

# Identifikasi Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Beralih ke Bank Syariah

Maulidati Rahmah, Janti Gunawan, dan Geodita Woro Bramanti  
Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya  
*e-mail*: janti\_g@mb.its.ac.id

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

**Kata Kunci**—*Switching Behavior*, Bank Konvensional, Bank Syariah, *Switching Intention*.

## I. PENDAHULUAN

ISLAM merupakan agama dengan jumlah penganut terbesar di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, pada tahun 2010 sekitar 237.641.326 juta penduduk Indonesia yang memeluk Islam sebagai agamanya menurut hasil Sensus Penduduk Indonesia 2010 [1]. Agama menjadi acuan perilaku kehidupan[2]. Agama Islam memiliki 2 (dua) dasar hukum yang mengatur kehidupan seluruh umat muslim yakni halal dan haram. Halal adalah suatu perkara yang diperbolehkan untuk dilakukan, sedangkan haram merupakan suatu hal yang tidak boleh dilakukan.

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

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga independen yang mewadahi para ulama, zuama, dan cendekiawan Islam untuk membimbing, membina, dan mengayomi umat Islam di Indonesia, mengeluarkan fatwa bahwa bunga termasuk riba yang artinya haram, sehingga terjadi sedikit perubahan dalam industri perbankan. Pernyataan ini berasal dari serangkaian lokakarya “Bunga Bank dan Perbankan pada tahun 1990 di Cisarua, Bogor oleh MUI. Yang kemudian disahkan dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*)[3]. Dalam fatwa ini dijelaskan apabila praktek pemberian bunga saat ini termasuk riba nasi'ah, yang artinya praktek pemberian bunga adalah haram. Hal ini baik dilakukan oleh lembaga perbankan, pasar modal, lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan individu.

Sejak adanya fatwa haramnya bunga pada bank pada lokakarya pada tahun 1990 itulah, MUI mulai membangun sebuah bank yang berbasis syariah, yakni bank yang melaksanakan kegiatannya dengan mengacu pada ajaran agama Islam, Bank Muamalat. Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama yang berdiri pada tahun 1991, serta menjadi pelopor berdirinya bank-bank syariah selanjutnya. Keberadaan bank syariah merupakan lembaga baru di dunia perbankan, beriringan dengan bank yang sudah berdiri terlebih dahulu sejak tahun 1828. Bank konvensional yang pertama adalah Bank Indonesia. Ditunjukkan adanya peningkatan jumlah bank syariah dari 11 bank pada tahun 2010, meningkat menjadi 13 pada tahun 2017[4] dapat dilihat pada Tabel 1.

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

Tabel 1.  
Jumlah Bank Umum di Indonesia

| Rincian                         | 2010       | 2014       | 2017       |
|---------------------------------|------------|------------|------------|
| <b>Bank-Bank Umum</b>           |            |            |            |
| Jumlah Bank Persero             | 4          | 4          | 4          |
| Jumlah Bank Pemerintah Daerah   | 26         | 26         | 27         |
| Jumlah Bank Swasta Nasional     | 57         | 56         | 50         |
| <b>Jumlah Bank Umum Syariah</b> | <b>11</b>  | <b>12</b>  | <b>13</b>  |
| Jumlah Bank Asing dan Campuran  | 24         | 21         | 21         |
| <b>Jumlah Bank</b>              | <b>122</b> | <b>119</b> | <b>115</b> |

*switching behavior*. Dalam memprediksi adanya perilaku *switching*, dapat diketahui melalui *switching intention* atau niat beralih[5].

Maka penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* dalam memprediksi adanya *switching behavior*. Penelitian ini diharapkan dapat memberi implikasi manajerial bagi industri perbankan syariah maupun konvensional agar keduanya dapat meningkatkan strategi pemasarannya berdasarkan hasil penelitian ini.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. *Switching Behavior*

*Switching behavior* adalah suatu perilaku konsumen yang berganti atau berpindah penyedia layanan yang telah dipakai dengan penyedia yang lain[6]. Konteks dalam penelitian ini adalah *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, yang diukur dengan *switching intention*.

### B. *Switching Intention*

Menurut *Theory Planned Behavior* dari Ajzen (1991), *switching intention* adalah anteseden langsung dari perilaku aktual[7]. Dalam memprediksi terjadinya *switching behavior*, maka digunakan *switching intention* untuk memprediksi perilaku karena terdapat bukti apabila niat untuk melakukan sesuatu memprediksi perilaku yang sebenarnya[5]. *Switching intention* didefinisikan sebagai kemungkinan individu untuk terlibat dalam perilaku yang menarik dan merupakan fungsi dari tiga komponen, yaitu *attitude towards switching*, norma subjektif dan *perceived behavioral control* (PBC).

### C. Bank di Indonesia

Pengertian bank konvensional berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 merupakan bank yang melakukan kegiatan usahanya dengan sistem konvensional dalam

pemberian layanan jasa pada alur pembayaran[7]. Sedangkan bank syariah, sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (masalahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram[8].

### D. *Switching Behavior* di Industri Perbankan

Dalam industri perbankan, loyalitas pelanggan merupakan hal kunci untuk menjamin keberlanjutan usaha. Bank menghadapi tantangan untuk dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada, serta menarik nasabah baru. Terlebih dengan munculnya bank syariah akan menjadi tantangan bagi bank konvensional dalam mempertahankan nasabahnya agar tidak beralih ke bank syariah. Selain itu di tengah tekanan persaingan yang semakin intensif di industri perbankan, biaya untuk memperoleh nasabah baru relatif tinggi, akan tetapi kemungkinan mereka akan tinggal cukup rendah.

Kemungkinan terjadinya *switching behavior* pada nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, menjadi sebuah tantangan bagi bank konvensional. Beberapa penelitian menunjukkan adanya *switching behavior* tidak hanya disebabkan karena adanya fatwa MUI yang menegaskan bahwa bunga itu haram, melainkan pelayanan yang diberikan serta biaya administrasi yang rendah[9]. Dalam penelitian lain menyebutkan, nasabah bank syariah bisa saja kembali lagi menjadi nasabah bank konvensional apabila mereka menemukan kegiatan non-syariah yang terjadi di dalamnya[10].

### E. *Hipotesis Penelitian*

Mengadopsi *Theory Planned Behavior*, sesuai dengan penelitian Pookulangara, *et.al*, penelitian ini memprediksi apabila sesuatu hal yang sama akan terjadi[11].

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

Pookulangara, *et al* juga menemukan apabila norma subjektif secara positif mempengaruhi *switching intention* nasabah[11]. Dalam hal perbankan syariah, norma-norma islam digunakan sebagai pedoman pada operasional bank tersebut. Oleh sebab itu, penelitian ini akan memprediksi bahwa:

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

Lebih lanjut, Pookulangara, *et al* berpendapat apabila dikarenakan kesamaan nilai (islam), nasabah dapat merasakan kontrol yang lebih baik atas uang mereka dan sesuai dengan nilai yang didapatkan, dibandingkan bank konvensional. Oleh sebab itu penelitian ini memprediksi bahwa:

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

Tabel 2.  
Tabel Data Demografi Responden

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

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain dan Sampel Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Sesuai dengan penelitian ini yang menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer, sehingga data berupa angka digunakan sebagai alat ukur untuk menemukan kesimpulan. Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke bank syariah, sehingga penelitian ini merupakan penelitian eksploratori karena bersifat mendasar dan bertujuan untuk memperoleh keterangan, informasi, data mengenai hal-hal yang belum diketahui[12]. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank konvensional yang melakukan *switching behavior* beralih menjadi nasabah bank syariah. Jumlah minimal sampel yang diperlukan ialah 60 sampel, mengacu pada konsep *rule of thumb*, yaitu jumlah indikator dikalikan 5[13].

#### B. Pengumpulan Data

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari *online survey* menggunakan Google Formulir untuk mendapatkan responden yang lebih banyak dan luas. Metode pengisian kuesioner dilakukan secara *self-administered* yaitu responden mengisi kuesioner secara mandiri. Sebelum menyebarkan data secara masif, dilakukan *pilot test* pada 30 responden. *Pilot test* dilakukan untuk memberikan input bagi perbaikan item pertanyaan sehingga lebih mudah dipahami. Pengumpulan data penelitian secara masif dilakukan pada bulan Juni hingga Juli dengan memanfaatkan media sosial dan memperoleh 63

data valid. Data yang valid akan dilanjutkan menuju tahap pengolahan dan analisis data.

#### C. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen[14]. Hal ini berdasarkan pernyataan Bellman et al.(2009) dalam penelitian Pookulangara et al.(2011) apabila untuk mempelajari Theory Planned Behavior (PHB) menggunakan analisis regresi linier berganda[11]. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Attitude Towards Switching (X1), Norma Subjektif (X2), dan Perceived Behavioral Control (X3) terhadap variabel dependen Switching intention (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Supranto, 1998):

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

Keterangan:

$$Y = \text{Switching Intention}$$

$\beta_1$  = Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub> (*Attitude Towards Switching*)

$$X_1 = \text{Attitude Towards Switching}$$

$\beta_2$  = Koefisien regresi dari variabel X<sub>2</sub> (Norma Subjektif)

$$X_2 = \text{Norma Subjektif}$$

$\beta_3$  = Koefisien regresi dari variabel X<sub>3</sub> (*Perceived Behavioral Control*)

$$X_3 = \text{Perceived Behavioral Control}$$

e = Standar error

### IV. ANALISIS DAN DISKUSI

#### A. Data Profil Responden

Berikut merupakan data demografi yang didapatkan meliputi jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan yang ditampilkan pada Tabel 2.

#### B. Analisis Data Kuantitatif

Berdasarkan hasil pada tabel data demografi responden diketahui apabila mayoritas dari nasabah bank syariah adalah perempuan dengan rentang usia 18 hingga 27 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar dan juga pegawai swasta. Dari hasil pertanyaan kuesioner juga didapatkan apabila sebesar 53 jawaban atau 84,1% dari seluruh responden masih menggunakan bank konvensional disamping mereka juga menggunakan bank syariah. Adapun 9 jawaban atau 14,3% dari seluruh responden telah beralih sepenuhnya dan hanya 1 responden yang kembali lagi menggunakan bank konvensional. Dari jawaban tersebut juga dapat dikatakan apabila seluruh responden sebelum menggunakan bank syariah merupakan nasabah bank konvensional. Mayoritas dari nasabah tersebut, masih tetap menggunakan bank konvensional yaitu untuk melakukan transaksi sehari-hari atau melakukan setor tarik tunai.

Tabel 3.  
Hasil Uji t

| Hipotesis | Pengaruh                           | Std. Coef                 | P-value |
|-----------|------------------------------------|---------------------------|---------|
| H1        | Attitude Towards Switching → (+)   | Switching Intention 0,121 | 0,359   |
| H2        | Subjective Norms → (+)             | Switching Intention 0,131 | 0,304   |
| H3        | Perceived Behavioral Control → (+) | Switching Intention 0,314 | 0,022   |

Tabel 4.  
Uji Hipotesis

| Hipotesis | P Values | Hipotesis |
|-----------|----------|-----------|
| H1        | 0.359    | Ditolak   |
| H2        | 0.304    | Ditolak   |
| H3        | 0.022    | Diterima  |

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas dari data yang didapat melalui koefisien Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Menurut [14] Cut of value yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas menggunakan ( $\alpha$ ) adalah diatas atau sama dengan 0,6 ( $\alpha \geq 0,6$ ) [15]. Berdasarkan data yang sudah diperoleh, didapatkan hasil uji reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) pada variabel Attitude Towards Channel sebesar 0,682. Pada variabel Subjective Norms didapatkan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) sebesar 0,704. Sedangkan untuk variabel Perceived Behavioral Control diperoleh nilai sebesar 0,605 dan untuk variabel Switching Intention diperoleh nilai sebesar 0,768. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi juga digunakan untuk melihat data yang hilang dan data yang berbeda dibandingkan data lainnya agar data yang didapatkan lebih valid dan akurat. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan ialah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Setelah dilakukan pengujian, 63 lulus semua uji asumsi klasik sehingga uji model dan hipotesis dapat dilakukan.

E. Uji Hipotesis

Analisis hipotesis dilakukan dengan memperhatikan P-value dari setiap analisis koefisien regresi, yakni Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi. Batas nilai signifikansi P-value adalah <0,05 sehingga apabila p-value memiliki nilai kurang dari 0,05 maka hubungan signifikan dan hipotesis diterima dan apabila p-value lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Berikut adalah hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 3.

Hasil Uji t untuk variabel attitude towards switching

menunjukkan bahwa nilai Sig. atau P(Value) sebesar 0,359. P(Value) tersebut lebih besar dari nilai cut-off sebesar 0,05 dapat diartikan memiliki hubungan tidak signifikan. Selain itu, jalur attitude towards switching ke switching intention memiliki nilai standardized coefficient ( $\beta$ ) sebesar 0,121.  $\beta$  tersebut bernilai negatif yang berarti bahwa attitude towards switching ke switching intention memiliki pengaruh yang positif.

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

Hasil Uji t untuk variabel perceived behavioral control menunjukkan bahwa nilai Sig. atau P(Value) sebesar 0,022. P(Value) tersebut lebih besar dari nilai cut-off sebesar 0,05 dapat diartikan memiliki hubungan tidak signifikan. Selain itu, jalur perceived behavioral control ke switching intention memiliki nilai standardized coefficient ( $\beta$ ) sebesar 0,314.  $\beta$  tersebut bernilai positif yang berarti bahwa perceived behavioral control ke switching intention memiliki pengaruh yang positif. Sehingga dapat disimpulkan dalam Tabel 4.

Hal ini dikarenakan uang dalam sebuah bank termasuk sebuah hal objektif, yang mana seorang nasabah menyimpan uang di bank itu untuk hal keamanan. Sehingga norma subjektif maupun attitude towards switching (yang tidak mempengaruhi keamanan dalam penyimpanan) tidak cukup meyakinkan seseorang untuk melakukan switching. Akan tetapi perceived behavior control yang dapat mempengaruhi adanya niat beralih yakni berupa kemauan dan pengetahuan konsumen mengenai bank syariah.

F. Implikasi Manajerial

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

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

Pada analisis regresi linier berganda, didapatkan temuan

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

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, akan dipaparkan penarikan kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian, berikut adalah beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu berdasarkan hasil analisis data kuantitatif, seluruh responden sebelum menggunakan bank syariah, mereka telah atau pernah menjadi nasabah bank konvensional. Sebagian besar dari mereka sampai saat ini masih tetap menggunakan bank konvensional untuk melakukan transaksi sehari-hari / setor-tarik tunai. *Attitude towards switching* serta norma subjektif mengenai bank syariah, tidak mempengaruhi niat konsumen untuk beralih dari bank konvensional dan menggunakan bank syariah. Namun kontrol *perceived behavioral control* dari konsumen yang meliputi kemauan dan pengetahuan mengenai bank syariah, yang dapat mempengaruhi mereka untuk beralih menjadi nasabah bank syariah. Serta karakteristik konsumen yang menjadi nasabah bank syariah, sebagian besar adalah perempuan dengan rentang usia 18 hingga 27 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa/pelajar ataupun pegawai swasta.

### B. Limitasi dan Saran

Penelitian ini telah dilakukan berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Namun, penelitian ini tentu tidak terlepas dari adanya keterbatasan. Pertama, keterbatasan dalam penelitian ini terdapat pada kuesioner yang disebarkan. Meskipun penelitian ini tidak membatasi pekerjaan responden namun mayoritas responden berumur 18 hingga 27 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa/pelajar mendominasi responden dalam penelitian ini dan hanya sedikit responden yang berada di atas usia tersebut. Hal ini dapat berakibat pada kurang beragamnya karakteristik nasabah bank syariah yang dapat dianalisis dalam penelitian ini. Kedua, meskipun penelitian ini tidak membatasi oleh tempat tinggal responden, namun data yang didapatkan mayoritas didominasi oleh responden yang bertempat tinggal di Jombang. Tempat tinggal responden belum mempersentasikan penduduk Indonesia secara merata. Hal ini disebabkan karena keterbatasan akses peneliti untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada responden diberbagai daerah melalui sosial media. Yang ketiga, adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan peneliti lebih sulit untuk mencari responden secara langsung dan hanya dapat mengandalkan sosial media yang dimiliki. Sehingga menyebabkan adanya dominasi dari responden yang berstatus

mahasiswa.

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

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Janti Gunawan, M.Eng.Sc., M.Com.IB. dan Ibu Geodita Bramantyo, S.T, M.Eng.Sc. selaku dosen pembimbing dan ko-pembimbing yang telah memberikan dukungan, saran dan masukan dalam penyelesaian penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada jajaran dosen pengajar dan tenaga pendidik di Departemen Manajemen Bisnis, beserta fasilitas yang telah disediakan untuk menunjang proses penelitian yang berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik (BPS), "Proyeksi Penduduk Indonesia 2015-2045 Hasil SUPAS 2015," Jakarta, 2018. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/publication/2018/10/19/78d24d9020026ad95c6b5965/proyeksi-penduduk-indonesia-2015-2045-hasil-supas-2015.html>.
- [2] D. Ancok, *Religiusitas Sebagai Keberagaman*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- [3] Majelis Ulama Indonesia, "Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (Interest/Fa'idah)." 2004.
- [4] Otoritas Jasa Keuangan(OJK), "Statistik Perbankan Syariah (SPS) Dari Tahun 2009 Sampai Dengan Tahun 2018," [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).
- [5] B. H. Sheppard, J. Hartwick, and P. R. Warshaw, "The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research," *J. Consum. Res.*, vol. 15, no. 3, 1988, doi: 10.1086/209170.
- [6] H. S. Bansal, S. F. Taylor, and Y. St-James, "'Migrating' to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers' Switching Behaviors," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 33, no. 1, pp. 96–115, 2005, doi: 10.1177/0092070304267928.
- [7] Undang-Undang Republik Indonesia No. 10, *Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. Indonesia, 1998.
- [8] Undang-Undang Republik Indonesia No. 21, *Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (2008)*. Indonesia.
- [9] D. Wulandari and A. Subagio, "Consumer Decision Making in Conventional Banks and Islamic Bank based on Quality of Service Perception," in *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Nov. 2015, vol. 211, pp. 471–475, doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.062.
- [10] M. Abduh, S. Kassim, and Z. Dahari, "Factors Influence Switching Behavior of Islamic Bank Customers in Malaysia," *J. Islam. Financ.*, vol. 2, no. 1, 2013, doi: 10.12816/0001113.
- [11] S. Pookulangara, J. Hawley, and G. Xiao, "Explaining consumers' channel-switching behavior using the theory of planned behavior," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 18, no. 4, pp. 311–321, Jul. 2011, doi: 10.1016/j.jretconser.2011.02.005.
- [12] D. Nachmias and C. Frankfort-Nachmias, *Research methods in the social sciences*. New York: St. Martin's Press, 1987.
- [13] U. Sekaran and R. Bougie, *Research Methods for Business: A Skill*

*Building Approach*. John Wiley & Sons, 2016.

[14]D. N. A. Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press, 2012.

[15]N. K. Malhotra and D. F. Birks, *Marketing Research: An Applied Approach*, 3rd, illustr ed. Prentice Hall, 2007.