adiwerna
3. SMK Negeri 1 Slawi
4. UIN Walisongo Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 September 2024

Vania Syifaul Muqoddasah