

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, RESILIENSI DIGITAL,
ALTERNATIVE ATTRACTIVE DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
POTENSI *SWITCHING BEHAVIOUR* NASABAH DARI
BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sebagai Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana (S.E)

Oleh :

NAURI FRANSISKA
NIM 4012021023



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUD AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative Attractive* dan Religiusitas Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa” an Nauri Fransiska, NIM 4012021023 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 21 Januari 2026. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 21 Januari 2026
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I

Dr. Safwan Kamal, M. E. I
NIP. 19900518 202012 1 011

Penguji II

Munadiati, M. Sh
NIP. 19880517 202012 2 011

Penguji III

Dr. Muhammad Amin, M.A
NIP. 19820205 200710 1 001

Penguji IV

Rafqa Zuliani, M. Sh
NIDN. 2026068904

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin, M.A
NIP. 19820205 200710 1 001

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, RESILIENSI DIGITAL,
ALTERNATIVE ATTRACTIVE DAN RELIGIUSITAS TERHADAP POTENSI
SWITCHING BEHAVIOUR NASABAH DARI BANK SYARIAH INDONESIA
DI KOTA LANGSA**

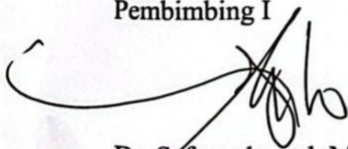
Oleh:

Nauri Fransiska
4012021023

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

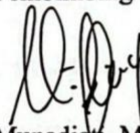
Langsa, 15 September 2025

Pembimbing I



Dr. Safwan kamal, M. E. I
NIP. 19900518 202012 1 011

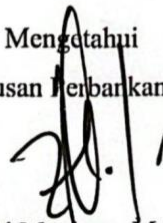
Pembimbing II



Munadiat, M. Sh
NIP. 19880517 202012 2 011

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zefri Maulana, M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nauri Fransiska
Nim : 4012021023
Tempat/tgl. Lahir : Kampung Landuh, 09 Desember 2003
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun Garuda, Desa Landuh, Kec. Rantau, Kab. Aceh
Tamiang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative Attractive* dan Religiusitas Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 15 September 2025

Yang membuat pernyataan



Nauri Fransiska

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."
(Q.S Al-Baqarah:286)

"Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."
(Q.S Al-Insyirah:5-6)

"Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat bukan
menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda.
PERCAYA PROSES itu yang paling penting karena Allah telah mempersiapkan
Hal baik dibalik Kata Proses yang kamu anggap Rumit"

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, resiliensi digital, *alternative attractive* dan religiusitas terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Sampel berjumlah 96 responden ditentukan dengan rumus Lemeshow melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan instrumen skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap potensi *switching behaviour* dengan nilai thitung $2,870 > 1,661$ dan signifikansi $0,005 < 0,05$. Resiliensi digital juga berpengaruh positif signifikan dengan nilai thitung $2,474 > 1,661$ dan signifikansi $0,044 < 0,05$. Sementara itu, *alternative attractive* tidak berpengaruh signifikan dengan nilai thitung $0,671 < 1,661$ dan signifikansi $0,504 > 0,05$. Religiusitas memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan dengan nilai thitung $1,744 > 1,661$ dan signifikansi $0,084 > 0,05$. Secara simultan, keempat variabel yaitu kualitas pelayanan, resiliensi digital, *alternative attractive*, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap potensi *switching behaviour*, yang ditunjukkan dengan nilai Fhitung $37,988 > 2,47$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative Attractive*, Religiusitas, Potensi *Switching Behaviour*, Bank Syariah Indonesia.

Abstract

This study aims to examine the influence of service quality, digital resilience, alternative attractiveness, and religiosity on the potential switching behaviour of Bank Syariah Indonesia customers in Langsa City. The research method employs a quantitative approach with an associative type. The sample consisted of 96 respondents, determined using the Lemeshow formula with purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale instrument. The data analysis technique applied was multiple linear regression with SPSS 25. The results show that service quality has a positive and significant effect on switching behaviour potential, with a t-value of $2.870 > 1.661$ and a significance level of $0.005 < 0.05$. Digital resilience also has a positive and significant effect, with a t-value of $2.474 > 1.661$ and a significance level of $0.044 < 0.05$. Meanwhile, alternative attractiveness has no significant effect, with a t-value of $0.671 < 1.661$ and a significance level of $0.504 > 0.05$. Religiosity has a positive but not significant effect, with a t-value of $1.744 > 1.661$ and a significance level of $0.084 > 0.05$. Simultaneously, the four variables service quality, digital resilience, alternative attractiveness, and religiosity significantly affect switching behaviour potential, as indicated by an F-value of $37.988 > 2.47$ and a significance level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Service Quality, Digital Resilience, Alternative Attractiveness, Religiosity, Switching Behaviour Potential, Bank Syariah Indonesia.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, dengan berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Selawat dan salam saya sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW sebagai teladan dan juga panutan yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa. Adapun judul skripsi penelitian saya adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative Attractive* dan Religiusitas Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa”**.

Dalam penyusunan skripsi penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Terima kasih dan penghormatan yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Bapak Zefri Maulana, M.Si, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
4. Bapak Dr. Safwan kamal, M. E. I selaku pembimbing I dalam penyusunan skripsi penelitian yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat.
5. Ibu Munadiati, M. Sh, selaku dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi penelitian yang telah memberikan motivasi serta kritikan dan saran yang membangun;
6. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa yang telah membimbing dan mengajarkan tentang ilmu-ilmu ekonomi;
7. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Muktar Efendi. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan,

Terimakasih selalu berjuang untuk mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, berkorban keringat, tenang dan fikiran. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

8. Pintu surgaku, Ibunda Masita. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tetapi semangat motivasi serta doa yang selalu beliau berikan hingga penulis sampai menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Yang tersayang abangku M. Agus Candra, kakaku Chintia Anggraini dan adikku M. Zakir Maulana dan Fitri Ramadhani, Terimakasih juga buat doa dan dukungan kalian yang begitu luar biasa sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Sahabat Surgaku Siti Aisyah dan Sri Yunda Dewi, Terimakasih telah kebersamai selama masa perkuliahan hingga dalam proses penyusunan skripsi ini, saling menguatkan, mendukung dan berbagai tawa serta air mata, yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah. Tetap semangat menjalani hidup, karena setiap proses yang kita lalui baik suka maupun duka adalah bagian dari perjalanan menuju kedewasaan dan kesuksesan.
11. Terakhir, Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada diri sendiri, Nauri Fransiska. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terimakasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali kali hampir menyerah, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Semoga kedepannya jiwa ini tetap rendah hati dan mampu menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

12. Serta semua pihak yang telah memberikan dorongan berupa tenaga, pikiran dan motivasi yang mana tidak disebutkan penulis satu-persatu. Semoga semua bantuan dan amal baiknya mendapat balasan dari Allah SWT.

Atas doa dan dukungan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Besar harapan penulis ke depannya agar proposal ini dapat disetujui. Atas segala kekurangan, penulis akhiri, *wassalamualaikumwarahmatullah wabarakatuh*.

Langsa, 15 September 2025
Penulis

Nauri Fransiska

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL
PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
12.1 Latar Belakang Masalah.....	1
12.2 Identifikasi Masalah.....	9
12.3 Batasan Penelitian	10
12.4 Rumusan Masalah	10
12.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
12.6 Penjelasan Istilah.....	13
12.7 Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 <i>Switching Behaviour</i>	16
2.1.1 Teori <i>Switching Behaviour</i>	16
2.1.2 Pengertian <i>Switching Behaviour</i>	17
2.1.3 Indikator <i>Switching Behaviour</i>	18
2.1.4 Proses Pembentukan <i>Switching Behaviour</i>	19
2.2 Kualitas Pelayanan	20
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
2.2.3 Karakteristik Pelayanan Dalam Pandangan Islam	23
2.3 Resiliensi Digital	24
2.3.1 Pengertian Resiliensi Digital.....	24
2.3.2 Indikator Resiliensi Digital	26
2.3.3 Urutan Tingkat Resiliensi Perbankan.....	27
2.3.4 Kebijakan dan Regulasi terkait Resiliensi.....	28
2.4 <i>Alternative Attractive</i>	29
2.4.1 Pengertian <i>Alternative Attractive</i>	29
2.4.2 Indikator <i>Alternative Attractive</i>	30
2.5 Religiusitas	31
2.5.1 Pengertian Religiusitas	31
2.5.2 Indikator Religiusitas	32

2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas	33
2.5 Hubungan Antar Variabel	37
2.6 Penelitian Terdahulu.....	42
2.7 Kerangka Pemikiran.....	51
2.8 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.4 Sumber Data Penelitian	55
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	55
3.6 Identifikasi dan Operasional Variabel.....	56
3.7 Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Karakteristik Responden.....	66
4.1.2 Hasil Uji Analisis Data	70
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	85
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Potensi <i>Switching</i> <i>Behaviour</i> Nasabah dari Bank Syariah Indonesia.....	85
4.3.2 Pengaruh Resiliensi Digital Terhadap Potensi <i>Switching</i> <i>Behaviour</i> Nasabah dari Bank Syariah Indonesia.....	87
4.3.3 Pengaruh <i>Alternative Attractive</i> Terhadap Potensi <i>Switching</i> <i>Behaviour</i> Nasabah dari Bank Syariah Indonesia.....	89
4.3.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Potensi <i>Switching</i> <i>Behaviour</i> Nasabah dari Bank Syariah Indonesia.....	91
4.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, <i>Alternative</i> <i>Attractive</i> dan Religiusitas Terhadap Potensi <i>Switching</i> <i>Behaviour</i> Nasabah dari Bank Syariah Indonesia.....	93
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
DAFTAR LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	56
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan BSI	69
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.9	Hasil Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas.....	79
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4.12	Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.13	Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.14	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	51
Gambar 4.1	Kurva <i>Normal P – Plot</i>	75
Gambar 4.2	Histogram	75
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, terlebih setelah penggabungan tiga bank syariah milik negara (BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri) menjadi satu entitas besar bernama Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2021. Penggabungan atau merger ini bukan hanya menjadi langkah bisnis biasa, melainkan merupakan tonggak sejarah penting dalam sistem keuangan syariah nasional. Langkah ini diambil oleh pemerintah melalui Kementerian BUMN dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai bentuk komitmen terhadap penguatan industri keuangan syariah serta mendorong inklusi dan literasi keuangan syariah secara lebih luas di tengah masyarakat. Dengan modal awal yang besar, jaringan layanan yang luas di seluruh wilayah Indonesia, serta dukungan dari pemerintah, BSI dibentuk untuk menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dan bahkan berambisi untuk menjadi *Top 10 Global Islamic Bank* dalam waktu dekat.¹

Penggabungan ini juga mencerminkan adanya strategi jangka panjang pemerintah untuk menyatukan kekuatan dan sumber daya dari ketiga bank syariah yang sebelumnya berjalan sendiri-sendiri agar dapat bersaing tidak hanya dengan bank syariah lainnya di dalam negeri, tetapi juga di level regional dan global. Penguatan dari sisi permodalan, infrastruktur, Sumber Daya Manusia (SDM),

¹ Lailatus Husna, 'Kinerja Merger Bank Syariah Di Indonesia: Sebuah Analisis Pasca Merger', *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 2.1 (2023), 7–11

hingga sistem teknologi informasi menjadi bagian dari transformasi yang dicanangkan oleh BSI pasca merger. BSI juga diharapkan mampu menjangkau seluruh segmen masyarakat, mulai dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), korporasi, hingga generasi milenial, dengan menghadirkan produk-produk keuangan syariah yang tidak hanya sesuai prinsip-prinsip syariah tetapi juga adaptif terhadap perkembangan zaman.²

Dengan visi besarnya untuk menjadi bagian dari jajaran sepuluh besar bank syariah dunia, BSI dituntut untuk terus berinovasi dan memberikan pelayanan yang unggul, profesional, dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam. Hal ini mencakup optimalisasi layanan digital melalui aplikasi *mobile banking* yang *user friendly*, penguatan *customer service*, serta peningkatan literasi masyarakat terkait keuangan syariah. Tidak hanya itu, BSI juga memiliki peran strategis dalam memperkuat ekosistem halal nasional, mendorong inklusi keuangan syariah di daerah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar), serta mendukung kebijakan pemerintah dalam pembangunan ekonomi umat yang berkeadilan.³

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan syariah, terlebih di Provinsi Aceh yang secara hukum menerapkan syariat Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perbankan. Keberadaan BSI di Aceh menjadi tumpuan utama masyarakat dalam menjalankan

² Muhammad Ikhwan and others, 'Dampak Penggabungan Bank Syariah Milik Bumh Terhadap Perkembangan Perekonomian', *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2.2 (2023), 57–67.

³ Af'idatul Maulidiyah and others, 'Implementasi Total Quality Manajemen Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gresik Menganti', *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2.2 (2022), 274–300

transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.⁴ Namun, dalam perjalanan operasionalnya yang masih terbilang muda, Bank Syariah Indonesia (BSI) mulai menghadapi tantangan serius dalam hal mempertahankan loyalitas nasabah, yakni munculnya fenomena *switching behaviour* atau perilaku berpindahnya nasabah dari satu lembaga keuangan ke lembaga lain.⁵

Fenomena ini menunjukkan adanya potensi pergeseran preferensi dan loyalitas nasabah dari BSI menuju bank lain, baik itu bank syariah yang merupakan kompetitor langsung, maupun bank konvensional yang secara prinsip operasionalnya berbeda. *Switching behaviour* bukan sekadar tindakan berpindah layanan, tetapi merupakan sinyal penting bahwa terdapat ketidakpuasan, ketidaksesuaian harapan, atau adanya penawaran yang lebih menarik dari bank lain yang mendorong nasabah untuk meninggalkan BSI. Dalam konteks persaingan industri perbankan yang semakin ketat dan terbuka, nasabah memiliki kebebasan dan akses luas untuk membandingkan layanan, produk, biaya, kenyamanan, serta inovasi digital antarbank. Ketika nasabah merasa bahwa BSI tidak lagi mampu memenuhi ekspektasi, maka kecenderungan untuk beralih menjadi keputusan rasional yang bisa saja terjadi kapan saja.

Dalam kerangka teoritis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Switching behaviour Theory* yang dikembangkan oleh Keaveney pada tahun 1995. Keaveney mendefinisikan *switching behaviour* sebagai tindakan konsumen untuk berpindah

⁴ Syifa Safira and Widya Restuti Isnaini, 'Penyelesaian Permasalahan Bank Syariah Indonesia Di Aceh Dengan Manajemen Menurut Agama Islam', *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1.4 (2023), pp. 65–68.

⁵ Villian, Gunawan, and Paulus Kindangen, '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 (2022), 738.

dari satu penyedia jasa ke penyedia lainnya sebagai respons terhadap berbagai faktor penyebab, baik yang bersifat negatif (seperti ketidakpuasan terhadap kualitas layanan) maupun positif (seperti tawaran yang lebih menguntungkan dari penyedia lain).⁶

Dalam dunia perbankan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran terhadap seberapa jauh layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.⁷ Namun, ketika pelayanan tidak sesuai harapan, maka akan muncul potensi *switching behaviour*. *Switching behaviour* atau perilaku berpindah adalah tindakan pelanggan dalam mengalihkan preferensi atau penggunaan layanan dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lainnya.⁸ Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan selama 2 tahun terakhir, terdapat beberapa permasalahan signifikan yang muncul dan menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya *switching behaviour* di kalangan nasabah BSI di Aceh khususnya di Kota Langsa.

Pada bulan Mei tahun 2023, terjadi gangguan layanan digital di BSI yang menyebabkan ribuan nasabah tidak dapat mengakses *mobile banking* selama dua hari penuh, yakni pada tanggal 8 hingga 9 Mei. Gangguan ini terjadi saat masyarakat sangat membutuhkan layanan perbankan digital untuk melakukan

⁶ Intan Permana, 'Customer Switching Behavior Dalam Membeli Batik Dari UKM', *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1.1 (2019), pp. 48.

⁷ Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), 170.

⁸ Widy Tri Sianuri, Fauzi Arif Lubis, and Reni Ria Armayani Hasibuan, 'Analisis Customers Switching Behavior Pada Bank Syariah Dengan Pendekatan Push - Pull Factors (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Kcp Serdang)', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.3 (2023), 29-41.

transaksi harian, terutama pelaku usaha yang sangat bergantung pada kecepatan dan kelancaran transaksi digital. Bahkan, beberapa pengusaha lokal menyatakan bahwa gangguan tersebut merugikan pelaku usaha secara finansial dan menghambat operasional usaha. Parahnya lagi, gangguan serupa kembali terjadi pada tahun 2025, yang memperkuat citra bahwa sistem digital BSI belum cukup andal. Dalam era digitalisasi perbankan, gangguan sistem semacam ini bukan hanya masalah teknis, melainkan menjadi ancaman besar bagi reputasi bank dan berpotensi mendorong nasabah untuk mencari alternatif bank lain yang lebih stabil secara teknologi.

Faktor resiliensi digital juga diduga berpengaruh terhadap potensi *switching behaviour* di kalangan nasabah BSI. Resiliensi digital merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk tetap beroperasi secara optimal dan memberikan layanan berkualitas meskipun sedang menghadapi gangguan sistem atau ancaman digital.⁹ Di era transformasi digital saat ini, layanan perbankan yang berbasis teknologi seperti *mobile banking* dan ATM menjadi kebutuhan pokok dalam aktivitas finansial masyarakat.¹⁰ Oleh karena itu, ketahanan dan keandalan sistem digital menjadi penentu utama dalam mempertahankan kepuasan nasabah.

Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan, BSI di Provinsi Aceh kerap mengalami gangguan layanan digital yang berdampak langsung terhadap kenyamanan dan kelancaran transaksi nasabah. Fenomena ini

⁹ R Lestari, H D Windarwati, and R Hidayah, *The Power of Digital Resilience: Transformasi Berpikir Kritis Dan Penguatan Kesehatan Mental Emosional Di Era Disrupsi* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2023), hal. 4.

¹⁰ Annisa Indah Mutiasari, 'Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9.2 (2020), 32–41

mengindikasikan bahwa resiliensi digital BSI masih tergolong lemah, terutama dalam hal penanganan gangguan sistem dan pemulihan layanan secara cepat. Ketika sistem mengalami kegagalan, tidak ada cadangan teknologi atau skema mitigasi risiko yang cukup kuat untuk memastikan layanan tetap berjalan dengan lancar. Hal ini menyebabkan nasabah merasa tidak aman dan mulai mempertanyakan komitmen serta kesiapan BSI dalam menghadapi tantangan digital. Dalam jangka panjang, kekurangan dalam resiliensi digital dapat mempercepat terjadinya potensi *switching behaviour*, di mana nasabah akan membandingkan BSI dengan bank lain yang memiliki sistem digital lebih stabil, cepat, dan responsif.

Kemudian faktor lainnya yang diduga dapat berpengaruh terhadap potensi *switching behaviour* di kalangan nasabah BSI adalah *alternative attractive*. *Alternative attractive* merujuk pada sejauh mana nasabah melihat adanya pilihan alternatif yang dianggap lebih menarik, lebih baik, atau lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Daya tarik alternatif yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan terjadinya *switching behaviour*, sementara ketiadaan alternatif yang layak dapat menahan niat nasabah untuk berpindah, meskipun mereka tidak puas dengan layanan yang ada.¹¹

Di Provinsi Aceh, kebijakan Pemerintah Aceh mengenai konversi penuh perbankan ke sistem syariah yang diimplementasikan sejak tahun 2021 menciptakan kondisi yang unik. Kebijakan ini mewajibkan seluruh kegiatan

¹¹ Farhan Zikri and Whyosi Septrizola, 'The Influence of Dissatisfaction , Alternative Attractiveness , Switching Cost , and Subjective Norm on Switching Intention of Samsung Smartphone Users in Padang City Pengaruh Dissatisfaction , Alternative Attractiveness , Switching Cost , Dan Subjective ', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6.2 (2025), pp. 1356–70.

perbankan menggunakan prinsip syariah, sehingga seluruh bank konvensional harus meninggalkan Aceh.¹² Beberapa bank syariah nasional pun memilih tidak memperluas operasionalnya di wilayah ini, sehingga Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi satu-satunya pemain utama dalam layanan keuangan syariah. Dominasi ini menciptakan kecenderungan quasi monopoli layanan perbankan, di mana nasabah hanya memiliki sedikit atau bahkan tidak memiliki pilihan alternatif lain dalam menggunakan layanan perbankan.¹³

Kondisi ini memiliki dampak langsung terhadap pengalaman nasabah. Ketika terjadi masalah pada sistem BSI, seperti gangguan *mobile banking* atau keterlambatan layanan, nasabah tidak memiliki banyak pilihan untuk berpindah ke lembaga keuangan lain yang sebanding. Nasabah yang kecewa dengan layanan BSI terjebak dalam keadaan di mana nasabah harus tetap menggunakan layanan meskipun tidak puas, hanya karena ketiadaan alternatif yang memadai. Hal ini tidak hanya berpotensi menurunkan loyalitas jangka panjang, tetapi juga dapat memicu akumulasi ketidakpuasan yang suatu saat bisa meledak menjadi perpindahan massal ketika alternatif baru hadir di pasar.

Selain itu, religiusitas merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam konteks layanan keuangan berbasis syariah. Dalam hal ini, religiusitas merujuk pada tingkat keimanan, pemahaman, dan komitmen seseorang terhadap ajaran agama Islam, khususnya terkait prinsip-

¹² Iskandar Budiman, 'Converting Conventional Banks To Sharia Banks in Aceh: An Effort To Maintain a Stable Economy in the Covid-19 Outbreak', *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 10.1 (2021), 24.

¹³ Nabilah Anika, Nabila Indah Chairunnisa, and Aditya Wahyu Saputro, 'Potensi Praktik Monopoli Dalam Merger Bank Syariah Indonesia Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Dan Hukum Larangan Monopoli', *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 2.2 (2021), pp. 174–94.

prinsip muamalah yang mengatur transaksi keuangan. Bagi sebagian besar masyarakat Muslim, keputusan untuk memilih lembaga keuangan syariah,¹⁴ termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), bukan hanya dipengaruhi oleh aspek rasional seperti harga atau kualitas layanan, tetapi juga oleh pertimbangan nilai-nilai agama. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin besar kemungkinan nasabah akan tetap loyal pada institusi keuangan yang dianggap sesuai dengan syariat.¹⁵

Namun demikian, dalam konteks Aceh sebagai daerah yang menerapkan syariat Islam secara formal, fenomena ini menjadi lebih kompleks. Di satu sisi, religiusitas masyarakat Aceh umumnya tinggi, yang semestinya menjadi faktor penguat bagi loyalitas terhadap BSI sebagai bank syariah nasional. Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi awal peneliti ditemukan bahwa dalam realitasnya, kekecewaan terhadap layanan yang buruk, gangguan sistem digital yang berulang, dapat mengikis kepercayaan dan loyalitas nasabah, meskipun bank tetap memiliki komitmen terhadap nilai-nilai syariah. Ditemukan bahwa beberapa nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi sempat mempertimbangkan untuk berpindah ke layanan keuangan lain di luar daerah Provinsi Aceh yang meskipun belum syariah, namun lebih stabil dan terpercaya dari sisi pelayanan digital dan keamanan dana.

¹⁴ Muria Indah Nur Rochmawati B.S and Wiwik Lestari, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Keuangan Syariah', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7.1 (2024), 111–22.

¹⁵ Al-amien Prenduan and others, 'Pengaruh Brand Image, Religiusitas Dan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas', *Masyrif : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Perbankan Syariah Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan*, 5.1 (2024), pp. 141–58.

Fenomena ini memperlihatkan adanya dilema batin di kalangan nasabah religius, antara mempertahankan prinsip agama atau memenuhi kebutuhan praktis dalam kehidupan sehari-hari. Ketika institusi yang mengklaim dirinya syariah tidak mampu memberikan layanan yang sejalan dengan nilai keunggulan Islam seperti amanah, profesionalisme, dan pelayanan yang adil, maka nilai religiusitas bisa tergerus oleh kebutuhan praktis dan rasionalitas ekonomi.

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas maka penulis menyimpulkan bahwa penelitian yang akan penulis bahas berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative attractive* dan Religiusitas Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, berikut adalah identifikasi masalah dalam penelitian, yaitu:

1. Gangguan layanan digital yang terjadi secara berulang yang menyebabkan kekecewaan mendalam pada nasabah, terutama pelaku usaha.
2. Rendahnya resiliensi digital BSI dalam menangani krisis dan pemulihan layanan digital secara cepat.
3. Ketidakhadiran alternatif bank syariah lain di Aceh akibat kebijakan konversi penuh ke perbankan syariah, menciptakan terbatasnya pilihan nasabah.
4. Meningkatnya daya tarik alternatif di luar daerah, yang meskipun tidak syariah, tetapi dinilai lebih unggul dalam hal layanan dan teknologi digital.

5. Dilema religiusitas nasabah Aceh, di mana meskipun secara nilai nasabah cenderung memilih lembaga keuangan syariah, namun kekecewaan terhadap kualitas layanan memunculkan potensi perpindahan ke bank non-syariah.

1.3 Batasan Masalah

Dengan batasan masalah, penelitian ini dapat lebih terfokus pada variabel-variabel utama yang diteliti dan mencegah luasnya cakupan penelitian yang dapat mengurangi kedalaman analisis. Batasan masalah juga membantu peneliti untuk lebih efektif dalam mengalokasikan sumber daya dan waktu yang tersedia. Berdasarkan latar belakang masalah yang diberikan, berikut adalah batasan masalah yang dapat diambil:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada faktor kualitas pelayanan, resiliensi digital, *alternative attractive* dan religiusitas terhadap potensi *switching behaviour*.
2. Subjek penelitian yaitu nasabah dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menggunakan layanan digital, khususnya *mobile banking*.
3. Lokasi penelitian yaitu di Kota Langsa, Provinsi Aceh, sebagai representasi wilayah yang telah sepenuhnya menerapkan sistem perbankan syariah dan termasuk salah satu wilayah yang berdekatan dengan perbatasan wilayah Provinsi Aceh.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh resiliensi digital terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa?
3. Bagaimana pengaruh *alternative attractive* terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa?
4. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, resiliensi digital, *alternative attractive* dan religiusitas terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penulis menyimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh resiliensi digital terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *alternative attractive* terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, resiliensi digital, *alternative attractive* dan religiusitas.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, dengan memberikan pemahaman baru terkait dinamika *switching behaviour* nasabah dalam konteks perbankan syariah yang beroperasi di daerah berlandaskan hukum Islam. Hasil penelitian ini diharapkan memperkaya referensi ilmiah dalam kajian ekonomi Islam, khususnya pada tema loyalitas konsumen, inovasi layanan, dan nilai-nilai religiusitas dalam keputusan ekonomi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Memberikan gambaran yang objektif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *switching behaviour* nasabah, sehingga dapat menjadi dasar untuk meningkatkan kualitas layanan digital (resiliensi sistem), membangun sistem mitigasi risiko yang tangguh, meningkatkan komunikasi krisis ketika terjadi gangguan layanan dan memperkuat strategi diferensiasi

berbasis nilai-nilai Islam yang relevan dengan konteks religius masyarakat Aceh.

b. Bagi Masyarakat dan Nasabah

Memberikan pemahaman mengenai hak dan pilihan dalam mengakses layanan keuangan syariah yang berkualitas, sekaligus mendorong kesadaran kritis atas pentingnya layanan perbankan yang profesional, aman, dan berbasis nilai-nilai syariah yang otentik.

c. Bagi penelitian berikutnya

Menjadi sumber kajian empiris dalam pengajaran dan pengembangan riset tentang perilaku konsumen, manajemen layanan syariah, dan perbankan digital di era disrupsi.

1.6 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Switching behaviour* adalah tindakan pelanggan dalam mengalihkan preferensi atau penggunaan layanan dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lainnya. Dalam konteks perbankan syariah, *switching behaviour* terjadi ketika nasabah beralih dari bank syariah ke bank konvensional atau ke platform keuangan digital lainnya karena berbagai faktor seperti ketidakpuasan layanan, kemudahan akses, inovasi teknologi, biaya transaksi, atau bahkan lemahnya nilai religiusitas.¹⁶

¹⁶ Villian, Gunawan, and Kindangen.

2. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran terhadap seberapa jauh layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.¹⁷
3. Resiliensi digital merupakan kemampuan suatu organisasi untuk tetap beroperasi secara optimal dan memberikan layanan berkualitas meskipun sedang menghadapi gangguan sistem atau ancaman digital.¹⁸
4. *Alternative attractive* (daya tarik alternatif) merupakan aspek yang dapat mempengaruhi persepsi nasabah untuk berpindah ke penyedia alternatif lain karena adanya produk atau jasa alternatif yang memiliki kualitas yang sama atau lebih baik.¹⁹
5. Religiusitas merupakan tingkat komitmen individu terhadap agama yang di anut beserta ajaran-ajarannya yang di tunjukkan oleh sikap dan perilaku yang konsisten dengan komitmen tersebut.²⁰

1.7 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, penulis menjabarkan dalam beberapa bab, antara bab dengan bab saling berhubungan satu dengan yang lain.

Sistematika penulisannya adalah:

¹⁷ Sari, Fasa, and Suharto.

¹⁸ R Lestari, H D Windarwati, and R Hidayah, *The Power of Digital Resilience: Transformasi Berpikir Kritis Dan Penguatan Kesehatan Mental Emosional Di Era Disrupsi* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2023), hal. 4.

¹⁹ Zikri and Septrizola.

²⁰ Bambang Suryadi, *Religiusitas: Konsep, Pengukuran dan Implementasi di Indonesia*, (Jakarta: Blibiosmia, 2021), h. 9.

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang tinjauan pustaka, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis, hipotesa penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, identifikasi operasional dan variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN

Merupakan bab penutup, dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari seluruh pembahasan skripsi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas nanti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI) mulai beroperasi secara resmi pada tanggal 1 Februari 2021. Lembaga ini merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah milik pemerintah yang tergabung dalam Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yakni PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Langkah pemerintah untuk mengonsolidasikan ketiga bank tersebut diharapkan dapat menghadirkan alternatif lembaga keuangan berbasis syariah yang lebih kuat bagi masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.¹⁰⁰

Sebelumnya, pada 12 Oktober 2020, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengumumkan dimulainya proses merger tiga bank umum syariah anak usaha bank BUMN dengan target penyelesaian pada Februari 2021. Menteri BUMN Erick Thohir menjelaskan bahwa keputusan ini didorong oleh kenyataan bahwa tingkat penetrasi perbankan syariah di Indonesia masih tertinggal jauh dibandingkan perbankan konvensional. Selain itu, pemerintah menilai bahwa penggabungan ini menjadi momentum untuk membuktikan bahwa negara dengan populasi muslim terbesar di dunia mampu memiliki bank syariah yang kuat dan berdaya saing global. Dukungan serupa juga disampaikan oleh Presiden Joko

¹⁰⁰ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional", *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 13, No 3, 2021, h. 19.

Widodo yang menegaskan bahwa pembentukan BSI merupakan bagian dari strategi pemerintah dalam memperkuat industri keuangan syariah nasional.¹⁰¹

BSI memiliki visi menjadi bank syariah berskala internasional, dengan target masuk ke dalam jajaran 10 besar bank syariah dunia berdasarkan kapitalisasi pasar pada tahun 2025. Cita-cita tersebut bukan tanpa tantangan, sebab menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga November 2020 total aset perbankan syariah di Indonesia, terdiri dari bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS), baru mencapai 3,97% dari total aset perbankan nasional. Sementara itu, nilai pembiayaan BUS dan UUS baru sebesar 2,49% dari keseluruhan pembiayaan bank umum. Bahkan, tingkat inklusi keuangan syariah mengalami penurunan dari 11,1% pada 2016 menjadi 9,10% pada 2019, berbanding terbalik dengan peningkatan inklusi keuangan bank konvensional yang naik dari 65,6% menjadi 75,28% pada periode yang sama.¹⁰²

Tujuan utama dari penggabungan tiga bank syariah tersebut adalah untuk memperkuat posisi perbankan syariah nasional sehingga mampu bersaing di pasar global serta menjadi motor penggerak ekonomi syariah di Indonesia. Melalui merger ini, diharapkan efisiensi dapat tercapai baik dari sisi pengelolaan dana, operasional, maupun biaya investasi. Kehadiran BSI diharapkan mampu mendorong pertumbuhan sektor perbankan syariah agar sejajar dengan bank-bank BUMN konvensional lainnya serta memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian nasional. Selain itu, penggabungan ini juga diharapkan dapat

¹⁰¹ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional", ...h. 20.

¹⁰² *Ibid.*

meningkatkan pangsa pasar industri keuangan syariah yang hingga kini baru mencapai 9,68%, dengan kontribusi perbankan syariah sekitar 6,81% terhadap total sistem perbankan nasional. Kondisi ini menunjukkan potensi yang sangat besar, mengingat sekitar 229 juta dari 270 juta penduduk Indonesia merupakan pemeluk agama Islam, sehingga pengembangan sektor keuangan syariah perlu terus diperkuat agar mampu tumbuh lebih besar dan berdaya saing tinggi di masa depan.¹⁰³

1.2 Hasil Penelitian

1.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai latar belakang para responden yang berpartisipasi. Adapun karakteristik yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lama menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI). Informasi ini penting untuk memahami konteks dan latar belakang individu yang menjadi objek penelitian, serta untuk menilai keterkaitan antara faktor-faktor tersebut dengan variabel-variabel yang diteliti. Dengan memahami karakteristik ini, analisis data dapat dilakukan secara lebih akurat dan relevan, serta mampu mencerminkan kondisi nyata dari populasi yang menjadi sasaran penelitian. Pembahasan masing-masing karakteristik akan diuraikan sebagai berikut:

¹⁰³ Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional",...h. 20.

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Laki-Laki	28	29%
Perempuan	68	71%
Total	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa dari total 96 responden, mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 68 orang atau sebesar 71%. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 28 orang atau sebesar 29%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, jumlah responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
< 25 tahun	59	61%
25 tahun - 40 tahun	29	30%
40 tahun - 50 tahun	8	8%
Total	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia di bawah 25 tahun, yaitu sebanyak 59 orang atau sebesar 61%. Selanjutnya, responden yang

berada pada rentang usia 25 hingga 40 tahun berjumlah 29 orang atau sebesar 30%. Sementara itu, responden dengan usia antara 40 hingga 50 tahun hanya berjumlah 8 orang atau sebesar 8%.

Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian berasal dari kalangan usia muda, khususnya di bawah 25 tahun, yang merupakan kelompok generasi Z. Dominasi responden usia muda dapat memberikan gambaran bahwa potensi perilaku *switching behaviour* lebih relevan untuk dianalisis pada generasi yang cenderung adaptif terhadap perkembangan teknologi dan layanan digital perbankan.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Mahasiswa	46	48%
Pedagang	22	23%
Pegawai Negeri	11	11%
Pegawai Swasta	14	15%
Dan lain-lain	3	3%
Total	96	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 48%. Selanjutnya, sebanyak 22 orang atau 23% responden berprofesi sebagai pedagang, yang menempati posisi kedua terbanyak. Sementara itu, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri berjumlah 11 orang atau 11%, pegawai swasta

sebanyak 14 orang atau 15%, dan sisanya sebanyak 3 orang atau 3% berasal dari kategori pekerjaan lain-lain.

4. Karakteristik Berdasarkan Lama Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) disajikan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Lama Menggunakan BSI	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
< 1 Tahun	22	23%
1-2 tahun	29	30%
2-3 tahun	29	30%
>3 tahun	16	17%
Total	96	100%

Berdasarkan Tabel 4.3, mayoritas responden telah menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam rentang waktu 1–2 tahun dan 2–3 tahun, masing-masing sebanyak 29 orang atau 30%. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa BSI merupakan bank yang relatif baru berdiri, yakni hasil merger tiga bank syariah milik BUMN pada tahun 2021. Dengan demikian, wajar apabila sebagian besar responden berada pada kategori penggunaan layanan antara 1 hingga 3 tahun, karena usia BSI sendiri baru sekitar empat tahun saat penelitian ini dilakukan.

Sementara itu, terdapat 22 orang responden (23%) yang menggunakan BSI kurang dari 1 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa BSI masih terus menarik minat nasabah baru meskipun usianya masih muda. Adapun responden yang telah menggunakan BSI lebih dari 3 tahun berjumlah 16 orang (17%), kemungkinan besar merupakan nasabah lama dari bank syariah sebelum merger (BRI Syariah, BNI Syariah, atau Bank Syariah Mandiri) yang secara otomatis berpindah menjadi nasabah BSI setelah penggabungan.

1.2.2 Hasil Uji Analisis Data

1.2.2.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25.0 for Windows yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Jika koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan $N = 96$ didapatkan $r_{tabel} = 0,1689$ serta membandingkan probabilitas yang dihitung dengan probabilitas yang ditentukan yaitu sebesar 0,05. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		r_{hitung}	r_{tabel}		
Kualitas Pelayanan (X1)					
1	Saya merasa bank tempat saya menabung belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.	0,779	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
2	Kurangnya pengetahuan petugas tentang produk syariah membuat saya ragu dan berpikir untuk mencari bank lain yang pegawainya lebih kompeten	0,866	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
3	Saya merasa kecewa karena layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, sehingga saya berpikir untuk berpindah ke bank lain yang lebih dapat diandalkan	0,897	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
4	Fasilitas fisik dan teknologi yang digunakan oleh bank saat ini kurang memadai sehingga saya mempertimbangkan untuk beralih ke bank yang lebih modern	0,864	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
5	Saya merasa tidak mendapatkan perhatian yang cukup dari pihak bank terhadap kebutuhan pribadi saya sebagai nasabah	0,851	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid
6	Lambatnya respons dari pihak bank terhadap pertanyaan dan keluhan saya membuat saya	0,890	0,1689	$0,000 < 0,05$	Valid

No	Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		r _{hitung}	r _{tabel}		
	mempertimbangkan untuk beralih ke bank yang lebih sigap				
Resiliensi Digital (X2)					
7	Kurangnya inovasi dan ketidakmampuan bank dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan digital membuat saya ragu untuk tetap menjadi nasabah	0,924	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
8	Saya khawatir terhadap keamanan data pribadi saya karena bank belum menunjukkan kesiapan dalam menghadapi ancaman digital seperti serangan siber.	0,935	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
Alternative attractive (X3)					
9	Saya melihat banyak bank lain yang menawarkan produk serupa dengan BSI, sehingga saya memiliki lebih banyak pilihan untuk berpindah	0,899	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
10	Saya merasa bank lain menawarkan keunggulan yang tidak saya temukan di BSI, sehingga membuat saya tertarik untuk beralih	0,945	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
11	Saya sering membandingkan layanan BSI dengan bank lain, dan merasa ada beberapa kekurangan yang membuat saya ingin mencoba bank lain	0,909	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
12	Kurangnya pemahaman saya terhadap produk BSI membuat saya cenderung melirik bank lain yang lebih jelas dalam menyampaikan informasinya	0,930	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
Religiusitas (X4)					
13	Saya meyakini bahwa menjalankan transaksi keuangan sesuai prinsip Islam adalah bagian dari keimanan saya	0,880	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
14	Saya rutin menjalankan ibadah seperti salat dan puasa yang mendorong saya untuk memilih produk keuangan yang sesuai syariah	0,880	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
15	Saya merasakan ketenangan spiritual saat menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama saya	0,913	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
16	Saya memahami pentingnya akad-akad syariah dalam transaksi keuangan, sehingga saya lebih selektif dalam memilih bank	0,913	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
17	Saya berusaha menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memilih produk keuangan yang halal.	0,914	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
Potensi Switching behaviour (Y)					
18	Kurangnya kualitas pelayanan seperti lambatnya respon karyawan membuat saya berpikir untuk berpindah ke bank lain yang lebih responsif dan profesional	0,870	0,1689	0,000 < 0,05	Valid

No	Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		r _{hitung}	r _{tabel}		
19	Ketidakpuasan saya terhadap produk dan layanan yang disediakan membuat saya mempertimbangkan untuk beralih ke bank lain yang bisa memberikan pengalaman yang lebih memuaskan	0,878	0,1689	0,000 < 0,05	Valid
20	Saya mulai meragukan komitmen dan kejujuran bank saat ini dalam menjaga keamanan dan kerahasiaan data saya, sehingga membuat saya ingin pindah ke bank lain yang lebih dapat dipercaya	0,813	0,1689	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4.5 di atas, dapat dijelaskan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel penelitian, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Resiliensi Digital (X2), *Alternative attractive* (X3), Religiusitas (X4), dan Potensi *Switching behaviour* (Y) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r hitung) dari masing-masing item yang lebih besar daripada nilai r tabel (0,1689) serta nilai probabilitas (sig. 2-tailed) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk variabelnya secara tepat.

Secara rinci, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki enam indikator dengan nilai koefisien korelasi berkisar antara 0,779 hingga 0,897, yang menunjukkan bahwa semua item berhubungan kuat dengan total skor konstruk. Variabel Resiliensi Digital (X2) terdiri atas dua indikator dengan nilai koefisien korelasi sangat tinggi, yaitu 0,924 dan 0,935. Selanjutnya, variabel *Alternative attractive* (X3) memiliki empat indikator dengan koefisien korelasi antara 0,899 hingga 0,945, yang menunjukkan kekuatan hubungan yang sangat baik. Variabel Religiusitas (X4) terdiri dari lima indikator dengan nilai korelasi antara 0,880 hingga 0,914, yang menunjukkan konsistensi instrumen dalam mengukur aspek

religiusitas responden. Adapun variabel Potensi *Switching behaviour* (Y) memiliki tiga indikator dengan nilai koefisien korelasi berkisar antara 0,813 hingga 0,878, yang juga menunjukkan hubungan yang kuat. Dengan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dalam kuesioner penelitian layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya karena memenuhi syarat validitas instrumen penelitian.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak reliabel.¹⁰⁴ Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,928 $>$ 0,60	Reliabel
Resiliensi Digital (X_2)	0,843 $>$ 0,60	Reliabel
<i>Alternative attractive</i> (X_3)	0,940 $>$ 0,60	Reliabel
Religiusitas (X_4)	0,941 $>$ 0,60	Reliabel
Potensi <i>Switching behaviour</i> (Y)	0,813 $>$ 0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga semua instrumen dinyatakan reliabel. Artinya, kuesioner yang

¹⁰⁴Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*,...h. 142.

digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti.

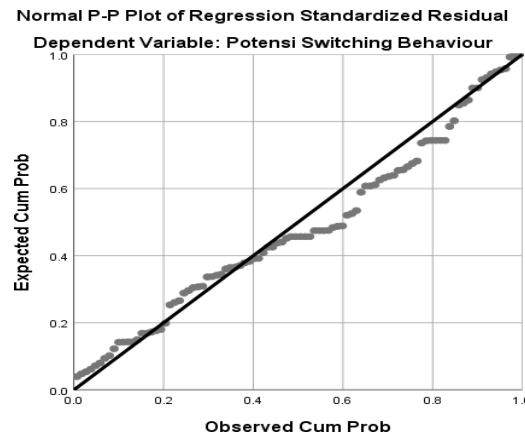
Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,928, menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi. Variabel Resiliensi Digital (X2) dengan nilai 0,843 juga berada pada kategori reliabel yang baik. Variabel *Alternative attractive* (X3) memiliki nilai tertinggi, yaitu 0,940, yang menegaskan bahwa item-item pernyataan sangat konsisten dalam mengukur konstruk tersebut. Variabel Religiusitas (X4) dengan nilai 0,941 juga menunjukkan konsistensi yang sangat kuat antar-item. Sementara itu, variabel Potensi *Switching behaviour* (Y) memperoleh nilai 0,813, yang juga berada dalam kategori reliabel dan layak digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat reliabilitas, sehingga instrumen penelitian dapat dipercaya dan digunakan pada tahap analisis lebih lanjut tanpa mengalami masalah konsistensi pengukuran.

1.2.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi

tidak memenuhi asumsi normalitas.¹⁰⁵ Berikut adalah Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Pada Kurva *Normal P – Plot*:

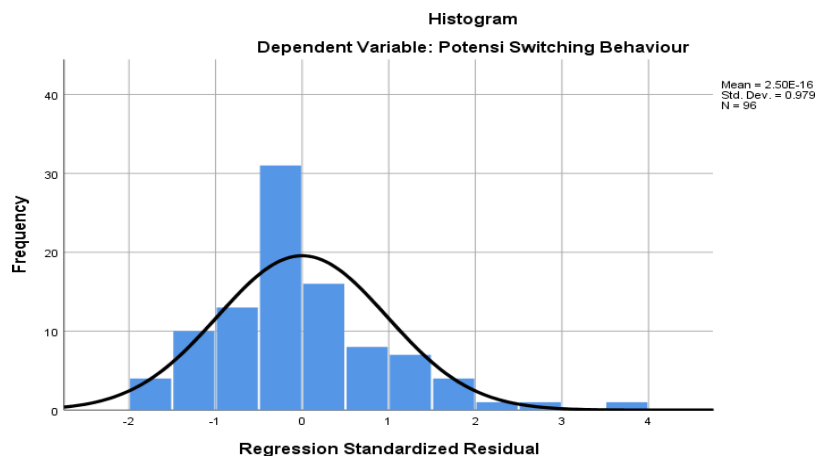


Gambar 4.1

Kurva *Normal P – Plot*

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Dengan melihat gambar *Normal P – Plot* dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.2

Histogram

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

¹⁰⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169.

Berdasarkan Gambar 4.2, dapat dilihat bahwa tampilan grafik histogram dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan. Cara lain menguji normalitas data adalah dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai *Kolmogorov Smirnov* adalah tidak signifikan ($\text{Asymp. Sig (2-tailed)} > \alpha 0,05$).¹⁰⁶

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40942250
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.045
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.103 ^c

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.7 dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai signifikansi ($\text{Asymp. Sig. 2-tailed}$) sebesar 0,103. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,103 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat diketahui dari nilai *Varians Inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan

¹⁰⁶Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 169-170.

tidak terjadi multikolinieritas.¹⁰⁷ Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel dibawah:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Ket
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.153	6.532	Lolos
Resiliensi Digital (X ₂)	0.172	5.799	Lolos
<i>Alternative attractive</i> (X ₃)	0.371	2.696	Lolos
Religiusitas (X ₄)	0.826	1.211	Lolos

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

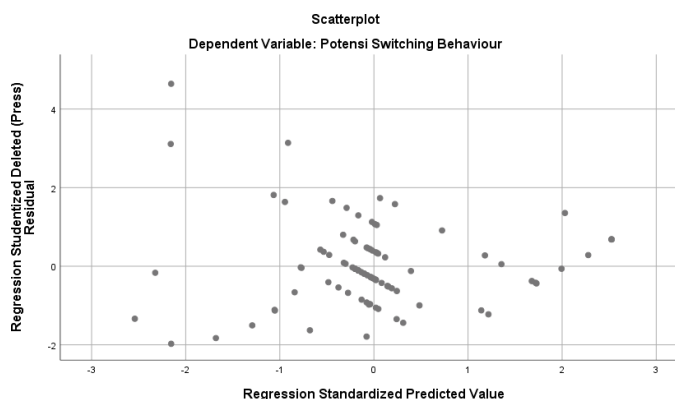
Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.8, dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan (X₁), Resiliensi Digital (X₂), *Alternative attractive* (X₃), dan Religiusitas (X₄) dinyatakan bebas dari gejala multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* yang seluruhnya lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang seluruhnya berada di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik multikolinieritas, sehingga keempat variabel bebas layak digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi

¹⁰⁷ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*, ...h. 78.

heterokedastisitas.¹⁰⁸ Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini:



Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas
 Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Berdasarkan Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas di atas yang ditunjukkan melalui *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas, melainkan memenuhi asumsi homokedastisitas.

4. Autokorelasi

Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):¹⁰⁹

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

¹⁰⁸Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h. 171.

¹⁰⁹Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*,... h. 173.

Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Change Statistics					Durbin-Watson
R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
.625	37.988	4	91	.000	1.136

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kualitas Pelayanan , *Alternative attractive* , Resiliensi Digital

b. Dependent Variable: Potensi *Switching behaviour*

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,136. Karena nilai D-W sebesar 1,136 berada dalam rentang -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah autokorelasi. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena asumsi klasik mengenai autokorelasi telah terpenuhi.

5. Uji Linearitas

Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* > 0,05 maka nilai tersebut linear.¹¹⁰ Berikut ini adalah hasil uji linearitas terhadap model regresi pada penelitian ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>Deviation from linearity</i>	Ket
Kualitas Pelayanan (X_1) → Potensi <i>Switching behaviour</i>	0.052 > 0,05	Linear
Resiliensi Digital (X_2) → Potensi <i>Switching behaviour</i>	0.101 > 0,05	Linear
<i>Alternative attractive</i> (X_3) → Potensi <i>Switching behaviour</i>	0.092 > 0,05	Linear
Religiusitas (X_4) → Potensi <i>Switching behaviour</i>	0.399 > 0,05	Linear

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

¹¹⁰ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, ..., h. 80.

Berdasarkan hasil uji linearitas pada Tabel 4.10, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Resiliensi Digital (X2), *Alternative attractive* (X3), dan Religiusitas (X4) terhadap variabel dependen Potensi *Switching behaviour* (Y) menunjukkan hubungan yang linear. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Deviation from Linearity* masing-masing variabel yang lebih besar dari 0,05.

Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,052, Resiliensi Digital (X2) sebesar 0,101, *Alternative attractive* (X3) sebesar 0,092, dan Religiusitas (X4) sebesar 0,399. Seluruh nilai tersebut $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan linearitas pada masing-masing hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi linearitas, sehingga analisis regresi berganda dapat dilanjutkan karena hubungan antar variabel dinyatakan linear dan sesuai dengan syarat penggunaan model tersebut.

1.2.2.3 Hasil Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda terhadap pengaruh kualitas pelayanan, resiliensi digital, *alternative attractive* dan religiusitas terhadap potensi *switching behaviour* nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, yaitu:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.804	.726		2.485	.015
Kualitas Pelayanan	.226	.079	.471	2.870	.005
Resiliensi Digital	.294	.199	.228	2.474	.044
<i>Alternative attractive</i>	.047	.071	.071	.671	.504
Religiusitas	.064	.037	.123	1.744	.084

a. Dependent Variable: Potensi *Switching behaviour*

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2025

Berdasarkan pada Tabel 4.11 ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 1,804 + 0,226X_1 + 0,294X_2 + 0,047X_3 + 0,064X_4 + e$$

1. Nilai konstan (Y) sebesar 1,804, artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative attractive*, dan Religiusitas bernilai nol (0), maka variabel Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa (Y) akan berada pada angka 1,804.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,226 atau setara dengan 22,6%. Hal ini berarti jika variabel independen lainnya bernilai tetap, maka setiap kenaikan 1% pada Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Potensi *Switching behaviour* sebesar 22,6%.
3. Koefisien regresi Resiliensi Digital (X2) sebesar 0,294 atau setara dengan 29,4%. Artinya, jika variabel lain tetap, maka setiap kenaikan 1% pada Resiliensi Digital akan meningkatkan Potensi *Switching behaviour* sebesar 29,4%.
4. Koefisien regresi *Alternative attractive* (X3) sebesar 0,047 atau setara dengan 4,7%. Artinya, jika variabel lain tetap, maka setiap kenaikan 1% pada

Alternative attractive akan meningkatkan Potensi *Switching behaviour* sebesar 4,7%.

5. Koefisien regresi Religiusitas (X4) sebesar 0,064 atau setara dengan 6,4%. Artinya, jika variabel lain tetap, maka setiap kenaikan 1% pada Religiusitas akan meningkatkan Potensi *Switching behaviour* sebesar 6,4%.

1.2.2.4 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan atau jika t-hitung $> t_{\text{tabel}}$ maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	1.804	.726		2.485	.015
Kualitas Pelayanan	.226	.079	.471	2.870	.005
Resiliensi Digital	.294	.199	.228	2.474	.044
<i>Alternative attractive</i>	.047	.071	.071	.671	.504
Religiusitas	.064	.037	.123	1.744	.084

a. Dependent Variable: Potensi *Switching behaviour*

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

- a. Berdasarkan Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan memiliki t-hitung sebesar $2,870 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, dengan demikian hipotesis diterima.
- b. Variabel Resiliensi Digital memiliki t-hitung sebesar $2,474 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,044 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya, Resiliensi Digital

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, sehingga hipotesis diterima.

- c. Variabel *Alternative attractive* memiliki t-hitung sebesar $0,671 < 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,504 > 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya, *Alternative attractive* tidak berpengaruh signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, sehingga hipotesis ditolak.
- d. Variabel Religiusitas memiliki t-hitung sebesar $1,744 > 1,661$, namun nilai signifikansinya $0,084 > 0,05$, sehingga H_0 diterima. Artinya, Religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, sehingga hipotesis ditolak.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut ini.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315.119	4	78.780	37.988	.000 ^b
	Residual	188.715	91	2.074		
	Total	503.833	95			

a. Dependent Variable: Potensi *Switching behaviour*

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kualitas Pelayanan, *Alternative attractive*, Resiliensi Digital

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2025

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar $37,988 > F_{tabel} 2,47$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya, secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Resiliensi Digital (X2),

Alternative attractive (X3), dan Religiusitas (X4) berpengaruh signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen diterima.

3. Analisis Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa dalam kesanggupan model dalam menjelaskan ragam variabel dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi R^2 memiliki kelemahan, yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²*.¹¹¹

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.625	.609	1.440

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Kualitas Pelayanan , *Alternative attractive* , Resiliensi Digital

b. Dependent Variable: Potensi *Switching behaviour*

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2025

Berdasarkan Tabel 4.14, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,609 atau setara dengan 60,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Resiliensi Digital (X2), *Alternative attractive* (X3), dan Religiusitas (X4) mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel

¹¹¹ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 87.

dependen Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa sebesar 60,9%. Sementara itu, sisanya sebesar 39,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti aspek sosial, psikologis, maupun faktor eksternal lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

1.3 Interpretasi Hasil Penelitian

1.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah Dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

Berdasarkan hasil analisis uji t yang ditunjukkan pada Tabel 4.12, variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t-hitung sebesar $2,870 > t_{tabel} 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Dengan kata lain, semakin buruk kualitas pelayanan yang diterima nasabah, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mempertimbangkan berpindah ke bank lain.

Hasil ini didukung oleh tanggapan responden terhadap butir-butir kuesioner yang berkaitan dengan dimensi kualitas pelayanan, meliputi *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap). Pada aspek *assurance*, misalnya, terdapat pernyataan “Kurangnya pengetahuan petugas tentang produk syariah membuat saya ragu dan berpikir untuk mencari bank lain yang pegawainya lebih kompeten.” Responden yang setuju dengan pernyataan ini menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman pegawai tentang

produk syariah berpotensi menurunkan kepercayaan nasabah dan mendorong mereka mencari bank lain yang dianggap lebih meyakinkan.

Selanjutnya, pada aspek *reliability*, pernyataan “Saya merasa kecewa karena layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, sehingga saya berpikir untuk berpindah ke bank lain yang lebih dapat diandalkan” menunjukkan bahwa ketidakmampuan bank dalam memenuhi janji layanan menimbulkan rasa kecewa pada nasabah. Ketidakcocokan antara janji dan realisasi pelayanan dapat menimbulkan persepsi negatif sehingga nasabah mempertimbangkan alternatif lain yang lebih konsisten dalam memberikan layanan.

Pada aspek *empathy*, pernyataan “Saya merasa tidak mendapatkan perhatian yang cukup dari pihak bank terhadap kebutuhan pribadi saya sebagai nasabah” menegaskan bahwa kurangnya perhatian personal dari pihak bank dapat menurunkan loyalitas nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, empati menjadi salah satu aspek penting, karena nasabah tidak hanya mengharapkan pelayanan profesional, tetapi juga perhatian yang menunjukkan bahwa bank benar-benar peduli terhadap kebutuhan nasabah.

Terakhir, pada aspek *responsiveness*, pernyataan “Lambatnya respons dari pihak bank terhadap pertanyaan dan keluhan saya membuat saya mempertimbangkan untuk beralih ke bank yang lebih sigap” mencerminkan bahwa kecepatan bank dalam merespons pertanyaan atau keluhan merupakan faktor paling utama. Ketika respon dianggap lambat, nasabah mudah merasa tidak dihargai dan dapat menurunkan kepuasan, sehingga mendorong nasabah untuk mencari bank lain yang lebih tanggap.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Switching Behaviour Theory* yang dikemukakan oleh Susan M. Keaveney, yang menjelaskan bahwa perilaku berpindah pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman negatif terhadap layanan, seperti *core service failure*, *service encounter failure*, *inconvenience*, dan *responses to service failure*. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap potensi switching behaviour nasabah Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa ketidakpuasan terhadap aspek jaminan (*assurance*), keandalan (*reliability*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) dapat memicu keinginan nasabah untuk berpindah ke bank lain. Hal ini sesuai dengan teori Keaveney bahwa ketika pelanggan mengalami pelayanan yang tidak memenuhi harapan, mereka cenderung mencari penyedia layanan lain yang dianggap lebih mampu memberikan kepuasan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mencegah perilaku berpindah nasabah di sektor perbankan syariah.¹¹²

Dukungan dari penelitian terdahulu menunjukkan pola yang serupa sekaligus memberikan nuansa konteks. Misalnya, studi oleh Sri Rahayu Syah et al¹¹³ yang menemukan bahwa kemudahan sistem dan prosedur (yang merupakan bagian dari kualitas layanan) berpengaruh positif signifikan terhadap *switching behaviour*, mendukung hasil bahwa aspek operasional-pelayanan memicu niat

¹¹² Nadia and others, 'The Influence of Digital Resilience and Service Quality on Switching Intention of Bank Syariah Indonesia (BSI) Customers in Aceh with Subjective Norm as a Mediating Variable', *Malia*, 16.2 (2025), hal. 267.

¹¹³ Sri Rahayu Syah Rahayu Syah, Ibrahim Ibrahim, and Sufardi Sufardi, 'Switching Behavior Nasabah Bank: Tinjauan Empiris Teori Keperilakuan Di Kota Makassar', *Jurnal Ad'ministrare*, 5.2 (2018), 113.

berpindah. Widy Tri Sianuri¹¹⁴ yang menegaskan pentingnya faktor kepuasan (seringkali dipengaruhi oleh kualitas layanan) sebagai *push factor* yang signifikan, sehingga kualitas layanan yang buruk cenderung meningkatkan perilaku berpindah.

1.3.2 Pengaruh Resiliensi Digital Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah Dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

Berdasarkan hasil analisis uji t pada Tabel 4.12, variabel Resiliensi Digital memperoleh nilai t-hitung sebesar $2,943 > t\text{-tabel } 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Resiliensi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Dengan kata lain, semakin rendah tingkat resiliensi digital yang dimiliki bank, maka semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk berpindah ke bank lain yang dianggap lebih adaptif dan siap dalam menghadapi perkembangan teknologi digital.

Resiliensi digital dalam penelitian ini mencakup dua indikator utama, yaitu resiliensi terhadap dinamika bisnis dan resiliensi terhadap disrupsi atau gangguan digital. Pada indikator resiliensi terhadap dinamika bisnis, salah satu pernyataan kuesioner berbunyi: “Kurangnya inovasi dan ketidakmampuan bank dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan digital membuat saya ragu untuk tetap menjadi nasabah.” Pernyataan ini menggambarkan bahwa keterlambatan bank dalam beradaptasi dengan transformasi digital, misalnya dalam pengembangan layanan *mobile banking*, *internet banking*, maupun integrasi dengan sistem

¹¹⁴ Widy Tri Sianuria, Lubisb, and Reni Ria Armayani Hasibuan.

pembayaran digital, dapat menimbulkan keraguan nasabah. Di tengah era digitalisasi yang serba cepat, nasabah cenderung menuntut inovasi yang terus berkembang. Jika BSI gagal menghadirkan pembaruan layanan digital yang relevan dengan kebutuhan generasi milenial dan Gen Z, maka peluang terjadinya *switching behaviour* akan semakin besar.

Sementara itu, pada indikator resiliensi terhadap disrupsi atau gangguan digital, pernyataan kuesioner yang berbunyi: “Saya khawatir terhadap keamanan data pribadi saya karena bank belum menunjukkan kesiapan dalam menghadapi ancaman digital seperti serangan siber” menunjukkan bahwa aspek keamanan digital menjadi perhatian utama nasabah. Kepercayaan terhadap keamanan data merupakan fondasi penting dalam dunia perbankan. Ketika nasabah merasa bahwa bank belum sepenuhnya siap menghadapi ancaman seperti peretasan, pencurian data, maupun serangan siber lainnya, maka hal ini dapat menurunkan rasa aman nasabah. Ketidakpastian terkait keamanan digital mendorong nasabah untuk mencari alternatif bank lain yang dinilai lebih kuat dalam sistem pertahanan digitalnya.

Temuan ini sejalan dengan kondisi industri perbankan yang saat ini tengah menghadapi tantangan besar akibat disrupsi teknologi finansial (*fintech*). Kehadiran platform digital yang lebih inovatif, cepat, dan aman sering kali menjadi pembanding bagi nasabah dalam menilai layanan perbankan konvensional, termasuk bank syariah. Oleh karena itu, apabila BSI tidak mampu meningkatkan resiliensi digitalnya, maka potensi perpindahan nasabah ke bank lain atau bahkan ke layanan *fintech* akan semakin terbuka lebar.

Hasil ini sejalan dengan *Switching Behaviour Theory* yang dikembangkan oleh Susan M. Keaveney, di mana perilaku berpindah pelanggan tidak hanya dipicu oleh kegagalan layanan utama (*core service failure*), tetapi juga oleh ketidakmampuan perusahaan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan teknologi. Dalam konteks ini, rendahnya resiliensi digital pada Bank Syariah Indonesia mencerminkan bentuk baru dari *service encounter failure* dan *inconvenience*, sebagaimana dijelaskan Keaveney, yaitu ketika pelanggan merasa layanan yang diterima tidak lagi relevan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.¹¹⁵ Keterlambatan inovasi digital serta lemahnya kesiapan bank dalam menghadapi ancaman keamanan siber menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas layanan dan keandalan institusi. Akibatnya, nasabah lebih cenderung untuk berpindah ke bank atau platform digital lain yang dinilai lebih inovatif, efisien, dan aman. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa dalam era digital, resiliensi digital menjadi bagian penting dari kualitas pelayanan modern yang dapat menentukan loyalitas atau perilaku berpindah nasabah, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teori *Switching Behaviour Keaveney*.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia dkk¹¹⁶ yang menemukan bahwa rendahnya kualitas inovasi digital pada bank syariah berpengaruh signifikan terhadap tingginya niat nasabah untuk beralih ke bank lain yang lebih mampu memberikan layanan digital modern.

¹¹⁵ Nadia and others, 'The Influence of Digital Resilience and Service Quality on Switching Intention of Bank Syariah Indonesia (BSI) Customers in Aceh with Subjective Norm as a Mediating Variable', *Malia*, 16.2 (2025), hal. 267.

¹¹⁶ *Ibid.*

1.3.3 Pengaruh *Alternative Attractive* Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah Dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) pada Tabel 4.12, variabel *Alternative attractive* memiliki nilai t-hitung sebesar $0,671 < t\text{-tabel } 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,504 > 0,05$. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti *Alternative attractive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Potensi Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun nasabah mengetahui adanya banyak alternatif bank lain yang menawarkan produk serupa maupun memiliki keunggulan tertentu, faktor tersebut tidak secara langsung mendorong nasabah untuk berpindah dari BSI. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan nasabah untuk tetap bertahan di BSI lebih dipengaruhi oleh faktor internal bank, seperti kualitas pelayanan dan kepercayaan, daripada sekadar banyaknya alternatif pilihan yang tersedia di pasar. Pernyataan kuesioner yang diajukan, seperti “Saya melihat banyak bank lain yang menawarkan produk serupa dengan BSI” atau “Saya sering membandingkan layanan BSI dengan bank lain”, tidak cukup kuat menciptakan dorongan bagi nasabah untuk melakukan *switching*.

Temuan ini sejalan dengan *Switching Behaviour Theory* oleh Susan M. Keaveney, yang menjelaskan bahwa keberadaan alternatif pesaing (*alternative attractiveness*) memang merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat memicu perilaku berpindah pelanggan. Namun, dalam teori tersebut juga ditegaskan bahwa keputusan untuk berpindah tidak hanya ditentukan oleh banyaknya alternatif yang

tersedia, tetapi lebih dipengaruhi oleh pengalaman negatif pelanggan terhadap penyedia layanan saat ini, seperti kegagalan pelayanan (*service failure*) atau ketidakpuasan terhadap interaksi layanan (*service encounter failure*).¹¹⁷ Dalam konteks penelitian ini, meskipun nasabah Bank Syariah Indonesia mengetahui adanya bank lain yang menawarkan produk serupa, hal tersebut belum cukup menjadi alasan untuk berpindah karena mereka masih merasa puas dan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap BSI. Dengan kata lain, sesuai dengan pandangan Keaveney, faktor *alternative attractiveness* baru akan memengaruhi keputusan berpindah apabila disertai pengalaman negatif terhadap layanan utama, sehingga loyalitas nasabah terhadap BSI tetap terjaga meskipun terdapat banyak pilihan bank lain di pasar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firdiyanti¹¹⁸ yang menyatakan bahwa keberadaan alternatif bank lain tidak selalu menjadi faktor utama dalam keputusan nasabah untuk berpindah, karena loyalitas dan persepsi positif terhadap bank asal cenderung lebih memengaruhi perilaku nasabah. Dengan demikian, meskipun persaingan antarbank semakin ketat, *Alternative attractive* tidak menjadi faktor dominan yang menyebabkan *switching behaviour* pada nasabah BSI di Kota Langsa.

¹¹⁷ Nadia and others, 'The Influence of Digital Resilience and Service Quality on Switching Intention of Bank Syariah Indonesia (BSI) Customers in Aceh with Subjective Norm as a Mediating Variable', *Malia*, 16.2 (2025), hal. 267.

¹¹⁸ Shovia Indah Firdiyanti, 'Analisis Determinasi Customers Switching Behavior Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Jawa Tengah Dengan Customers Switching Intention Sebagai Variabel Intervening', (Tesis: UIN Walisongo, 2022).

1.3.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah Dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t), variabel Religiusitas memiliki nilai t-hitung sebesar $1,744 > t\text{-tabel } 1,661$, namun dengan nilai signifikansi $0,084 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun religiusitas berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Langsa. Dengan demikian, H_0 diterima dan hipotesis penelitian ditolak.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa tingkat religiusitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, yang mencakup dimensi ideologis (keyakinan/kepercayaan), praktik ibadah, pengalaman spiritual, pengetahuan agama, serta pengamalan moralitas, belum sepenuhnya menjadi faktor dominan dalam mendorong perilaku berpindah (*switching behaviour*). Hal ini terlihat dari fakta bahwa meskipun nasabah memiliki keyakinan kuat bahwa menjalankan transaksi sesuai dengan prinsip Islam merupakan bagian dari keimanan, serta adanya rasa tenang secara spiritual ketika menggunakan produk berbasis syariah, faktor tersebut tidak secara otomatis mendorong mereka untuk berpindah ke bank lain apabila menghadapi ketidakpuasan terhadap layanan BSI.

Pada praktiknya, religiusitas lebih berperan sebagai pondasi moral dan nilai dasar dalam memilih bank syariah, bukan sebagai pendorong utama untuk mengambil keputusan berpindah. Misalnya, seorang nasabah yang rajin beribadah, memahami akad-akad syariah, dan berusaha konsisten mengamalkan nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, tetap cenderung mempertahankan hubungannya

dengan BSI meskipun menemukan beberapa kelemahan dalam pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas lebih menekankan pada komitmen untuk tetap berada dalam sistem keuangan syariah secara umum, dibandingkan menjadi faktor pendorong untuk meninggalkan suatu bank syariah tertentu menuju bank lainnya.

Selain itu, religiusitas juga dapat dipahami sebagai faktor yang bersifat lebih internal dan personal, sehingga pengaruhnya terhadap keputusan rasional seperti *switching behaviour* sering kali tidak terlalu kuat. Nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi bisa saja merasa tidak puas terhadap pelayanan, namun karena dorongan keyakinan bahwa keberadaan bank syariah merupakan wadah untuk mendukung pelaksanaan ajaran Islam dalam bidang ekonomi, mereka tetap bertahan di dalamnya. Dengan kata lain, keputusan berpindah lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal yang bersifat praktis, seperti kualitas layanan, tingkat kepuasan, kemudahan akses digital, serta kepercayaan terhadap keamanan produk bank, daripada faktor religiusitas semata.

Oleh karena itu, meskipun religiusitas memiliki peran penting dalam membentuk preferensi awal nasabah terhadap bank syariah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran tersebut tidak signifikan dalam memengaruhi potensi perpindahan nasabah dari BSI ke bank lain. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa aspek spiritualitas dan keyakinan agama tetap menjadi pijakan moral, namun faktor yang benar-benar menentukan loyalitas dan kecenderungan berpindah adalah pengalaman nyata yang dirasakan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan perbankan syariah.

Temuan ini sejalan dengan *Switching Behaviour Theory* oleh Susan M. Keaveney, yang menjelaskan bahwa keputusan pelanggan untuk berpindah lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang bersifat rasional, seperti kegagalan layanan (*service failure*) dan ketidaknyamanan (*inconvenience*), dibandingkan faktor internal yang bersifat emosional atau nilai pribadi.¹¹⁹ Dalam konteks ini, meskipun religiusitas nasabah berpengaruh positif terhadap perilaku berpindah, pengaruhnya tidak signifikan karena aspek religius lebih bersifat internal dan moral, bukan pengalaman langsung terhadap layanan. Nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung tetap loyal terhadap sistem keuangan syariah, meskipun mungkin merasa kurang puas terhadap pelayanan di satu bank tertentu. Sesuai dengan pandangan Keaveney, perilaku berpindah umumnya muncul akibat pengalaman negatif yang nyata dalam interaksi pelayanan, bukan karena faktor nilai atau keyakinan pribadi. Oleh karena itu, religiusitas lebih berperan dalam membentuk motivasi awal memilih bank syariah, tetapi tidak menjadi pemicu utama *switching behaviour* ketika nasabah masih merasakan keterikatan spiritual dan kepercayaan terhadap prinsip syariah yang dipegang oleh bank.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihan Rachman 2018.¹²⁰ yang menyatakan bahwa religiusitas sering kali berpengaruh pada preferensi awal dalam memilih lembaga keuangan syariah, tetapi tidak selalu

¹¹⁹ Nadia and others, 'The Influence of Digital Resilience and Service Quality on Switching Intention of Bank Syariah Indonesia (BSI) Customers in Aceh with Subjective Norm as a Mediating Variable', *Malia*, 16.2 (2025), hal. 267.

¹²⁰ Raihan Rachman, 'Pengaruh Religiosity, Attractiveness Of Alternatives, Dan Customer Satisfaction Terhadap Switching Intention Toward Islamic Bank: Studi Kasus Di Wilayah DKI Jakarta' (Skripsi: Indonesia Banking School, 2018).

menjadi faktor yang dominan dalam keputusan lanjutan seperti *switching behaviour*. Faktor-faktor lain, seperti kualitas pelayanan, inovasi digital, dan kepercayaan terhadap keamanan bank, justru lebih menentukan keputusan nasabah untuk bertahan atau berpindah. Dengan demikian, walaupun religiusitas tetap menjadi dasar penting dalam perilaku keuangan masyarakat Muslim, pada konteks BSI di Kota Langsa, faktor ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching behaviour*.

1.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative Attractive* dan Religiusitas Terhadap Potensi *Switching behaviour* Nasabah Dari Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa

Hasil uji simultan (uji F) pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 37,988 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,47 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Resiliensi Digital (X2), *Alternative attractive* (X3), dan Religiusitas (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun secara parsial terdapat variabel yang tidak berpengaruh signifikan, namun ketika keempat variabel diuji secara simultan, keseluruhannya memiliki kekuatan yang berarti dalam menjelaskan kecenderungan nasabah untuk berpindah. Dengan kata lain, perilaku berpindah nasabah tidak dapat hanya dipahami dari satu faktor tertentu, melainkan merupakan hasil interaksi kompleks antara kualitas layanan yang dirasakan,

kemampuan bank dalam menghadapi perkembangan digital, keberadaan alternatif produk atau layanan yang dianggap lebih menarik, serta tingkat religiusitas yang menjadi pijakan moral nasabah dalam memilih bank.

Selain itu, hasil ini menunjukkan bahwa potensi *switching behaviour* pada nasabah BSI di Kota Langsa bukan hanya dipengaruhi oleh aspek teknis seperti pelayanan dan digitalisasi, tetapi juga oleh faktor eksternal berupa daya tarik bank pesaing, serta faktor internal berupa nilai religius yang dianut oleh nasabah. Ketika semua faktor tersebut dipertimbangkan secara bersama-sama, maka pengaruhnya menjadi signifikan terhadap kemungkinan nasabah untuk berpindah ke bank lain.

Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative attractive*, dan Religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap Potensi *Switching behaviour* terbukti dan diterima dalam penelitian ini. Hal ini juga memperkuat pandangan bahwa loyalitas dan keberlanjutan hubungan nasabah dengan bank syariah sangat ditentukan oleh sinergi antara aspek layanan, teknologi, kompetisi pasar, serta nilai-nilai spiritual yang diyakini oleh nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai thitung sebesar $2,870 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula potensi *switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.
2. Resiliensi Digital berpengaruh positif signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai thitung sebesar $2,474 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,044 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi resiliensi digital, maka semakin besar pula potensi *switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.
3. *Alternative attractive* tidak berpengaruh signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai thitung sebesar $0,671 < 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,504 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *alternative attractive* tidak memberikan dampak signifikan terhadap potensi *switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

4. Religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai thitung sebesar $1,744 > 1,661$, namun nilai signifikansi $0,084 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas memiliki arah pengaruh positif, tetapi tidak signifikan dalam meningkatkan potensi *switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.
5. Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *alternative attractive*, dan Religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai Fhitung sebesar $37,988 > 2,47$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen secara bersama-sama memengaruhi potensi *switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

5.2 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Resiliensi Digital, *Alternative attractive*, dan Religiusitas terhadap Potensi *Switching behaviour* nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi keramahan, kecepatan, maupun ketepatan pelayanan, agar nasabah merasa puas dan loyal. Kemudian perlu dilakukan penguatan pada aspek resiliensi

digital, seperti pengembangan aplikasi mobile banking yang lebih stabil, user friendly, dan aman, sehingga nasabah semakin nyaman dalam melakukan transaksi digital tanpa tergoda untuk beralih ke bank lain. Meskipun variabel *alternative attractive* tidak berpengaruh signifikan, pihak bank tetap perlu mewaspadai adanya daya tarik dari bank konvensional maupun fintech lain dengan menawarkan inovasi produk yang kompetitif. Selain itu, pada aspek religiusitas, BSI dapat memperkuat identitas dan edukasi syariah kepada nasabah agar semakin yakin memilih bank syariah bukan hanya karena aspek layanan, tetapi juga karena nilai-nilai keislaman yang dijunjung tinggi.

2. Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Nasabah diharapkan lebih aktif memberikan masukan dan kritik yang membangun kepada pihak bank terkait layanan maupun sistem digital agar kualitas pelayanan dapat terus diperbaiki. Nasabah juga diharapkan memperkuat pemahaman terhadap prinsip-prinsip perbankan syariah, sehingga keputusan dalam memilih bank tidak hanya dipengaruhi faktor eksternal, tetapi juga pertimbangan nilai religius dan kepatuhan syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya terbatas pada empat variabel independen. Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepuasan nasabah, kepercayaan, promosi, dan citra perusahaan yang kemungkinan besar juga berpengaruh terhadap *switching behaviour*. Penelitian selanjutnya juga disarankan memperluas objek penelitian pada wilayah yang lebih luas atau membandingkan antar beberapa bank syariah, sehingga hasil penelitian lebih

komprehensif. Metode penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods untuk mendapatkan gambaran lebih mendalam mengenai alasan nasabah berpotensi berpindah bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Anika, Nabilah, Nabila Indah Chairunnisa, and Aditya Wahyu Saputro, 'Potensi Praktik Monopoli Dalam Merger Bank Syariah Indonesia Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Dan Hukum Larangan Monopoli', *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 2.2 (2021), pp. 174–94
- Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika* (Deepublish, 2016) <<https://books.google.co.id/books?id=3IJ5DwAAQBAJ>>
- Budiman, Iskandar, 'Converting Conventional Banks To Sharia Banks in Aceh: An Effort To Maintain a Stable Economy in the Covid-19 Outbreak', *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 10.1 (2021), p. 24, doi:10.22373/share.v10i1.8337
- Duli, N, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Deepublish, 2019) <<https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ>>
- 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*, 35.1 (2017), pp. 147–72, doi:10.1108/IJBM-01-2016-0003
- Firdiyanti, Shovia Indah, Mujiyono Abdillah, Ari Kristin Prasetyoningrum, and Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, 'Competition in Business: Analysis of Factors Affecting Customers Switching Intention of Conventional Banks To Islamic Banks in Central Java', *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 8.2 (2022), pp. 274–90, doi:10.37567/alwatzikhoebillah.v8i2.1992
- Fristiawati, Rysky, 'Perilaku Berpindah (*Switching behaviour*) Nasabah Non Muslim Yang Menabung Di Bank Muamalat Kota Metro Lampung', *IAIN Metro*, 2021
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Bumi Aksara, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=AqSAEAAAQBAJ>>
- Handayani, M A, B Betri, S Suali, A Solihat, K A S Putri, H Hermanto, and others, *Pengantar Bisnis Digital* (CV. Gita Lentera, 2024) <<https://books.google.co.id/books?id=WmMpEQAAQBAJ>>
- Hasanah, Ustatun, 'Switching Behavior Nasabah Bank Konvensioal Ke Bank Syariah Di Kota Sorong Papua Barat' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2018)
- Hendryadi, Suryani dan, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada*

- Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Prenada Media, 2016)
<<https://books.google.co.id/books?id=YHA-DwAAQBAJ>>
- Husna, Lailatus, 'Kinerja Merger Bank Syariah Di Indonesia: Sebuah Analisis Pasca Merger', *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 2.1 (2023), pp. 7–11, doi:10.55438/jqim.v2i1.50
- Ikhwan, Muhammad, Muhammad Razwin Novryan, Muizul Hidayat, Syahrul Ramdani, and Al-Ma'arif, 'Dampak Penggabungan Bank Syariah Milik Bumh Terhadap Perkembangan Perekonomian', *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2.2 (2023), pp. 57–67
<<https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/856>>
- Kurniawan, Albert, *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula* (Penerbit Mediakom, 2019) <<https://books.google.co.id/books?id=jsNY6HzdWhsC>>
- Lestari, R, H D Windarwati, and R Hidayah, *The Power of Digital Resilience: Transformasi Berpikir Kritis Dan Penguatan Kesehatan Mental Emosional Di Era Disrupsi* (Universitas Brawijaya Press, 2023)
<<https://books.google.co.id/books?id=yyD5EAAAQBAJ>>
- Masayu Rosyidah, and Rafiqa Fijra, *Metode Penelitian* (Deepublish, 2021)
<<https://books.google.co.id/books?id=61k-EAAAQBAJ>>
- Maturid, Ade Djohar, *Metode Penelitian* (Deepublish, 2020)
- Maulidiyah, Af'idatul, Dian Aprissa M, Fakhriyadi Ainiyah, and Bakhrul Huda, 'Implementasi Total Quality Manajemen Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gresik Menganti', *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2.2 (2022), pp. 274–300, doi:10.30762/almuhasib.v2i2.313
- Muria Indah Nur Rochmawati B.S, and Wiwik Lestari, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Keuangan Syariah', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7.1 (2024), pp. 111–22, doi:10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15476
- Mutiasari, Annisa Indah, 'Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9.2 (2020), pp. 32–41, doi:10.47942/iab.v9i2.541
- Nadia and others, 'The Influence of Digital Resilience and Service Quality on Switching Intention of Bank Syariah Indonesia (BSI) Customers in Aceh with Subjective Norm as a Mediating Variable', *Malia*, 16.2 (2025)
- OJK, Departemen Pengaturan dan Pengembangan Perbankan, *Panduan Resiliensi Digital (Digital Resilience)*, *Otoritas Jasa Keuangan* (Otoritas Jasa Keunagan, 2019), XI
<<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>

- Permana, Intan, 'Customer Switching Behavior Dalam Membeli Batik Dari UKM', *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1.1 (2019), pp. 48–52, doi:10.35899/biej.v1i1.4
- Prenduan, Al-amien, Mashuri Toha, Ilham Maulana, Alfani Mubarak, and Moh Bahij Al-ardani, 'Pengaruh Brand Image, Religiusitas Dan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas', *Masyrif : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Perbankan Syariah Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan*, 5.1 (2024), pp. 141–58
- Rachman, Raihan, 'Pengaruh Religiosity, Attractiveness Of Alternatives, Dan Customer Satisfaction Terhadap Switching Intention Toward Islamic Bank: Studi Kasus Di Wilayah DKI Jakarta' (Indonesia Banking School, 2018)
- Sari, Dwi Mutiara, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, 'Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.2 (2021), p. 170, doi:10.32507/ajei.v12i2.892
- Satria, Edia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Switching Intention Pada Nasabah Bank Panin Kota Sungai Penuh Periode Tahun 2016', *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4.1 (2019), p. 131, doi:10.33087/jmas.v4i1.80
- Shovia Indah Firdiyanti, 'Analisis Determinasi Customers Switching Behavior Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Jawa Tengah Dengan Customers Switching Intention Sebagai Variabel Intervening', 2022
- Sugiyono, *Metode Penelitian: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)* (Alfabeta, 2018) <<https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>>
- Syah, Sri Rahayu Syah Rahayu, Ibrahim Ibrahim, and Sufardi Sufardi, 'Switching Behavior Nasabah Bank: Tinjauan Empiris Teori Keperilakuan Di Kota Makassar', *Jurnal Ad'ministrare*, 5.2 (2018), p. 113, doi:10.26858/ja.v5i2.7973
- Syifa Safira, and Widya Restuti Isnaini, 'Penyelesaian Permasalahan Bank Syariah Indonesia Di Aceh Dengan Manajemen Menurut Agama Islam', *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1.4 (2023), pp. 65–68
- Teofilus, Timotius Febry dan, *SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (Media Sains Indonesia, 2020)
- Villian, Gunawan, and Paulus Kindangen, '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 (2022), p. 738, doi:10.35794/emba.v10i2.40026

Widy Tri Sianuria, Fauzi Arif Lubisb, and Reni Ria Armayani Hasibuan, ‘Analisis Customers Switching Behavior Pada Bank Syariah Dengan Pendekatan Push - Pull Factors (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Kcp Serdang)’, *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.3 (2023), pp. 29–41, doi:10.56127/jekma.v2i3.944

Yudiaatmaja, Fridayana, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS* (Gramedia Pustaka Utama, 2013)

Zikri, Farhan, and Whyosi Septrizola, ‘The Influence of Dissatisfaction , *Alternative attractiveness* , Switching Cost , and Subjective Norm on Switching Intention of Samsung Smartphone Users in Padang City Pengaruh Dissatisfaction , *Alternative attractiveness* , Switching Cost , Dan Subjective ’, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6.2 (2025), pp. 1356–70