

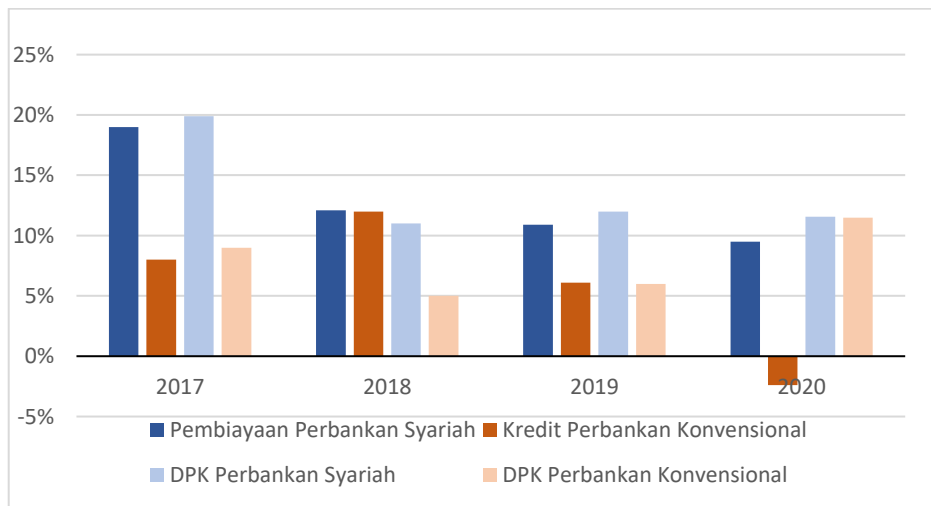
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan jenis bank, bank di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua, yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah (Fatwa, 2017). Kelahiran bank syariah di Indonesia didorong oleh keinginan masyarakat Indonesia terutama masyarakat muslim yang berpandangan bahwa bunga merupakan hal yang dilarang oleh agama. Hal tersebut diperkuat oleh Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 yang menyatakan bahwa praktik bunga dalam bank konvensional terdapat unsur riba sehingga haram hukumnya. Oleh karena itu, bank syariah hadir sebagai alternatif yang menjalankan operasinya dengan prinsip syariah dan mengenakan sistem bagi hasil sebagai imbalan (Pasi, 2019).

Dari sisi pertumbuhan, selamat empat tahun terakhir, bank syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1.



**Gambar 1.1**  
**Pertumbuhan Bisnis Bank Syariah dan Bank Konvensional**

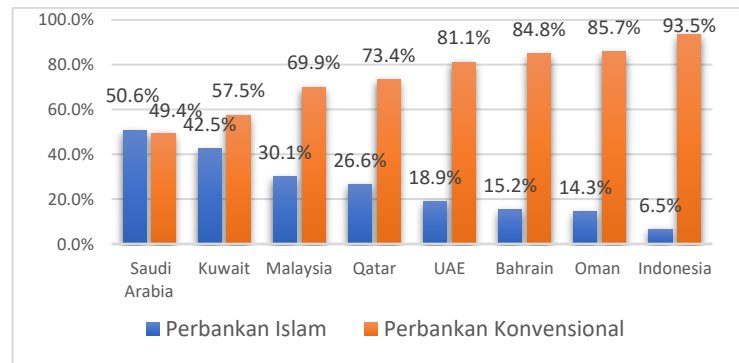
*Sumber: Alinea.id (2020)*

Terlihat pada Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah dari tahun 2017 hingga 2020 mengalami

pertumbuhan yang lebih tinggi dibanding kredit dan DPK perbankan konvensional. Tiga faktor yang membantu mendorong pertumbuhan bisnis perbankan syariah, yaitu implementasi Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 yang mengharuskan semua transaksi keuangan di Aceh wajib menggunakan prinsip syariah. *Shariah lifestyle* yang semakin meningkat juga mendorong kinerja bank syariah. Selain itu, adanya dukungan dari pemerintah dalam pembentukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) yang berfungsi mempercepat pembangunan keuangan syariah dengan kebijakan dan program yang strategis (Anggraeni, 2021).

Selain itu, perkembangan bank syariah di masa pandemi menunjukkan kinerja yang baik. Di tengah ancaman resesi, bank syariah nasional mampu mencetak kinerja positif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa hingga Juli 2020, aset bank syariah tumbuh 9,88% secara *year on year*. Pencapaian bank syariah itu lebih baik dari bank konvensional yang hanya mencatat pertumbuhan aset 5,37% (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Kemudian, gerakan sosial anti riba oleh komunitas anti riba juga ikut meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia yang ditandai dengan maraknya fenomena hijrah. Beberapa komunitas anti riba, diantaranya Singaparna Bebas Riba (Siber) dan Ciamis Bebas Riba (Ciber). Di sosial media instagram pun sudah terdapat akun yaitu XBank.Indonesia dengan jumlah pengikut 584.000 yang membagikan pandangannya tentang riba pada bank konvensional (Nusantara Bina Artha, 2020). Fenomena tersebut meningkatkan kesadaran spiritual masyarakat Indonesia akan keberadaan perbankan syariah.

Meskipun begitu, bank syariah di tanah air masih menghadapi persoalan rendahnya *market share*. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2.



**Gambar 1.2**

**Market Share Bank Syariah dan Bank Konvensional Tahun 2020**

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2020) & Statista (2021)*

Terlihat pada Gambar 1.2, *market share* bank syariah di Indonesia masih pada tingkat 6,51% di akhir tahun 2020. Apabila dibandingkan dengan negara tetangga, yaitu Malaysia pada tahun 2020 dengan persentase penduduk muslim sebesar 61,3% berhasil mencapai *market share* bank syariah sebesar 30,1%. Padahal, persentase penduduk muslim di Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan Malaysia, yaitu sebesar 87,2% (KNEKS, 2020). Selain itu, *market share* bank syariah di negara kawasan timur tengah seperti Saudi Arabia menembus angka 50,6%, Kuwait mencapai 42,5%, Qatar mencapai 26,6%, Uni Emirat Arab (UEA) mencapai 18,9%, Bahrain mencapai 15,2%, dan Oman mencapai 14,3%.

Disamping itu, *Islamic Financial Services Board (2020)* memaparkan bahwa *market share* Indonesia di bisnis bank syariah secara global hanya berkontribusi sebesar 2%. Rendahnya kontribusi *market share* bank syariah Indonesia secara global disebabkan oleh pertumbuhan *market share* dalam skala nasional yang tidak signifikan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Market Share Bank Syariah di Indonesia**

| Tahun                  | 2013 | 2014  | 2015  | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| <i>Market Share</i>    | 4.89 | 4.85  | 4.83  | 5.33 | 5.78 | 5.96 | 6.18 | 6.51 |
| <b>Pertumbuhan (%)</b> | 0.31 | -0.04 | -0.02 | 0.50 | 0.45 | 0.18 | 0.22 | 0.33 |

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2020)*

Terlihat pada Tabel 1.1 bahwa pertumbuhan *market share* bank syariah tidak signifikan, bahkan terjadi penurunan pada tahun 2014. Apabila dilihat dari

jumlah penduduk muslim, *World Population Review* (2020) menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia sebanyak 273.500.000 jiwa. Dari jumlah ini, persentase umat Islam, yakni 87,2% atau setara dengan 229 juta jiwa sehingga Indonesia menjadi negara dengan penduduk Islam terbanyak di dunia. Namun, baru 30 juta penduduk yang menjadi nasabah bank syariah. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Persentase Pertumbuhan Nasabah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Pertumbuhan</b> |
|--------------|---------------|--------------------|
| <b>2016</b>  | 17.615.257    | 38.06%             |
| <b>2017</b>  | 21.013.561    | 19.29%             |
| <b>2018</b>  | 23.825.941    | 13.38%             |
| <b>2019</b>  | 26.739.500    | 12.23%             |
| <b>2020</b>  | 29.942.417    | 11.98%             |
| <b>2021</b>  | 33.427.667    | 11.64%             |

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2021)*

Terlihat pada Tabel 1.2 bahwa jumlah nasabah bank syariah mengalami peningkatan yang cukup baik dari tahun ke tahun. Perkembangan persentase jumlah nasabah bank syariah di tahun 2016 meningkat sebesar 38.06%, sedangkan jumlah nasabah pada tahun 2021 hanya mengalami peningkatan sebesar 11.64% dari tahun 2020. Selain itu, Lembaga Penjamin Simpanan (2021) memaparkan bahwa jumlah rekening dana pihak ketiga sebesar 386.319.082 yang terdiri dari jumlah rekening DPK bank konvensional sebesar 344.486.870 dan jumlah rekening bank syariah sebesar 41.832.212. Jumlah rekening DPK yang dimiliki bank syariah hanya 12% dari jumlah rekening DPK bank konvensional. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang belum beralih dari bank konvensional ke bank syariah.

Namun, perhitungan jumlah rekening DPK ini juga terdiri dari rekening *dormant* atau rekening pasif (Amalia, 2021). Faktor lain yang menyebabkan rendahnya total jumlah rekening DPK bank syariah adalah penyaluran gaji PNS, TNI, dan Polri yang masih didominasi oleh bank konvensional (Puspaningtyas & Pratiwi, 2021). Beberapa hal yang menyangkut permasalahan pada bank syariah di Indonesia juga disebabkan karena sistem teknologi informasi yang dimiliki belum

Disya Allifah Vakhroh, 2022

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

secanggih bank konvensional. Selain itu, edukasi dan literasi bank syariah juga masih rendah (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018).

Adapun pendapat dari Irfan Syauqi selaku Direktur Pusat Studi Bisnis dan Ekonomi Syariah Institut Pertanian Bogor mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang membuat industri bank syariah tidak tumbuh signifikan dikarenakan belum adanya bank syariah di Indonesia yang masuk ke dalam kelompok BUKU IV (Wicaksono, 2021). Pemerintah republik Indonesia memiliki aspirasi agar bank syariah di Indonesia dapat masuk kategori kelompok BUKU IV dalam bentuk penggabungan atau *merger* bank syariah milik BUMN pada 1 Februari 2021 dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI merupakan gabungan dari tiga bank syariah milik pemerintah, yaitu Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, dan Bank Mandiri. Total aset dari BSI mencapai Rp 214,6 triliun dengan modal inti sebesar Rp 20,4 triliun yang berarti masih kategori BUKU III (Romadhon & Sutantri, 2021).

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/26/PBI/2012, bank yang termasuk pada kategori Bank Umum Kelompok Usaha (BUKU) IV adalah bank yang mempunyai modal inti lebih dari 30 triliun. Bank dengan modal inti besar cenderung memiliki teknologi yang lebih baik dan jumlah kantor cabang yang tersebar (Sari & Widaninggar, 2018). Semakin besar modal inti yang dimiliki bank, maka semakin besar pula kemampuan bank untuk melebarkan sayap bisnisnya dengan melakukan ekspansi baik dari segi teknologi, pelayanan, karyawan, hingga penambahan cabang (Wicaksono, 2021).

Namun, selain usaha pemerintah dalam meningkatkan *market share* bank syariah, nasabah juga harus ikut berperan untuk dapat mengembangkan bank syariah di Indonesia agar *market share* yang diperoleh juga semakin meningkat (Wijayanti, 2019). Peran nasabah berkaitan dengan fenomena dan masalah yang sudah dipaparkan. Dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang menjadikan bank konvensional sebagai pilihannya dibandingkan dengan bank syariah. Selain itu, terdapat *gap* yang cukup besar antara jumlah penduduk muslim dengan nasabah bank syariah. Oleh karena itu, penting untuk diteliti mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah untuk

Disya Allifah Vakhroh, 2022

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH  
BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mau beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Dengan begitu, industri bank syariah dapat merumuskan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat.

Untuk mengukur niat beralih nasabah, diperlukan sebuah kerangka kerja yang dapat menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat nasabah untuk beralih dari bank konvensional menuju bank syariah. Peralihan niat nasabah untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah dapat dijelaskan oleh teori *push-pull-mooring factors* yang diperkenalkan oleh Bansal dkk., (2005).

Berdasarkan penelitian terdahulu, teori *push*, *pull*, dan *mooring* merupakan teori yang paling dominan digunakan untuk mengidentifikasi perilaku beralih konsumen. Selain itu, teori PPM menyediakan tiga faktor yang cukup lengkap dengan tidak hanya melihat dari satu sisi, melainkan dari tiga sisi. Sisi tersebut, yaitu persepsi nasabah terhadap bank konvensional, persepsi nasabah terhadap bank syariah, dan persepsi nasabah terhadap lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, penulis menggunakan teori PPM.

Adapun Bansal dkk., (2005) mendefinisikan faktor *push* sebagai faktor pendorong yang memotivasi individu untuk berpindah dari penyedia jasa lama ke penyedia jasa alternatif. Faktor yang dapat mendorong perpindahan adalah kepuasan, nilai, kepercayaan, kualitas, dan komitmen. Jika hal tersebut dinilai rendah, maka akan mendorong nasabah untuk berpindah. Faktor *pull* sebagai faktor positif atau faktor penarik merupakan faktor yang dimiliki penyedia jasa alternatif yang dapat menarik nasabah untuk berpindah.

Selain itu, Bansal dkk., (2005) menyebutkan daya tarik alternatif sebagai *pull factor* atau faktor penarik. Faktor *mooring* adalah faktor penambat atau faktor pribadi, sosial, budaya dan situasional yang mampu memfasilitasi atau menghambat niat beralih nasabah. Variabel penambat ini meliputi biaya berpindah, perilaku masa lalu, kecenderungan dalam mencari variasi, dan norma subjektif (Matondang dkk., 2019). Dengan menggunakan teori PPM, peneliti dapat mengetahui apakah faktor dorong dari bank konvensional, faktor tarik pada bank syariah, dan faktor penambat yang berkaitan dengan faktor pribadi atau sosial dari nasabah dapat mempengaruhi niat nasabah untuk beralih ke bank syariah atau tidak sehingga bank syariah dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan nasabahnya.

Disya Allifah Vakhroh, 2022

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH  
BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Niat nasabah untuk beralih dibangun atas sikap atau pengalaman nasabah terhadap penyedia jasa sebelumnya. Dalam hal ini, kepuasan nasabah memiliki keterkaitan yang erat dengan pengalaman nasabah. Perebutan pangsa pasar membuat setiap bank berlomba-lomba untuk sebisa mungkin memberikan kepuasan bagi nasabahnya (Suparto & Rusdiana, 2021). Kepuasan nasabah telah dikenal luas sebagai faktor utama yang penting bagi kesuksesan bank. Sebab, niat nasabah untuk beralih dari penyedia jasa didorong oleh kepuasan mereka pada penggunaan sebelumnya (Sumadi, 2017).

Penelitian terhadap kepuasan nasabah sudah dilakukan oleh banyak peneliti. Muthmainah dan Cholil (2019) mengungkapkan bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh negatif signifikan terhadap niat beralih. Hal ini terjadi karena semakin rendah kepuasan nasabah, maka akan meningkatkan niat untuk beralih pada penyedia jasa alternatif. Hal tersebut didukung oleh Jishim dkk., (2017), Saidani dkk., (2021), Suparto dan Rusdiana (2021), Liu dan Lee, (2020), Mannan dkk., (2017).

Sementara itu, Ghasrodashti (2018) mengungkapkan bahwa variabel kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap niat beralih. Menurutnya, meskipun nasabah merasa puas terhadap penyedia jasa lama, tingkat komitmen yang rendah dapat menciptakan peluang untuk beralih ke penyedia jasa alternatif. Begitu pula Fan dkk., (2021) dan Yu dkk., (2017) yang juga menyatakan bahwa variabel kepuasan nasabah tidak mempengaruhi niat nasabah untuk beralih.

Selain kepuasan nasabah, meningkatnya jumlah perusahaan dengan layanan yang sama membuat nasabah lebih selektif dalam memilih penyedia jasa. Ketika nasabah merasa bahwa perusahaan pesaing menawarkan layanan yang lebih baik atau menarik, niat nasabah untuk beralih akan meningkat (Hartono & Wahyono, 2018). Daya tarik alternatif yang dirasakan mengacu pada penilaian nasabah untuk mendapatkan kepuasan terhadap penyedia jasa lain yang dianggap lebih menarik atau lebih dapat diandalkan (Mannan dkk., 2017).

Oleh sebab itu, terdapat variabel lain yang memiliki andil dalam niat beralih, yakni daya tarik alternatif. Hartono dan Wahyono (2018) menyatakan bahwa daya tarik alternatif berpengaruh positif signifikan terhadap niat beralih. Alternatif yang

memiliki daya tarik yang lebih baik dari sisi layanan ataupun fitur akan cenderung membuat nasabah untuk beralih. Hal tersebut didukung oleh Dar dan Xiongying (2021), Sugandha dan Indarwati (2021), Isnitahnia dkk (2019), serta Xu dkk., (2021).

Sementara itu, Guo dkk., (2016) mengungkapkan bahwa variabel daya tarik alternatif tidak berpengaruh terhadap niat beralih. Hal ini disebabkan karena nasabah harus memilih layanan yang sama dengan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dengan tujuan untuk menjaga hubungan interaksi nasabah dengan lingkungannya meskipun nasabah merasa tertarik dengan penyedia jasa lain. Hasil penelitian ini didukung oleh Sun dkk., (2017) serta Sobari dkk., (2019).

Meskipun daya tarik alternatif dapat membuat nasabah beralih ke penyedia jasa lain, nasabah tentu harus mempertimbangkan hal tersebut. Keputusan yang akan dipertimbangkan dapat dipengaruhi oleh opini atau pendapat dari orang lain (Putra dkk., 2020). Kemungkinan alasan yang dapat membuat nasabah beralih disebabkan oleh pengaruh dari orang-orang disekitarnya karena saran dari orang lain mampu mempengaruhi nasabah untuk berperilaku. Keyakinan terhadap pengaruh dari opini orang lain dikenal dengan istilah norma subjektif (Mukorobin dkk., 2020). Hal ini terbukti dari variabel norma subjektif yang signifikan berpengaruh positif terhadap niat beralih pada Guo dkk., (2016). Hal tersebut di dukung oleh Syah dkk (2018), Fauzan dan Engriani (2021), Cao dkk., (2021), serta Djusmin dan Dirgahayu (2019).

Sementara itu, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Hidayat dkk., (2021) yang mengungkapkan bahwa variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beralih. Menurutnya, nasabah tidak terpengaruh oleh saran dari kelompok pada lingkungan sekitarnya. Sebab, perkembangan teknologi informasi membantu nasabah untuk mencari penyedia jasa alternatif yang tepat untuk dirinya. Hal tersebut di dukung oleh Hidayat dkk., (2019) serta Gunawan dan Bramanti (2019).

Selain itu, jika dikaitkan dengan kemunculan Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang pelarangan bunga yang dikategorikan sebagai dosa, seharusnya membuat seorang muslim pada bank konvensional berpikir untuk beralih ke bank alternatif yang memiliki *sharia compliance product* (Pasi, 2019). Hal ini berkaitan dengan



religiositas seseorang. Religiositas atau keterkaitan agama memiliki kontribusi dalam menentukan kegiatan manusia khususnya pada konteks transaksi keuangan. Religiositas merupakan integrasi antara perasaan dan tindakan dalam diri seseorang pada segala aspek kehidupan, khususnya dalam menggunakan transaksi keuangan (Iskamto & Yulihardi, 2017). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh religiositas atau keterkaitan agama terhadap niat mereka untuk beralih ke bank syariah.

Penelitian terhadap religiositas sudah dilakukan oleh beberapa peneliti. Riptiono dkk., (2020) mengungkapkan bahwa variabel religiositas berpengaruh positif signifikan terhadap niat beralih. Agama memiliki kontribusi dalam menentukan kegiatan manusia yang dalam hal ini berurusan dengan sistem berbasis bunga pada bank konvensional yang dilarang oleh Islam. Maka dari itu, tingkat religiositas nasabah yang tinggi dapat meningkatkan niat nasabah untuk beralih ke bank syariah. Hal tersebut didukung oleh Mostafa dan Ibrahim (2020), Yusfiarto dkk., (2021), serta Zafar dkk., (2012).

Sementara itu, hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Usman dkk., (2021) bahwa variabel religiositas tidak berpengaruh terhadap niat beralih. Untuk mempertimbangkan suatu produk atau jasa, tingkat religiositas seseorang bukan merupakan faktor yang paling penting. Nasabah muslim akan lebih melihat kriteria non-religiositas pada suatu layanan jasa seperti kemudahan, kualitas, nilai, dan manfaat yang didapat.

Berangkat dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji pengaruh dari variabel kepuasan nasabah, daya tarik alternatif, norma subjektif, dan religiositas terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Oleh karena itu, peneliti melakukan sebuah penelitian yang berjudul “**Niat Beralih Nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah Berdasarkan Teori *Push, Pull, dan Mooring***”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang, maka dapat diketahui identifikasi masalah sebagai berikut:

Disya Allifah Vakhroh, 2022

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH  
BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Selama empat tahun terakhir, pertumbuhan bisnis bank syariah dari segi DPK, pembiayaan, dan aset lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional. Namun, bank syariah masih menghadapi persoalan rendahnya *market share* (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).
2. Apabila dibandingkan dengan negara tetangga, yaitu Malaysia pada tahun 2020 dengan persentase penduduk muslim lebih rendah dibandingkan dengan Indonesia, Malaysia berhasil mencapai *market share* yang lebih tinggi dibandingkan dengan Indonesia (KNEKS, 2020).
3. *World Population Review* (2020) memaparkan bahwa jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 229 juta jiwa. Namun, baru 30 juta penduduk yang menjadi nasabah bank syariah. Selain itu, persentase pertumbuhan jumlah nasabah bank syariah selama lima tahun terakhir cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).
4. *Islamic Financial Services Board* (2020) memaparkan bahwa kontribusi *market share* Indonesia di bisnis bank syariah secara global masih sangat rendah (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).
5. Jumlah rekening DPK yang dimiliki bank syariah jauh lebih rendah dari jumlah total rekening DPK bank konvensional (Lembaga Penjamin Simpanan, 2021).

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka dari itu penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah, tingkat daya tarik alternatif, tingkat norma subjektif, tingkat religiositas, dan niat beralih nasabah bank konvensional ke syariah?
2. Bagaimana pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh tingkat daya tarik alternatif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah?

Disya Allifah Vakhroh, 2022

***NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH  
BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4. Bagaimana pengaruh tingkat norma subjektif terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah?
5. Bagaimana pengaruh tingkat religiositas terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian yang penulis ingin capai yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah, tingkat daya tarik alternatif, tingkat norma subjektif, tingkat religiositas, dan tingkat niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari tingkat kepuasan nasabah, tingkat daya tarik alternatif, tingkat norma subjektif, dan tingkat religiositas terhadap niat beralih nasabah bank konvensional ke bank syariah berdasarkan teori *push*, *pull*, dan *mooring*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Dapat memberikan suatu kontribusi atau masukan pada sumber pengetahuan, referensi kepentingan ilmiah, serta acuan untuk penelitian yang akan datang mengenai niat beralih dengan tingkat kepuasan nasabah, tingkat daya tarik alternatif, tingkat norma subjektif, dan tingkat religiositas sebagai faktor yang mempengaruhinya.

2. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penunjang pengambilan keputusan perusahaan industri bank syariah agar dapat merumuskan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat sehingga digunakan sebagai bahan acuan bank syariah untuk meningkatkan *market share*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi para *stakeholder*, yaitu pemerintah dan industri bank syariah.

Disya Allifah Vakhroh, 2022

**NIAT NASABAH BERALIH DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH  
BERDASARKAN TEORI PUSH, PULL, DAN MOORING**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu