

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Religiusitas, *Attitude*, *Subjective norm*, dan *Perceived behavior control* Terhadap *Switching intention* Nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah. Maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh Religiusitas terhadap *switching intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $1,917 < 1,985$ sedangkan signifikansi sebesar $0,058$ lebih besar dari α sebesar $0,05$ yaitu $0,058 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Attitude* terhadap *switching intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $4,050 > 1,985$ sedangkan signifikansi sebesar $0,000$ lebih besar dari α sebesar $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *switching intention* atau H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh *Subjective norm* terhadap *switching intention* nasabah bank konvensional ke bank

syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $1,928 < 1,985$ sedangkan signifikansi sebesar 0,057 lebih besar dari α sebesar 0,05 yaitu $0,057 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *Subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching intention* atau H_0 diterima dan H_3 ditolak.

4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh *Perceived behavior control* terhadap *switching intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $1,933 < 1,985$ sedangkan signifikansi sebesar 0,056 lebih besar dari α sebesar 0,05 yaitu $0,056 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived behavior control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching intention* atau H_0 diterima dan H_4 ditolak.
5. Hasil pengujian menunjukkan secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh Religiusitas, Attitude, *Subjective norm*, dan *Perceived behavior control* terhadap *switching intention* nasabah bank konvensional ke bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan pada F_{tabel} yaitu 2,47 dimana $24,665 > 2,47$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_{05} ditolak dan H_{a5} diterima.

B. IMPLIKASI PENELITIAN

1. Implikasi Teoritis

- a. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks Kota Padang, *attitude* merupakan faktor dominan dalam menentukan switching intention, memperkuat argumen dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)* bahwa sikap individu terhadap perilaku memiliki peran paling kuat dibandingkan norma sosial dan kontrol perilaku perseptual.
- b. Tidak signifikannya religiusitas, *subjective norm* dan *perceived behavior control* mengindikasikan bahwa nilai-nilai sosial dan agama belum sepenuhnya terinternalisasi dalam keputusan finansial masyarakat, atau mungkin karena masyarakat belum melihat diferensiasi nyata antara bank syariah dan konvensional dalam praktiknya.
- c. Implikasi ini membuka peluang untuk pengembangan teori TPB dalam konteks lokal, dengan menggabungkan variabel-variabel baru yang lebih kontekstual, seperti kepuasan, persepsi kualitas produk, atau pengalaman pribadi nasabah.

2. Implikasi Praktis

Strategi pemasaran dan komunikasi bank syariah perlu difokuskan pada pembentukan sikap positif terhadap bank syariah. Ini dapat dilakukan melalui promosi manfaat nyata dari layanan syariah, seperti keadilan, transparansi, dan bebas riba, yang mudah dipahami oleh nasabah awam.

Bank syariah sebaiknya tidak hanya menekankan aspek religius atau simbolik, tetapi juga memperkuat persepsi nilai tambah (value proposition), kenyamanan layanan, dan keuntungan rasional yang dapat meningkatkan sikap positif nasabah terhadap perpindahan. Serta perlu dievaluasi kembali pendekatan promosi yang terlalu menekankan religiusitas atau tekanan sosial, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dua aspek tersebut tidak cukup kuat memengaruhi niat berpindah secara signifikan.

C. SARAN

Berdasarkan temuan dan kesimpulan dari penulisan penelitian ini, ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi industri perbankan tentunya lebih meningkatkan kualitas layanan dan produk serta inovasi yg lebih baik agar mampu bersaing dan mempertahankan nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menjadikan penelitian ini sebagai rujukan atau referensi untuk penelitian yang lebih baik lagi dengan mempertimbangkan sampel yang lebih luas dan menambahkan

variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini yang dapat digunakan untuk penyempurnaan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, Y, R Rahim, and A Wira. (2020) “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Proses Konversi Bank Nagari Menjadi Bank Syariah).” *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 5, no. 2: 147–58.
- Annisa, Yoestini. (2023) “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang).” *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24, no. 01: 9.
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani. (2023) “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2: 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Balaka, Yani. (2020) “Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi.” *Widina Bhakti Persada Bandung*, no. 3: 1–130.
- Barid, Miftah, Siswanto Siswanto, and Masyhuri Masyhuri. (2021) “Exploring Islamic Banking Switching intention.” *El Dinar* 9, no. 1: 33–43. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11637>.
- BPS Indonesia, Statistik Indonesia. “Statistik Indonesia 2024.” *Statistik Indonesia* 20241101001(2024):790.<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>.
- Chairani, Debi, and Zefri Maulana. (2024). “pengaruh merger, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap switching behavior nasabah diluar pengguna bank syariah indonesia di kota langsa” 7, no. 2: 22-23
- Dawis, Aisyah Mutia, Yeni Meylani, Nono Heryana, Muhammad Ali Mursid Alfathoni, Eka Sriwahyuni, Rida Ristiyan, Yeni Januarsi, et al. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*,
- Faiza, Kiran. (2023). “Determinants of Consumers’ Decision to Switch to Islamic Banking System: A Case Study of Oman.” *Contemporary Review of the Middle East* 10, no. 1: 46–61. <https://doi.org/10.1177/23477989221143833>.
- Farhan, Fikri. (2024) “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Dan Religiositas Pada Niat Menggunakan Layanan Bank Syariah” 5, no. 2: 197–210.
- Gafur, Abdul, Safrizy Febriyanto, and Nur Kholis. (2022) “Model Pemasaran Modern Perbankan Syariah Dengan Teknologi Blockchain.” *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 4, no. 1: 926–42. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art8>.
- Hafandi, Akhmad, Masdar Hilmy, and Puji Handayati. (2021): “New Trend

- Switching Behavior of Bank Customers.” *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 13, no. 1 52. <https://doi.org/10.17977/um002v13i12021p052>.
- Humaida, Afif, Ilma Dian Fasicha, M Rifan Alghifari, and Puji Sri Lestari. (2024) “Potensi Industri Halal Di Indonesia Sebagai Negara Berpenduduk” 6, no. 1: 11–24.
- Irawan Fakhruddin Mahalizikri, Ungsi Antara Oku Marmai, Elda Martha Suri. (2020) “behavioral intentions of bank customers: an empirical review of behavioral theories Irawan” 1, no. 2: 113–21.
- Mardiana, Eva, Husni Thamrin, and Putri Nuraini. (2021) “Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru.” *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 2 (2021): 512–20. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309).
- Maulana, Fajar Rezky, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni. (2020) “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah.” *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 2 (2020): 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>.
- Maulidati Rahmah, Janti Gunawan, dan Geodita Woro Bramanti. (2020). “Identifikasi Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi *Switching intention* Dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Ke Bank Syariah” 9, no. 2 (2020).
- Miftah Barid, Siswanto, Masyhuri. (2021) “Menjelajahi Niat Perpindahan Perbankan Islam” 9, no. 1: 33–43.
- Muhamad Rizaldi Makmur, Zulfita, La Ode Alimusa, and Endro Sukotjo. (2021) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Nasabah Brand Switching Bank Konvensional Ke Bank Syariah.” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 2: 220–30. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.86>.
- Nuri purwanto, Budiyo, Suhermin. 2022. *Theory Of Planned Behavior*. CV. Literasi Nusantara Abadi. Vol. 11,
- Oktavina, Nikhla, and Miswan Ansori. “Switching intention Nasabah Bank Konvensional Ke Bank Syariah Berdasarkan Teori Push-Pull-Mooring” 2, no. 2 (2024): 235–49.
- Otoritas Jasa Keuangan. “SP OJK Dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2024,” 2024, 1–6. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2024.aspx#:~:text=Hasil SNLIK tahun 2024 menunjukkan,literasi dan inklusi keuangan syariah>.
- Phasa, Ade Sitoresmi, and Yuliani Puji Astuti. (2021) “Analisis Perilaku Brand Switching Dengan Metode Rantai Markov.” *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika* 9, no. 1 (2021): 212–19.

<https://doi.org/10.26740/mathunesa.v9n1.p212-219>.

Rachmawati, Afrian. “pengaruh consumer knowledge, brand image, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1: 1–20.

Rahmadi, S.Ag., M.Pd.I. *Pengantar Metodologi Penelitian. Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. Vol. 44, 2011. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/pengantar metodologi penelitian](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/pengantar%20metodologi%20penelitian).

Rina Qurniawati, Yulfan Nurohman, Aulia Fatharan. “Determinants of Customer Switching intention: Empirical Evidence from Sharia Bank Mergers in Indonesia.” *International Journal of Bank Marketing* 35, no. 1 (2022): 147–72. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2016-0003>.

Riptiono, Sulis, Agus Suroso, and Ade Irma Anggraeni. (2020) “Examining the Determinant Factors on Consumer Switching intention Toward Islamic Bank in Central Java, Indonesia.” *Humanities & Social Sciences Reviews* 8, no. 2 (2020): 364–72. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8241>.

Rizka zulfikar, fifian permata sari, anggi fatmayati. *Teori, Metode Dan Praktik Penelitian Kualitatif. Jurnal Ilmu Pendidikan*. Vol. 7, 2020.

Rokan, Yosa Afandi lubis dan Mustapa Khamal. “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi switching intention pada bank syariah kc lubuk pakam” 1, no. 03 (2021): 188–93.

Rozza, Sylvia, and Thalia Lufna Salsabila. “Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Dari Bank Syariah Indonesia.” *Account* 11, no. 1 (2024): 2195–2207. <https://doi.org/10.32722/account.v11i1.6699>.

Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. “Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 12 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>.

Setioputri, Maulidati Rahmah, Janti Gunawan, and Geodita Woro Bramanti. “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Switching intention Dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Yang Beralih Ke Bank Syariah.” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 9, no. 2 <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.55067>.

Siaputra, Hanjaya, and Enrico Isaac. “Pengaruh Attitude, Subjective norm, Dan Perceived behavior control Terhadap Purchase Intention Makanan Sehat Di Crunchaus Surabaya.” *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6, no. 1 (2020): 9–18. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.9-18>.

Sihotang, Hotmaulina. *Metode Penelitian Kuantitatif. Pusat Penerbitan Dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*, 2023. <http://www.nber.org/papers/w16019>.

“Sp 161 /Gkpb/Ojk/x/2024,” 2024.

Sugiyono.(2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

Trisanty, Aida. “perilaku switching pada perbankan dalam kajian filsafat ilmu 7245 Words Feb 19 , 2024 3 : 14 PM GMT + 7 8 % Overall Similarity Excluded from Similarity Report,” 2024.

Yaldi, Effiyaldi, Johni Paul Karolus Pasaribu, Eddy Suratno, Melani Kadar, Gunardi Gunardi, Ronald Naibaho, Selfi Kumara Hati, and Vira Aryati Aryati. “Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 2 (2022): 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>.

Zuhirsyah, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. (2021) “Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 2: 114–30. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>.

