



The Influence of Product Innovation, Branch Network, And Informaation Technology Systems on Switching Behavior of Customers from Conventional Banks Syariah Indonesia: A Case Study in Selong District

Pengaruh Inovasi Produk, Jaringan Kantor, Dan Sistem Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Berpindah Nasabah Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus Di Kecamatan Selong

Muhtar Hafiz^{1)*}, Muslihun¹⁾, Sanurdi¹⁾

¹⁾Universitas Islam Negeri Mataram

*Correspondence: pascasarjana@uinmataram.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product innovation, office networks, and information technology systems on the switching behavior of conventional bank customers who switch to Bank Syariah Indonesia (Case Study in Selong District). The data used is primary data collected through questionnaires/surveys. The population in this study consists of customers of Bank Syariah Indonesia who have previously used the services of conventional banks in the Selong area, with a sample obtained from 100 respondents using purposive sampling technique. In this study, a multiple linear regression analysis method was used. The results of the partial t-test are as follows: 1) Product Innovation has a significant positive effect on the switching behavior of conventional bank customers who switch to Bank Syariah Indonesia, with a sig. value of $0.000 > 0.05$. 2) Office Network does not affect the switching behavior of conventional bank customers who switch to Bank Syariah Indonesia, with a sig. value of $0.559 > 0.05$. 3) Information Technology System has a significant negative effect on the switching behavior of conventional bank customers who switch to Bank Syariah Indonesia, with a sig. value of $0.05 = 0.05$. The F test (sim elevated) shows that product innovation, office network, and information technology system collectively affect the switching behavior of conventional bank customers who switch to Bank Syariah Indonesia in the Selong District. Of the three variables, the one that most dominantly influences switching behavior is the product innovation variable.

Keywords: Product Innovation; Office Network; IT System; Switching Behavior; Customers of Bank Syariah Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, jaringan kantor dan sistem teknologi informasi terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Kecamatan Selong). Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kusioner/angket. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah-nasabah Bank Syariah Indonesia yang pernah menggunakan layanan jasa bank konvensional yang ada di wilayah Selong, dengan sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden menggunakan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode analisis linier berganda. Adapun hasil uji t parsial yaitu : 1) Inovasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia, dengan mendapat nilai sig. $0,000 > 0,05$. 2) Jaringan kantor tidak berpengaruh terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia, dengan nilai sig. $0,559 > 0,05$. 3) Sistem teknologi informasi berpengaruh negatif signifikan terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia, dengan nilai sig. $0,05 = 0,05$. Pada uji F (simultan) menunjukkan bahwa inovasi produk, jaringan kantor dan sistem teknologi informasi secara bersama berpengaruh terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selong. Dari ketiga variabel variabel yang paling dominan mempengaruhi switching behavior yaitu variabel inovasi produk.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Jaringan Kantor; Sistem IT; Switching Behavior; Nasabah Bank Syariah Indonesia

This is an open access article under the [CC - BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar menurut [Setioputri et al., \(2019\)](#) terutama karena industri perbankan syariah telah ada sejak tahun 1992. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah landasan hukum yang mendukung perkembangan bank syariah. Undang-undang ini mampu mengakomodasi peraturan dan perkembangan industri perbankan syariah saat itu. Setelah terbitnya UU perbankan syariah, industri perbankan syariah mengalami masa keemasan pada periode 2007-2012 dengan pertumbuhan aset dua digit ($CAGR \pm 40\%$). Meski dalam beberapa tahun terjadi pelambatan, total aset perbankan syariah secara akumulatif masih menunjukkan peningkatan. Namun disisi lain, pangsa pasar Bank Syariah Indonesia masih terjebak pada angka psikologis 5% hingga tahun 2018. Pangsa pasar ini dinilai sangat rendah jika dibandingkan dengan beberapa negara muslim lainnya yang memiliki jumlah populasi dan skala ekonomi lebih kecil. Menurut [Asakdiyah et al., \(2024\)](#) Konsumen atau nasabah yang merupakan sarana dalam bisnis perbankan adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan ini, terlebih nasabah sekarang juga semakin kritis dalam memilih suatu produk atau jasa yang akan dibeli. Kondisi demikian menyebabkan pemasar atau perusahaan berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan adalah membentuk citra positif di benak masyarakat

Inovasi dalam produk yang ditawarkan [Amin et al., \(2025\)](#) selain memiliki peran yang signifikan di tengah pasar yang kompetitif, perbankan syariah telah menjadi strategi yang sangat penting. Selain itu, sektor ini harus terus mengembangkan produk baru. Bank syariah Indonesia merupakan hasil merger ketiga bank BUMN, menawarkan berbagai macam produk untuk menarik pelanggan. Ini mencakup berbagai jenis produk seperti tabungan, giro, deposito, pembiayaan mudharabah, murabahahan lain-lain. Faktor lainnya yang menyebabkan nasabah [Setioputri et al., \(2019\)](#) melakukan perpindahan jasa ke Bank Syariah Indonesia adalah jaringan kantor yang tersebar luas di beberapa titik lokasi yang strategis. Semakin banyak jaringan kantor yang tersebar di beberapa wilayah menyebabkan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi dan semakin besar juga keinginan nasabah untuk melakukan *Switching Behavior* melihat kemudahan yang diberikan.

Cara bank melayani pelanggan sangat penting untuk keberhasilan mereka dalam persaingan. ([Cahyani, 2023](#)) Dalam industri perbankan, kompetensi yang paling umum adalah penyediaan hadiah atau bonus yang menarik serta layanan yang diberikan oleh sumber daya manusia, yang mengakibatkan penggunaan teknologi, khususnya teknologi informasi, dalam aspek-aspek pelayanan. Dalam industri jasa keuangan, teknologi informasi dapat digunakan, seperti yang terlihat dalam Internet Banking. Nilai "kemudahan", dibandingkan dengan aspek lain dari layanan, seperti interaksi manusia, dan pengaruh relatifnya terhadap hasil yang positif, dapat memengaruhi bagaimana pelanggan melakukan transaksi. menurut penelitian ([Najib, 2009](#)) Membuka peluang sosial media *marketing* merupakan salah satu cara pemasaran online yang sedang berkembang. Peluangnya bertambah dengan maraknya pengguna *gadget* di Indonesia, dengan semakin pesat mengenai *social media marketing* tersebut tentunya akan menambah warna pada ranah penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

Pengguna teknologi internet ([Pertwi & Ibnu, 2021](#)) terus meningkat dari tahun 2012 ke tahun 2016. Setidaknya itu terbukti dari data yang disajikan oleh Nilai transaksi *Internet Banking* di Indonesia telah mencapai Rp 3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM + debit yang berada pada Rp 3.476 triliun selama 2012. (Hasanah, 2018) Pada tahun 2017 ini terjadi penurunan dalam transaksi *Internet Banking*. Pertumbuhan *Internet Banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat. *Internet Banking* merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer* (PC) atau alat pandai lainnya. Menurut penelitian ([SELVI, 2022](#)) Teknologi telah memungkinkan para pembuat keputusan untuk mengorganisasi distribusi secara radikal, menggabungkan jaringan internet, sistem hub dan spoke, pemrosesan terpusat, dan lain-lain, yang menghasilkan *Internet Banking* dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi.

Dalam industri perbankan, ([Abdul-Talib et al., 2023](#)) Loyalitas pelanggan sangat penting untuk keberlanjutan bisnis. Tidak mudah bagi bank konvensional untuk mempertahankan klien yang sudah ada dan menarik klien baru, terlebih dengan munculnya bank syariah. Biaya untuk mendapatkan nasabah baru juga tinggi, tetapi kemungkinan mereka akan tetap rendah di tengah tekanan persaingan yang semakin kuat di industri perbankan. Bank konvensional menghadapi masalah kemungkinan perubahan tingkah laku pada

nasabah yang beralih ke bank syariah. Studi menunjukkan bahwa pergeseran tingkah laku tidak hanya disebabkan oleh fatwa MUI bahwa bunga haram. Inovasi produk, jaringan kantor yang tersebar luas, kualitas pelayanan, dan biaya administrasi yang rendah juga berkontribusi pada pergeseran tingkah laku. Dalam penelitian (Stiadi & Kumalasari, 2025) menyebutkan, nasabah bank syariah bisa saja kembali lagi menjadi nasabah bank konvensional apabila mereka menemukan kegiatan non-syariah yang terjadi di dalamnya.

Penelitian (Setioputri et al., 2019) Industri perbankan New Zealand menemukan bahwa beberapa faktor memengaruhi perilaku perpindahan konsumen. Ini termasuk harga, reputasi, respons terhadap pelayanan yang buruk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, produk layanan, komitmen pelanggan, demografi, kompetisi yang efektif dalam iklan, dan perpindahan yang sukarela. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa reputasi, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, komitmen pelanggan, dan perilaku berpindah sangat terkait.

(Muzzaki, 2019) yang melakukan penelitian pada bank tentang hal-hal yang mempengaruhi perilaku berpindah nasabah, termasuk harga, reputasi bank, promosi, keterpaksaan, dan kualitas layanan. Penelitian ini menemukan bahwa faktor harga dan rekomendasi orang lain untuk berpindah bank mempengaruhi sikap nasabah berpindah bank, sementara faktor reputasi bank, promosi, kualitas layanan, dan keterpaksaan berpindah tidak mempengaruhi sikap nasabah berpindah bank. Perilaku pelanggan menurut studi (Salshabillah, 2024) berpindah bank disamping karena pengaruh pertimbangan rasional juga dipengaruhi oleh adanya pengalaman masa lalu dan kebiasaan nasabah yang menyukai mencoba-coba produk atau bank baru.

Penelitian mengenai *switching behavior* nasabah dari bank konvensional ke bank syariah telah banyak dilakukan. (Setioputri et al., 2019) menunjukkan bahwa faktor reputasi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan berperan signifikan dalam mendorong perilaku perpindahan. (Muzzaki, 2019) menemukan bahwa faktor harga dan pengaruh pihak ketiga lebih dominan dibandingkan promosi atau reputasi bank, sementara (Stiadi & Kumalasari, 2025) menegaskan pentingnya religiusitas dan pengetahuan konsumen dalam memengaruhi keputusan beralih ke bank syariah Indonesia. Namun demikian, ketiga studi tersebut belum secara komprehensif mengkaji pengaruh inovasi produk, jaringan kantor, dan sistem teknologi informasi sebagai determinan utama *switching behavior* khususnya dalam konteks pasca-merger BSI sebagai entitas baru hasil konsolidasi tiga bank syariah nasional.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Jaringan Kantor Dan Sistem Teknologi Informasi Terhadap Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Yang Beralih Ke Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Kecamatan Selong).” Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selong? (2) apakah ada pengaruh jaringan kantor terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selong? (3) apakah ada pengaruh sistem teknologi informasi terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selong? (4) menganalisis pengaruh inovasi produk, jaringan kantor, dan sistem teknologi informasi secara simultan terhadap *switching behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selong?

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme menurut (Gunawan & Hasanah, 2019) digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan berusaha memaparkan secara kuantitatif kecenderungan, sikap atau opini dari suatu populasi, dalam metode survei data yang diperoleh dari kuesioner di lapangan kemudian di olah menjadi angka-angka dan analisis menggunakan metode statistik menggunakan bantuan program SPSS untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan. Tempat pelaksanaan penelitian dilakukan di Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, dimana waktu pelaksanaannya dalam kurun waktu dua bulan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah populasi terbatas, dimana populasi difokuskan pada Nasabah Bank Syariah Indonesia yang pernah/masih menjadi nasabah bank konvensional yang berada di Kecamatan Selong. (Yuningsih et al., 2022) Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah sampel yang ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria

yang telah ditentukan sebelumnya. Kriteria atau persyaratan dalam penentuan sampel adalah sebagai berikut : (a) Responden berusia minimal 18 Tahun (b) Responden nasabah dari Bank Syariah Indonesia (c) Responden pernah/masih menjadi nasabah di Bank Konvensional. (c) Responden berdomisili di Kecamatan Selong, Lombok Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada pengujian validitas yang telah diberikan kepada 100 responden untuk memenuhi pengujian yang akan dilakukan. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini, dimana r-tabel dari 100 responden ($df = N-k = 100-3=97$, dimana N adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independent) adalah 0,1975. Berikut adalah tabel hasil uji validitas menggunakan SPSS dengan jumlah item pernyataan 6 buah untuk variabel inovasi produk. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk

Item	Pearson Correlations	<i>P</i> value	Kesimpulan
IP 1	0,642	0,000	Valid
IP 2	0,663	0,000	Valid
IP 3	0,537	0,000	Valid
IP 4	0,738	0,000	Valid
IP 5	0,598	0,000	Valid
IP 6	0,628	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas,dapat kita ketahui bahwa semua pernyataan merger bank syariah dinyatakan bahwa hasil r-hitung > r-tabel bernilai positif. Hal ini berarti keseluruhan item pernyataan dalam kuesioner pada variabel inovasi produk dapat dinyatakan valid. Berikut adalah tabel hasil uji validitas menggunakan SPSS dengan jumlah item pernyataan 6 buah untuk variabel jaringan kantor. Dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Jaringan Kantor

Item	Pearson Correlations	<i>P</i> value	Kesimpulan
JK 1	0,697	0,000	Valid
JK 2	0,761	0,000	Valid
JK 3	0,620	0,000	Valid
JK 4	0,618	0,000	Valid
JK 5	0,711	0,000	Valid
JK 6	0,719	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r-hitung > r-tabel (0, 1975) per item pertanyaan variabel jaringan kantor, artinya seluruh item pertanyaan dinyatakan valid. Hasil uji validitas variabel sistem TI dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Sistem Teknologi Informasi

Item	Pearson Correlations	<i>P</i> value	Kesimpulan
STI 1	0,472	0,000	Valid
STI 2	0,613	0,000	Valid
STI 3	0,725	0,000	Valid
STI 4	0,563	0,000	Valid
STI 5	0,731	0,000	Valid
STI 6	0,695	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r-hitung > r-tabel (0, 1975) per item pertanyaan variabel sistem teknologi informasi, artinya seluruh item pertanyaan dinyatakan valid. Berikut adalah tabel hasil uji validitas menggunakan SPSS dengan jumlah item pernyataan 6 buah untuk variabel Switching Behavior. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Switching Behavior

Item	Pearson Correlations	<i>P</i> value	Kesimpulan
STI 1	0,709	0,000	Valid
STI 2	0,737	0,000	Valid
STI 3	0,753	0,000	Valid
STI 4	0,724	0,000	Valid
STI 5	0,707	0,000	Valid
STI 6	0,677	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,1975) per item pertanyaan variabel Switching Behavior, artinya seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji reabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan diperoleh hasil dengan konsistensi pengukuran yang baik. Jika nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 maka semua variabel dalam penelitian dinyatakan reliabel. Adapun hasil tingkat realibilitas dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
1	Inovasi Produk	0,703	Reliabel
2	Jaringan Kantor	0,771	Reliabel
3	Sistem teknologi informasi	0,700	Reliabel
4	Switching Behavior	0,806	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, tahun 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui seluruh variabel memiliki reliabilitas tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai cronbach's alpha di atas 0,60 artinya kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi atau reliabel sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan untuk dapat diketahui normal atau tidaknya suatu data yang di analisis pada penelitian ini. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16. Untuk mengetahui normalitas suatu data, bagian yang perlu dilihat adalah bagian Kolmogorov-Smirnov Z dan Asymp. Sig. (2-tailed). Kriterianya adalah jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data berdistribusi normal, namun jika Asymp. Sig. (2-tailed) nilainya kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal, adapun hasil uji normalitas disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,01489097
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,647
Asymp. Sig. (2-tailed)		,796

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil uji yang telah dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov sumirnov diketahui bahwa hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai dari signifikasi 0,796 $>$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari data yang digunakan pada penelitian ini mempunyai distribusi normal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independent. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dari hasil analisis menggunakan SPSS. Jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	Inovasi Produk (X1)	0,962	1,039
	Jaringan Kantor (X2)	0,989	1,011
	Sistem teknologi informasi (X3)	0,952	1,051

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai tolerance pada variabel inovasi produk (X1) adalah 0,962, jaringan kantor (X2) 0,989 dan sistem teknologi informasi (X3) 0,952, variabel-variabel tersebut mendapatkan hasil lebih dari 0,100. Selanjutnya dilihat dari nilai VIF pada variabel inovasi produk (X1) adalah 1,039, jaringan kantor (X2) 1,011 dan sistem teknologi informasi 1.051(X3) variabel-variabel tersebut mendapatkan hasil nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data dari penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas yang dilihat dari nilai tolerance maupun VIF.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hal ini dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficientsa		
Model		Sig.
	(Constant)	,308
	Inovasi Produk (X1)	,205
	Jaringan Kantor (X2)	,147
	Sistem teknologi informasi (X3)	,348

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas yang di uji menggunakan uji glejser menghasilkan bahwa nilai signifikansi pada variabel inovasi produk (X1) memiliki nilai 0,205, jaringan kantor (X2) sebesar 0,147 dan sistem teknologi informasi (X3) sebesar 0,348 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan variabel independen memiliki nilai lebih dari 0,05.

Uji Hipotesis

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficientsa					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,891	,182		4,907	,000
rtx1	,409	,108	,365	3,799	,000
rtx2	,075	,128	,056	1,586	,559
rtx3	-,244	,127	-,186	-1,921	,058

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil persamaan pengolahan data regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16, maka dapat dipaparkan persamaan regresi, dapat dilihat pada tabel 10 dibawah ini.

Tabel 10. Persamaan Regresi

$$Y = 0,891 + 0,409X1 + 0,075X2 - 0,244X3$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut; (1) Nilai koefisien α sebesar 0,891 hal ini berarti apabila variabel bebas inovasi produk, jaringan kantordan sistem teknologi informasi tidak ada atau nilainya nol, maka nilai variabel terikat yaitu Switching Behavior, nilainya sebesar 0,891; (2) Nilai Koefisien regresi variabel inovasi produk (X1) sebesar 0,409 artinya apabila inovasi produk ditingkatkan 1% maka keinginan nasabah bank konvensional untuk melakukan perilaku Switching Behavior mengalami kenaikan sebesar 0,409. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara inovasi produk terhadap Switching Behavior di Kecamatan Selong; (3) Nilai Koefisien regresi variabel jaringan kantor sebesar 0,075 menunjukkan bahwa apabila terdapat kenaikan 1% pada variabel jaringan kantor maka akan terjadi kenaikan pada variabel Switching Behavior sebesar 0,075. Dapat dilihat bahwa koefisien bernilai positif, jadi apabila terjadi kenaikan pada variabel jaringan kantor, maka variabel Switching Behavior akan ikut mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya; (4) Nilai Koefisien regresi variabel sistem teknologi informasi sebesar -0,244 menunjukkan bahwa apabila terdapat kenaikan 1% pada variabel sistem teknologi informasi maka akan terjadi penurunan pada variabel Switching Behavior sebesar 0,244. Dapat dilihat bahwa koefisien bernilai negatif, jadi apabila terjadi kenaikan pada variabel sistem teknologi informasi, maka variabel Switching Behavior akan menurun, begitupun sebaliknya.

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh antara inovasi produk (X1), jaringan kantor (X2) dan sistem teknologi informasi (X3) terhadap Switching Behavior (Y) secara parsial. Dengan ketentuan, H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada signifikansi 5% artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada signifikansi 5% artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini menggunakan 4 variabel dan 100 data penelitian, sehingga diperoleh nilai df sebesar 96, dengan nilai t tabel sebesar 1,661. Hal ini dapat dilihat pada tabel 11 dibawah ini

Tabel 11. Hasil Uji t

Coefficientsa		
Model	T	Sig.
(Constant)	4,907	,000
Inovasi Produk X1	3,799	,000
Jaringan Kantor X2	1,586	,559
Sistem teknologi informasi X3	-1,921	,058

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan pada tabel 4.16, diperoleh nilai; (1) Uji t variabel inovasi produk (X1) terhadap Switching Behavior variabel X1 mempunyai t_{hitung} yaitu 4,845 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk (X1) memiliki kontribusi terhadap Switching Behavior (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel inovasi produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Switching Behavior (Y); (2) Uji t variabel jaringan kantor terhadap Switching Behavior, variabel X2 mempunyai t_{hitung} yaitu 1,586 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaringan kantor (X2) tidak memiliki kontribusi terhadap Switching Behavior (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel jaringan kantor secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Switching Behavior (Y); (3) Uji t variabel sistem teknologi informasi terhadap Switching Behavior, variabel X3 mempunyai t_{hitung} yaitu 1,921 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sitem TI (X3) memiliki kontribusi terhadap Switching Behavior (Y). Nilai t negatif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang berlawanan dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel sistem teknologi informasi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Switching Behavior (Y).

Uji F merupakan uji dimana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen), yaitu inovasi produk (X1), jaringan kantor (X2) dan sistem teknologi informasi (X3) terhadap variabel terikat (dependen),

yaitu *Switching Behavior* (Y). Dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya adalah 0,05. berikut hasil uji F test, dapat dilihat pada tabel 12 dibawah ini.

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	,268	3	,089	5,488	,002 ^b
Residual	1,562	96	,016		
Total	1,830	99			

Sumber : Data primer diolah 2022

Koefisien Determinasi mengukur tingkat keeratan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat. Nilai koefisien determinasi simultan yang merupakan hasil pengkuadratan koefisien korelasi menunjukkan persentase pengaruh variable bebas secara serentak terhadap variable terikat. Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinansi yang berada antara nol dan satu. Hasil nilai R Square dari regresi digunakan untuk mengetahui besarnya struktur modal yang dipengaruhi oleh variable-variabel bebasnya. Hasil perhitungan koefisien determinansi dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,383a	,146	,120	,12757	

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R^2) adalah 0,383 , artinya terdapat hubungan yang kuat searah antara variabel X dengan Y. Sehingga dapat disimpulkan variabel bebas inovasi produk (X1), jaringan kantor (X2) dan sistem teknologi informasi (X3) berpengaruh terhadap variabel terikat *Switching Behavior* di Kecamatan Selong, artinya jika inovasi produk (X1), jaringan kantor (X2) dan sistem teknologi informasi (X3) ditingkatkan, maka keinginan nasabah untuk melakukan *Switching Behavior* juga akan meningkat, dan demikian pula sebaliknya. Persentase pengaruh variabel bebas dan terikat yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,146. Hal ini diartikan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat dengan nilai sebesar 14,6% dan sisanya 85,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Switch Behavior

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel inovasi produk (X1) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,845 > 1,661$. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Switching Behavior* (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,409 ,artinya inovasi produk berpengaruh sebesar 40,9% terhadap *Switching Behavior*. Dengan demikian H1 yang menyatakan variabel inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap *Switching Behavior* nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tiastuti, 2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo” membuktikan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat kelurahan benteng kota palopo. Minat seseorang dipengaruhi oleh keinginan berdasarkan hasil penelitian (Matnin et al., 2021) untuk menggunakan suatu jasa layanan perbankan. Jika minat menggunakan jasa layanan Bank Syariah Indonesia tinggi disebabkan oleh inovasi dari produk-produk

yang ditawarkan, maka minat nasabah dari bank konvensional untuk beralih menggunakan Bank Syariah Indonesia akan semakin tinggi juga.

Pengaruh Jaringan Kantor Terhadap Switch Behavior

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel jaringan kantor (X2) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,586 < 1,661$. Nilai signifikan sebesar $0,559 > 0,05$, yang berarti bahwa jaringan kantor tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Switching Behavior (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar $0,075$, artinya jaringan kantor berpengaruh sebesar $7,5\%$ terhadap Switching Behavior. Dengan demikian H2 yang menyatakan variabel jaringan kantor berpengaruh positif signifikan terhadap Switching Behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di tolak dan H0 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jeki Saeki dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Jaringan Kantor Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Penelitian bank BJB Syariah KCP Pabuaran)” variabel jaringan kantor tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah di KCP Pabuaran. Berkembangnya perbankan syariah yang semakin modern, (Huzaimah, 2022) berasaskan Islam dan telah banyaknya berbagai macam produk, fitur dan fasilitas layanan lainnya tidak secara otomatis menjadi perbankan syariah sebagai solusi atas transaksi dan pelayanan perbankan yang diharapkan oleh seluruh lapisan masyarakat, hal tersebut tidak terlepas dari adanya kelemahan sehingga masih kurangnya tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah. (Abduh et al., 2013) Kelemahan-kelemahan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia dalam menghadapi persaingan bisnis adalah terletak pada kurangnya jaringan kantor yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia di bandingkan Bank Konvensional yang memiliki aset kantor yang tersebar luas. Dari hasil penelitian, nasabah tidak menjadikan faktor jaringan kantor sebagai alasan untuk berpindah jasa layanan ke Bank Syariah Indonesia, hal ini disebabkan masih kurangnya jaringan kantor Bank Syariah Indonesia di beberapa wilayah khususnya di Kecamatan Selong, dibanding bank Konvensional yang sudah menyediakan fasilitas atm di beberapa tempat yang strategis, Bank Syariah Indonesia hanya menyediakan atm di dekat kantor BSI.

Pengaruh Sistem Teknologi Informasi Terhadap Switch Behavior

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel sistem teknologi informasi (X3) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,921 > 1,661$. Nilai signifikan sebesar $0,058 < 0,05$, yang berarti bahwa sistem teknologi informasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap Switching Behavior (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar $0,186$, artinya sistem teknologi informasi berpengaruh sebesar $18,6\%$ terhadap Switching Behavior. Dengan demikian H3 yang menyatakan variabel sistem teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap Switching Behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hasibuan, n.d.) dengan judul “Pengaruh Sistem Teknologi Informasi, kualitas pelayanan dan motif religius terhadap kepuasan nasabah (Studi kasus PT Bank Syariah Mandiri di Banda Aceh)”, variabel sistem teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, nasabah-nasabah yang mengalihkan jasa perbankannya ke Bank Syariah Indonesia mengaku mendapat rekomendasi dari teman terkait kepuasan pelayanan dalam segi teknologi informasi yang dimiliki Bank Syariah Indonesia. Loveloc et.al menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan pada suatu jasa adalah suatu kesediaan pelanggan untuk melanjutkan pembelian dalam jangka waktu yang panjang dan mempergunakan pelayanannya secara berulang, serta merekomendasikan kepada teman-teman dan perusahaan lain secara sukarela.

Menurut (Approach, 2016) Kelebihan-kelebihan teknologi informasi khususnya dalam segi pelayanan Internet Banking yang dimiliki Bank Syariah Indonesia adalah fitur pembuatan rekening BSI yang bisa dilakukan melalui online tanpa harus datang ke kantor bank BSI untuk penyerahan fisik kartu ATM, bank BSI akan mengirimkan ke alamat nasabah yang sudah tertera. Selain itu, jika nasabah lupa membawa ATM saat ingin tarik tunai di Kantor BSI, pihak bank memberikan layanan pada Internet Banking dengan tarik tunai tanpa kartu ATM, nanti nasabah akan diberikan nomor penarikan pada Internet Banking dan nomor tersebut bisa dimasukkan di ATM pada saat tarik tunai. Differensiasi Internet Banking Bank Syariah Indonesia juga terletak pada metode dua verifikasi yang dimiliki dalam hal aktivasi Internet Banking, yang dimana pada saat aktivasi ke akun Internet Banking nasabah diharuskan menggunakan layanan dua verifikasi dengan memasukkan kata sandi dan sistem pengenalan wajah.

Pengaruh Inovasi Produk, Jaringan Kantor Dan Sistem Teknologi Informasi Terhadap Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Yang Beralih Ke Bank Syariah Indonesia

Dari hasil analisis uji F yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan nilai F hitung berjumlah 5,488 dan nilai probabilitas 0,002. maka ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk, jaringan kantor, dan sistem teknologi informasi terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Selong. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas dan variasi produk yang ditawarkan, teknologi informasi dengan keamanan dan kemudahan yang tinggi, perluasan jaringan kantor yang mudah dijangkau nasabah, dan kemampuan inovasi yang diciptakan pada Bank Syariah Indonesia akan menyebabkan tingginya minat atau keinginan nasabah bank konvensional untuk mengalihkan jasa layanan perbankannya ke Bank Syariah Indonesia.

Seorang manusia dituntut harus selalu beriman kepada Allah SWT dan Rasul-Nya, namun tidak hanya dalam hablun minallah, manusia juga dituntut untuk selalu baik dalam hubungan dengan manusia lainnya (hablum minannas), dalam urusan muamalah dibangun atas dasar muamalah yang memberikan manfaat pada kedua belah pihak dan sesuai dengan perspektif islam, karena dapat memenuhi kewajiban hak masing-masing melalui nilai-nilai Islam yang diterapkan. (Widiya, 2022) Seorang muslim tidak diperbolehkan melakukan sesuatu yang dilarang dalam ketentuan syariah seperti riba.

Sehingga hasil penelitian diatas mendukung penelitian (Septiani, 2024) yang menjelaskan bahwa produk bank syariah mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah. Hal ini juga menguatkan penelitian yang dilakukan oleh (Fidiani, 2022) yang membuktikan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan Bank Syariah. Namun, yang menjadi perbedaan dengan penelitian ini terletak pada penambahan variabel yaitu variabel jaringan kantor dan sistem teknologi informasi dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengalihkan jasanya ke Bank Syariah Indonesia dan penelitian terdahulu hanya fokus pada keputusan memilih bank syariah sebagai jasa layanan perbankan, tetapi dalam penelitian ini lebih di fokuskan pada keputusan mengalihkan jasa ke Bank Syariah Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi Produk memberikan pengaruh terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank syariah indonesia di Kecamatan Selong. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya H1 diterima. Jaringan Kantor tidak memberikan pengaruh terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank syariah indonesia di Kecamatan Selong. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai signifikan $0,559 > 0,05$, artinya H2 ditolak. Sistem teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap switching behavior nasabah bank konvensional yang beralih ke Bank syariah indonesia di Kecamatan Selong. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai signifikan $0,05=0,05$, artinya H3 diterima. Nilai Koefisien determinasi yang dihasilkan yaitu 0,079, hal ini diartikan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat dengan nilai sebesar 14,6% dan sisanya 85,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abduh, M., Kassim, S. H., & Dahari, Z. (2013). Factors Influence Switching Behavior of Islamic Bank Customers in Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 2(1), 12-19. <https://doi.org/10.12816/0001113>
- Abdul-Talib, A. N., Zamani, S. N. M., & Razak, I. S. A. (2023). The Relationship Between Export Market Orientation and Firm Performance: A Meta-Analysis of Main and Moderator Effects. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(1), 28-49. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.65565>
- Amin, M. S., Nadila, S., Oktavia, N., Amaliyah, F., & Wijaya, A. R. (2025). Switching Behavior Pada Kartu Kredit Konvensional Menuju Kartu Kredit Syariah : Studi Kasus Hasanah Card Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara. 1, 638-645.
- Approach, C. G. (2016). Produk yang dicarinya serta mengevaluasi alternative yang paling menguntungkan. Dalam menentukan pemilih tidak berlandaskan kualitas produk saja, akan tetapi nasabah juga mempertimbangkan aspek kualitas layanan yang ditawarkan sebuah perusahaan menjadi suatu hal ya. 1-23.

- Asakdiyah, S., Rachmiani, Musafir, & Hasim. (2024). Dampak Reputasi, Responsifitas, Pemberian Hadiah, dan Rekomendasi terhadap Nasabah yang Berpindah dari BSI ke Bank Konvensional. *Jurnal EMT KITA*, 8(1), 263–272. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.1707>
- Cahyani, M. S. (2023). Pengaruh Merger dan Religiusitas Terhadap Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah BSI. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76548%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76548/1/Maya Septi Cahyani.PDF](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/76548%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76548/1/Maya%20Septi%20Cahyani.PDF)
- Fidiani, I. (2022). PENGARUH MERGER TIGA BANK SYARIAH (BANK SYARIAH MANDIRI, BNI SYARIAH, & BRI SYARIAH) TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA DEPOK.
- Gunawan, I., & Hasanah, H. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. *At-Taqaddum*, 8(1), 29.
- Hasanah, U. (2018). Switching Behavior Nasabah Bank Konvensioal Ke Bank Syariah Di Kota Sorong Papua Barat. 208.
- Hasibuan, G. (n.d.). analisis perbandingan jumlah nasabah bank syariah sebelum dan sesudah merger.
- Huzaimah. (2022). Kredibilitas perbankan syariah. 1–175.
- Matnin, Kunaifi, A., & Ubaidillah, A. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko Dan Handling of Complaints Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bprs Bakti Sumekar Cabang Pragaan). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 176–190. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.246>
- Muzzaki, M. A. (2019). Analisis efektivitas promosi digital terhadap pertumbuhan nasabah perbankan syariah di Indonesia periode 2016-2019. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. 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
- Najib, M. (2009). Analisis Konsumen Berpindah Merek (BrandSwitcher) Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional. *Islamic Finance & Business Review*, 4(1), 1–25.
- Pertiwi, H., & Ibnu, A. R. (2021). Analisis Pengaruh Merger Bank Syariah Indonesia (Bsi) Terhadap Switching Behavior Nasabah Diluar Pengguna Bsi. *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2), 92–97. <https://doi.org/10.30997/jn.v7i2.4492>
- salshabillah. (2024). analisis keputusan nasabah melakukan perilaku switching brand pada bank syariah indonesia cabang gajah mada kota palu. *Αγχη*, 15(1), 37–48.
- SELVI, A. (2022). Pengaruh Physical Evidence, Islamic Branding, Ethical Problem Dan Religiusitas Intrinsik Terhadap Customer Switching Behavior [http://repository.radenintan.ac.id/21610/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/21610/1/BAB 1 5 DAPUS.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/21610/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/21610/1/BAB%201%205%20DAPUS.pdf)
- Septiani, M. ayu. (2024). pengaruh brand image, product quality, service quality terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan easy nwiadiah di bank syariah indonesia kcp cilacap kroya. *Αγχη*, 15(1), 37–48.
- Setioputri, M. R., Gunawan, J., & Bramanti, G. W. (2019). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Switching Intention dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional yang Beralih ke Bank Syariah. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.55067>
- Stiadi, M., & Kumalasari, F. (2025). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Switching Behavior Bank Konvensional (Mandiri) Ke Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Kolaka. 5, 6555–6570.

- Tiastuti, H. (2016). persepsi aparat sipil negara terhadap bank syariah (studi kasus asn lingkup kecamatan pekalongan kabupaten lampung timur). 1–23.
- Widiya, T. N. (2022). Pengaruh Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Malang Soetta Dengan Penggunaan Layanan Perbankan Digital Sebagai Variabel Mediasi.
- Yuningsih, Y., Suryani, S., & Azim, M. F. (2022). Hubungan Digital Banking dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1277–1284. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2531>