

**PENGARUH KETIDAKPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN,
DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP MINAT PERPINDAHAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PASCA
PENARIKAN DANA MUHAMMADIYAH**

*The Effect of Customer Dissatisfaction, Service Quality, and Complaint
Handling on Customer Switching Intentions at Bank Syariah Indonesia
Following the Withdrawal of Muhammadiyah Funds*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
dari Program Studi Ekonomi Islam



ACC Munaqasah
18/03/2025

Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

Disusun Oleh:

AHMAD HABIBULLAH MUSTHOFA

20423158

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Habibullah Musthofa

NIM : 20423158

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 31 Mei 2025



10000
METERAI
TEMPEL
BA139AMX358366176

Ahmad Habibullah Musthofa

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Trepadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fat@uii.ac.id
W. fat@uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 3 Juli 2025
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah
Disusun oleh : AHMAD HABIBULLAH MUSTHOFA
Nomor Mahasiswa : 20423158

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)
Penguji I : Soya Sobaya, SEI, MM (.....)
Penguji II : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 4 Juli 2025



NOTA DINAS

Yogyakarta, 11 November 2024

9 Jumadil Awal 1446 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1506/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2024 tanggal: 11 November 2024, 9 Jumadil Awal 1446 H. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

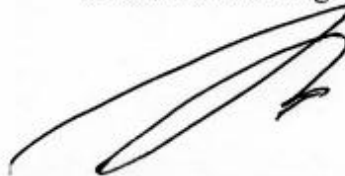
Nama : Ahmad Habibullah Musthofa
Nomor Mahasiswa : 20423158
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Jurusan : Jurusan Studi Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami anggap skripsinya memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen pembimbing skripsi.

Nama : Ahmad Habibullah Musthofa

NIM : 20423158

Judul Skripsi : Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Tanpa kekuatan dan ridha dari-Nya, setiap langkah dalam proses ini tentu tidak akan mungkin dapat dilalui. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, suri teladan dalam ilmu dan akhlak mulia, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan penuh cahaya ilmu pengetahuan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan secara khusus kepada kedua orang tua tercinta Bapak Badi' Mustofa dan Ibu Binti Chumaidah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, serta pengorbanan yang tak ternilai harganya. Kepada Bapak dan Ibu, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan kesabaran dalam setiap langkah hidup penulis. Doa kalian adalah kekuatan terbesar dalam setiap pencapaian. Semoga Allah SWT senantiasa membalas setiap kebaikan dan pengorbanan dengan pahala yang berlipat ganda.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Ekonomi Islam atas ilmu, dedikasi, dan ketulusan yang telah mendidik dan membentuk pemahaman penulis selama masa studi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan dan kesehatan.

Terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat, serta teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan moral, inspirasi, serta bantuan dalam berbagai bentuk, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kebersamaan, motivasi, dan doa dari kalian semua telah menjadi bagian penting dalam ini. Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas kesabaran, dan semangat yang terus dijaga di tengah berbagai tantangan yang ada. Terima kasih telah memilih untuk terus berjuang, belajar dari kegagalan,

dan tetap melangkah hingga sampai pada titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi pijakan untuk terus tumbuh dan bermanfaat di masa depan.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al-Baqarah ayat 286)

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”
(QS. Al-Insyirah ayat 5)

ABSTRAK

PENGARUH KETIDAKPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP MINAT PERPINDAHAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PASCA PENARIKAN DANA MUHAMMADIYAH

**AHMAD HABIBULLAH MUSTHOFA
20423158**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden sebanyak 113 orang yang dipilih melalui teknik *non-probability sampling*. Pengumpulan data pada penelitian dilakukan menggunakan angket atau kuesioner selama periode penelitian bulan Januari sampai Februari 2025. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis dengan uji t, uji f, koefisien determinasi, dan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah. Sementara itu, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI pasca penarikan dana Muhammadiyah. Temuan ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan nasabah menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat nasabah untuk berpindah ke bank lain, sedangkan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan perlu terus ditingkatkan oleh Bank Syariah Indonesia untuk menjaga loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, dan Minat Perpindahan Nasabah

ABSTRACT

THE EFFECT OF CUSTOMER DISSATISFACTION, SERVICE QUALITY, AND COMPLAINT HANDLING ON CUSTOMER SWITCHING INTENTIONS AT BANK SYARIAH INDONESIA FOLLOWING THE WITHDRAWAL OF MUHAMMADIYAH FUNDS

**AHMAD HABIBULLAH MUSTHOFA
20423158**

This study aims to analyze the effect of customer dissatisfaction, service quality, and complaint handling on the interest in switching Bank Syariah Indonesia customers after the withdrawal of Muhammadiyah funds. This study uses a quantitative approach with 113 respondents selected through a non-probability sampling technique. Data collection in the study was carried out using a questionnaire during the research period from January to February 2025. Data analysis techniques include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and hypothesis testing with t-test, f-test, coefficient of determination, and multiple linear regression using SPSS. The results of the study indicate that customer dissatisfaction has a positive and significant effect on the interest in switching Bank Syariah Indonesia customers after the withdrawal of Muhammadiyah funds. Meanwhile, service quality and complaint handling do not have a positive and significant effect on the interest in switching BSI customers after the withdrawal of Muhammadiyah funds. These findings indicate that customer dissatisfaction is the main factor influencing customer interest in switching to another bank, while service quality and complaint handling need to be continuously improved by Bank Syariah Indonesia to maintain customer loyalty.

Keywords: Customer Dissatisfaction, Service Quality, Complaint Handling, and Customer Switching Intentions

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaannya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihayatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha Menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A,

2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno,M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan,sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda, Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba,baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِيّ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـِيّ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 4 Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah
- طَلْحَة talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Segala Puji dan syukur senantiasa kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah” untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang tetap teguh dalam menjalankan ajarannya hingga akhir zaman.

Dalam proses pelaksanaan penelitian dan penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc. Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Asmuni, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Studi Islam Universitas Islam Indonesia dan Dosen Pembimbing, yang selalu sabar memberikan arahan serta bimbingannya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc. M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, serta segenap civitas akademika Program Studi Ekonomi Islam.

5. Segenap Dosen serta Staff Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga selama penulis menempuh bangku perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis, yaitu Bapak Badi' Mustofa dan Ibu Binti Chumaidah yang selalu memberikan do'a, dukungan, serta motivasi bagi penulis sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
7. Terima kasih kepada sahabat dan teman-teman "Oprec Sunda Empire", EKIS 20, dan Komplek 4 PPSPA yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan bantuan demi terselesaikannya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan lapang dada menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah, dan keberkahan kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK	ixx
<i>ABSTRACT</i>	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
KATA PENGANTAR.....	xxii
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori.....	15
1. Bank Syariah Indonesia	15

2.	Minat Perpindahan Nasabah (<i>Customer Switching Intensions</i>)	17
3.	Ketidakpuasan Nasabah.....	18
4.	Kualitas Pelayanan	20
5.	Penanganan Keluhan (<i>Complaint Handling</i>).....	21
C.	Hipotesis.....	23
1.	Hubungan Ketidakpuasan Nasabah Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah	23
2.	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah ..	24
3.	Hubungan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah	25
D.	Kerangka Berpikir	26
BAB III		27
METODOLOGI PENELITIAN		27
A.	Desain Penelitian.....	27
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian	27
C.	Objek dan Subjek Penelitian	27
D.	Populasi dan Sampel	27
E.	Sumber Data.....	28
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
G.	Definisi Operasional Variabel.....	29
H.	Instrumen Penelitian.....	30
I.	Teknik Analisis Data.....	32
1.	Uji Validitas.....	32

2. Uji Reliabilitas	33
3. Uji Asumsi Klasik	34
4. Uji Regresi Linear Berganda	36
5. Uji Hipotesis	36
BAB IV	38
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum	38
B. Analisis Hasil Penelitian	39
1. Hasil Pengumpulan Data	39
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Uji Regresi Linear Berganda	49
4. Uji Hipotesis	51
C. Hasil Pembahasan Penelitian	55
1. Ketidakpuasan Nasabah Terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah	55
2. Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah.....	56
3. Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah	58
BAB V	60
KESIMPULAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Contoh Multiple Choice	30
Tabel 3. 2 Contoh Skala Countinous Rating Scale.....	30
Tabel 3. 3 Indikator Penelitian	31
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	42
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	43
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Digunakan ...	44
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah BSI.....	45
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Rekening Lain Selain BSI	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini semakin meningkat. Adanya perkembangan ekonomi di Indonesia ditandai dengan semakin banyaknya Lembaga keuangan, salah satunya perbankan (Nugroho, 2024b). Perbankan merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang keuangan yang berperan penting pada kemajuan perekonomian suatu negara. Salah satu peran lembaga perbankan adalah sebagai intermediasi atau perantara antara dua pihak, yakni pihak pemilik dana lebih dengan pihak kekurangan dana yang mana secara tidak langsung lembaga perbankan membantu perputaran uang dalam masyarakat. Melalui fungsi intermediasi ini lembaga perbankan juga mempunyai posisi yang sangat penting dalam menunjang kehidupan dan kemajuan ekonomi (Mahrani, 2023). Terdapat 2 prinsip yang digunakan oleh bank, yakni prinsip konvensional dan prinsip syariah. Bank konvensional menganut prinsip untuk melakukan segala kegiatan yang bisa mendatangkan keuntungan dengan catatan tidak melanggar hukum yang berlaku secara umum. Sedangkan bank syariah menganut prinsip bahwa segala kegiatan usahanya harus berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang sudah diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti *maqashid syariah*, serta tidak mengandung unsur *gharar*, *riba*, dan *masyir*. Sampai saat ini bank syariah masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususnya sebagai pendukung bisnis karena sistem perbankan yang digunakan menggunakan prinsip Syariah sesuai dengan al-Qur'an dan hadist. Selain itu, perbandingan keuntungan yang diperoleh murni didasarkan pada pembagian hasil atau keuntungan yang didapatkan, bukan dari bunga bank (Nugroho, 2023).

Salah satu lembaga keuangan bank adalah bank syariah. Bank syariah ini dapat berbentuk Bank Umum Syariah (BUS) maupun Bank

Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Asas dasar yang digunakan dalam kegiatan usaha bank syariah adalah kepatuhannya terhadap prinsip syariah yang menjadikan bank syariah tetap eksis sampai saat ini. Hal ini sejalan dengan adanya UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dimana menurut UU tersebut bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha didasari pada prinsip syariah. Salah satu prinsip syariah yang digunakan adalah menghindari kegiatan simpan pinjam dengan sistem bunga bank yang menimbulkan adanya *riba*. Riba merupakan biaya tambahan tersebut diterima oleh pemberi pinjaman sebagai imbalan dari pinjaman hutang (Nugroho, 2024a). Bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan *riba* (Maimun & Tzahira, 2022).

Mengingat mayoritas warga negara Indonesia yang beragama Islam, terdapat banyak bank syariah yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI merupakan bank hasil *merger* antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan secara resmi mengeluarkan izin *merger* tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 dan diresmikan secara langsung oleh Presiden Republik Indonesia. BSI sangat berpotensi untuk terus berkembang dan diharapkan mampu menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global dikarenakan dengan penggabungan tersebut akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta kapasitas permodalan yang lebih baik.

Sampai saat ini, Bank Syariah Indonesia terus berinovasi dalam meningkatkan layanan dan kualitas produknya, dengan tujuan memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang. Dalam hubungannya dengan nasabah, Bank Syariah Indonesia berperan sebagai mitra investor dan

pedagang atau pengusaha bagi nasabahnya, bukan sebagai kreditur ataupun debitur bagi nasabah. Maka dari itu, hubungan Bank Syariah Indonesia dengan nasabahnya menjadi sangat kompleks karena tidak hanya berurusan dengan satu akad, tetapi dengan berbagai jenis akad dan berbagai macam jenis produk pembiayaannya (Nugroho, A, Rusby, 2022). Bank Syariah Indonesia menawarkan produk-produk yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti tabungan, deposito, pembiayaan, dan investasi yang halal, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan akses layanan. Pengembangan layanan digital BSI mencakup internet banking dan mobile banking, yang membuat transaksi keuangan menjadi lebih efisien (Maulana & Prabowo, 2022). Inovasi ini menunjukkan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam memberikan layanan yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah yang dipegang oleh nasabah Muslim.

Bank Syariah Indonesia dengan berbagai macam produk dan layanan tentunya mempunyai banyak sekali nasabah. Bertambahnya jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia tentunya diiringi dengan tantangan yang terjadi dalam perjalanannya (Jahan & Shahria, 2022). Dikutip pada laman resmi BSI, pada Maret 2024 jumlah nasabah BSI sejumlah 20 juta nasabah khususnya pengguna BSI *Mobile* melonjak 29,35% (*year-on-year/yoy*) menjadi 6,70 juta orang dengan volume transaksi mencapai Rp 145,1 T. Dilihat dari angka kenaikan jumlah nasabahnya, kemungkinan nasabah akan terus bertambah dari tahun ke-tahun. Nasabah Bank Syariah Indonesia tentunya hadir dari berbagai kalangan, mulai dari instansi pendidikan (sekolah, pesantren, perguruan tinggi), perusahaan, hingga lembaga keagamaan seperti salah satunya organisasi Muhammadiyah.

Lembaga Muhammadiyah telah menjalin kerjasama dengan BSI sejak awal terbentuknya Bank Syariah Indonesia, namun menurut Memo Muhammadiyah Nomor 320/1.0/A/2024 tentang Konsolidasi Dana yang dikeluarkan pada 30 Mei 2024, PP Muhammadiyah memutuskan untuk melakukan pengalihan dana dari BSI ke bank syariah swasta yang selama ini telah bekerja sama baik dengan Muhammadiyah. Belum dipastikan

berapa dana yang diambil oleh Muhammadiyah dari BSI, tetapi pada laman resmi UMSIDA perkiraan dana yang ditarik oleh Muhammadiyah di Bank Syariah Indonesia sebesar Rp. 13 Triliun. Penarikan dana oleh organisasi besar Muhammadiyah di Bank Syariah Indonesia dapat memiliki dampak signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kestabilan bank dan persepsi nasabah lainnya. Muhammadiyah sebagai organisasi dengan basis anggota yang besar memiliki peran penting dalam mempengaruhi citra dan reputasi bank di mata publik. Ketika Muhammadiyah menarik dananya, hal ini bisa menimbulkan kekhawatiran mengenai stabilitas keuangan bank, terutama jika penarikan tersebut dalam jumlah yang besar. Dampak langsung dari penarikan dana tersebut adalah terganggunya likuiditas bank, di mana bank mungkin harus menyesuaikan aliran kas untuk memenuhi permintaan penarikan dana tersebut. Penarikan dana ini juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap kemampuan bank untuk mengelola dana mereka dengan baik, serta dapat memperburuk persepsi kualitas layanan jika langkah-langkah dari pihak bank tidak cukup efektif dalam meredam kekhawatiran tersebut. Selain itu, dampak tidak langsungnya adalah munculnya potensi keraguan tentang keamanan dan kinerja Bank Syariah Indonesia, yang pada akhirnya bisa memicu minat perpindahan nasabah ke bank lain. Kejadian ini menjadi sorotan nasional dan mempertegas bahwa faktor ketidakpuasan nasabah dan kualitas layanan memiliki peran penting dalam menjaga loyalitas nasabah (Fitriana et al., 2024).

Minat perpindahan nasabah atau *customer switching intentions* merupakan suatu kondisi dimana pelanggan/nasabah keinginan untuk berpindah dari satu produk/jasa lainnya. Sejalan dengan pendapat Keaveney yang mendefinisikan bahwa *customer switching* merupakan perilaku dimana konsumen meneruskan untuk menggunakan kategori produk/jasa, tetapi mengganti dari penyedia produk/jasa yang satu ke penyedia produk/jasa yang lainnya (Eko Juniawan & Gede Agung Artha Kusuma, 2017). Big Evo pada lamannya juga menjelaskan bahwa *brand*

switching/customer switching terjadi ketika pelanggan beralih dari menggunakan produk atau *brand* tertentu ke produk atau *brand* lainnya (BigEvo, 2023). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa perpindahan nasabah atau *customer switching* merupakan suatu kondisi di mana pelanggan/nasabah memutuskan untuk meninggalkan produk/jasa yang telah dipilihnya dan memutuskan untuk berpindah kepada penyedia produk/jasa yang lainnya yang mana hal ini sangat mungkin terjadi dikarenakan saat ini berbagai bank saling bersaing satu sama lain untuk memberikan yang terbaik bagi nasabahnya.

Melihat semakin ketatnya persaingan didunia perbankan, bank berlomba-lomba untuk menawarkan produk yang hampir sama. Salah satu indikator dalam penilaian sejauh mana bank tersebut dapat memenuhi harapan dan kebutuhan nasabahnya adalah kepuasan dan ketidakpuasan nasabah. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Sabir, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas nasabah berperan penting dalam memunculkan minat dan pengambilan keputusan perpindahan bank oleh nasabah, karena salah satu alasan nasabah berpindah bank adalah karena nasabah tidak puas dengan pelayanan yang diberikan (Monica et al., 2022). Jika dilihat dari permasalahan penarikan dana yang dilakukan oleh Muhammadiyah di BSI hal ini merupakan salah satu bukti adanya ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah sering kali menjadi pemicu utama keputusan untuk berpindah dari satu bank ke bank lain. Ketidakpuasan ini bisa timbul dari berbagai faktor, seperti kesulitan dalam mengakses layanan, lambatnya respon dari pihak bank, atau ketidakjelasan dalam produk yang ditawarkan. Penelitian menunjukkan bahwa nasabah yang tidak puas cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk meninggalkan bank dan beralih ke penyedia layanan keuangan lainnya yang menawarkan pengalaman yang lebih baik (Yuniarti & Nugraheni, 2018). Hal ini menjadi pukulan telak bagi BSI untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya sebagai salah satu upaya mempertahankan nasabah, karena tidak menutup kemungkinan

setelah adanya penarikan dana oleh Muhammadiyah di BSI banyak nasabah lainnya yang mungkin ingin menarik dananya juga di BSI dan berpindah ke bank lain.

Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia harus terus meningkatkan kualitas pelayanan sebagai upaya mempertahankan nasabah, karena kualitas pelayanan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan atau ketidakpuasan nasabah (Satria & Diah Astarini, 2023). Cronin dalam penelitiannya juga mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan pelayanan yang diterimanya. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diperhatikan oleh perusahaan karena mempunyai pengaruh untuk mendapatkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain (Monica et al., 2022). Ketika kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan akan tetap setia menggunakan bank tersebut, tetapi ketika kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah akan merasa tidak puas dan memunculkan minat berpindah bank. Dalam konteks perbankan Syariah, kualitas pelayanan tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga aspek etika dan religious yang sesuai dengan prinsip Syariah.

Upaya yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan selain peningkatan kualitas pelayanan adalah *complaint handling*. Penanganan keluhan atau *complaint handling* merupakan strategi perusahaan/lembaga keuangan untuk mengatasi keluhan nasabah dengan cara mengevaluasi kegagalan layanan yang dialami oleh perusahaan/lembaga keuangan (Dicky, 2021). Sejalan dengan itu, menurut Pratama & Dalimunte (2022) menjelaskan bahwa *complaint handling* adalah cara perusahaan untuk menangani keluhan atau komplain dari pelanggan/nasabah. Rusadi juga mengemukakan bahwa *complaint handling* merupakan teknik penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan (Joko Aji,

2022). *Complaint handling* memiliki konsekuensi yang penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan *complaint handling* yang baik akan meningkatkan niat dan minat nasabah untuk menggunakan kembali layanan perusahaan tersebut, penyampaian dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif dari nasabah, dan yang paling penting adalah kembalinya kepuasan nasabah terhadap perusahaan tersebut (Orsingher et al., 2010). Menurut beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa *complaint handling* merupakan respon perusahaan terhadap keluhan dan ketidakpuasan nasabah dan bagaimana strategi/upaya perusahaan untuk memenuhi harapan dan kepuasan nasabah yang mana keluhan nasabah harus ditangani dengan tepat dan cepat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah di Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana oleh Muhammadiyah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat perpindahan nasabah BSI, serta menjadi dasar bagi pengembangan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan sektor perbankan syariah di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ketidakpuasan nasabah terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah?

3. Bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ketidakpuasan nasabah terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat perpindahan nasabah Bank syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yaitu dapat digunakan sebagai acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama di bidang perbankan syariah. Kemudian dalam penelitian ini juga, diharapkan dapat memberikan tambahan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan. Manfaat pada penelitian ini akan dibagi pada dua aspek yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan ilmu dalam memahami perbankan Syariah terutama dalam pengaruh yang menyebabkan minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia ke bank lain. Selain hal tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang lebih terbaharukan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perbankan Syariah untuk melihat serta mempertimbangkan apa yang diinginkan oleh nasabah dalam pelayanan maupun apa yang membuat nasabah tetap percaya menggunakan layanan yang ada di Bank Syariah Indonesia.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, penanganan keluhan, dan minat perpindahan antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fahira et al. (2022) dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Nasabah Bank Sumut Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* nasabah Bank Sumut Syariah yang mengalami ketidakpuasan terkait layanan elektronik, seperti kesulitan dalam melakukan transaksi akibat server bank yang tidak stabil. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah nasabah pengguna *M-Banking* Bank Sumut Syariah, dengan 96 responden yang dipilih menggunakan metode slovin. Analisis data dilakukan melalui regresi linier berganda, menggunakan uji-F secara simultan dan uji-t secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat dimensi *E-Service Quality* (*Efficiency*, *Fulfillment*, *System Availability*, dan *Privacy*) secara signifikan mempengaruhi *E-Satisfaction* nasabah, dengan kontribusi sebesar 62,3%.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Kurniyawati & Anggadha Ratno (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening, yang dilakukan di BPRS Suriyah Cabang Salatiga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memvalidasi data empiris melalui teori yang relevan. Sampel penelitian terdiri dari 100 nasabah yang diperoleh menggunakan teknik *accidental sampling*. Data primer

dikumpulkan melalui pengisian kuesioner oleh responden. Analisis data dilakukan menggunakan berbagai uji statistik, termasuk uji t, uji F, koefisien determinasi (R^2), uji instrumen, uji asumsi klasik, dan analisis jalur (*Path Analysis*), dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Lebih lanjut, kepuasan nasabah ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah serta bertindak sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan dan penanganan keluhan dengan loyalitas nasabah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mawaddah et al. (2023) dengan judul “Analisis Tingkat Pelayanan Klaim dan Komplain Nasabah Terhadap Ketidakpuasan Nasabah Asuransi Kendaraan Bermotor Pada PT Jasa Raharja Putera Cabang Pematang Siantar”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan pengaduan pelanggan terhadap ketidakpuasan nasabah asuransi kendaraan bermotor di PT Jasa Raharja Putera Cabang Pematang Siantar, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan data yang diperoleh melalui kuesioner dan pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Populasi penelitian terdiri dari nasabah asuransi kendaraan bermotor di cabang tersebut, dengan sampel sebanyak 70 responden. Data penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel pelayanan (X1) dan pengaduan pelanggan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ketidakpuasan nasabah. Secara parsial, kedua variabel tersebut, yaitu pelayanan dan pengaduan pelanggan, juga terbukti memengaruhi ketidakpuasan nasabah asuransi kendaraan bermotor.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Rahmadi Hasibuan et al. (2023) dengan judul “Membangun Ekuitas Merek yang Kuat: Mengeksplorasi Interaksi antara Persepsi Merek dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara citra merek perusahaan dengan tingkat kepuasan nasabah dari perspektif Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi BSI dan lembaga keuangan Islam lainnya tentang cara efektif membangun ekuitas merek yang kuat melalui interaksi yang positif dan konsisten dengan nasabah. Penelitian ini melibatkan 100 partisipan, dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Temuan menunjukkan bahwa kesadaran merek tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan nasabah, namun persepsi pelanggan terhadap kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka. Tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara aspek emosional dan tingkat kepuasan, serta tidak ada korelasi statistik antara perasaan pelanggan terhadap merek dan tingkat kepuasan mereka. Proses individu menjadi diri sendiri memiliki dampak besar terhadap kebahagiaan dan kepuasan hidup seseorang.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Handayani Dasopang & Khamal Rokan (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP. Kotapinang”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh kualitas pelayanan dan pembiayaan terhadap minat dan keputusan nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal dengan metode *simple random sampling* dan kuota sampling, serta analisis data dilakukan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah, serta kualitas pelayanan juga berdampak positif terhadap keputusan nasabah. Selain itu, pembiayaan melalui alat benda juga memiliki dampak positif terhadap minat dan keputusan nasabah. Minat nasabah sendiri terbukti berperan positif dalam memengaruhi keputusan akhir

mereka. Penelitian ini memberikan bukti bahwa kualitas pelayanan dan pembiayaan secara signifikan mempengaruhi minat dan keputusan nasabah.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Mochlasin et al. (2023) dengan judul “*Customer Switching Behavior Among Indonesian Muslims: Evidence From The Merger Of Indonesia’s State-Owned Islamic Banks*”. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan perilaku berpindah bank setelah terjadinya merger bank-bank syariah BUMN di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner online kepada 210 nasabah muslim dan dianalisis menggunakan *SEM-PLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk meningkatkan kepuasan nasabah, sementara kualitas layanan mengurangi kecenderungan nasabah untuk berpindah bank. Menariknya, kepatuhan terhadap prinsip syariah juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan perilaku berpindah nasabah. Hal ini menegaskan bahwa di Indonesia, negara dengan mayoritas penduduk muslim, bisnis yang memprioritaskan kepatuhan syariah memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan nasabah. Implikasi dari penelitian ini menyoroti pentingnya reputasi bank syariah, di mana integrasi kualitas produk, layanan, dan kepatuhan syariah dalam model bisnis perbankan sangat disarankan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mengurangi perpindahan. Sebagai penelitian pertama di Indonesia yang meneliti perilaku perpindahan nasabah pasca-merger bank syariah milik negara, temuan ini memberikan bahan evaluasi bagi pemerintah dan manajemen bank dalam memperkuat perekonomian nasional.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Sianuri et al. (2023) dengan judul “*Analisis Customers Switching Behavior Pada Bank Syariah Dengan Pendekatan Push-Pull Factors (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Serdang)*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen dan Norma Subjektif terhadap perilaku perpindahan nasabah (*Customers Switching Behavior*) di Bank Muamalat KCP Serdang. Dengan menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 responden, dan dianalisis menggunakan regresi linier

berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen sebagai faktor pendorong (*Push Factors*) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku perpindahan nasabah, sementara Norma Subjektif sebagai faktor penarik (*Pull Factors*) juga secara signifikan memengaruhi perilaku tersebut. Secara simultan, kedua variabel ini menjelaskan 62,4% dari variasi perilaku perpindahan nasabah. Selain itu, Norma Subjektif sebagai faktor penarik terbukti menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi perilaku perpindahan nasabah, dengan pengaruh lebih besar dibandingkan Kepuasan Konsumen, yakni dengan nilai koefisien 0,240.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Khoiri (2021) dengan judul “*The Effect of Service Quality and Complaints Handling on Customer Satisfaction and Loyalty at Shariah Bank BNI Semarang*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah. Sampel penelitian terdiri dari 105 responden yang merupakan nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner, dan analisis dilakukan menggunakan metode deskriptif serta analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun, analisis jalur mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan tidak secara langsung memengaruhi loyalitas nasabah. Pengaruh tersebut terjadi melalui mediasi kepuasan nasabah.

Dari berbagai studi di atas cukup banyak yang telah meneliti mengenai minat perpindahan pada bank Syariah namun belum ada yang dikaitkan dengan fenomena penarikan dana oleh organisasi Muhammadiyah yang terjadi pada salah satu bank Syariah terbesar di Indonesia. Sehingga peneliti tertarik untuk membahas hal tersebut. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambahkan terkait isu

penarikan dana oleh Muhammadiyah yang terjadi pada Bank Syariah Indonesia, lalu perbedaan juga terletak pada objek penelitian, waktu penelitian, dan lokasi penelitian.

B. Landasan Teori

1. Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia adalah lembaga perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yaitu hukum Islam yang mendasari segala aktivitas ekonomi dengan mengedepankan keadilan, kemaslahatan, dan etika (Muheramtohad, 2021). Bank Syariah Indonesia adalah hasil penggabungan atau *merger* dari tiga bank syariah besar di Indonesia, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah dengan tujuan menciptakan institusi perbankan syariah yang lebih besar dan mampu bersaing di level nasional maupun internasional. Tujuan utama Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah untuk menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, di mana transaksi-transaksi harus bebas dari unsur *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi) (Rahmawati, 2022).

Sebagai bank syariah, BSI menjalankan berbagai produk dan layanan yang berlandaskan akad-akad sesuai syariah, seperti *murabahah* (jual beli dengan margin), *mudharabah* (kemitraan bagi hasil), dan *musyarakah* (pembiayaan bersama) (Mufid & Iskandar, 2022). Salah satu prinsip dasar dalam operasional Bank Syariah Indonesia adalah *profit sharing* yang memungkinkan nasabah dan bank berbagi keuntungan sesuai dengan porsi yang telah disepakati. Sistem ini berbeda dengan bank konvensional yang mengedepankan bunga, sehingga produk dan layanan Bank Syariah Indonesia lebih adil dan transparan bagi para nasabah (Hakim, 2021). Sistem bagi hasil ini dikembangkan untuk mengurangi ketidakpastian serta memperkuat kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan syariah.

Bank Syariah Indonesia juga berperan penting dalam memperluas inklusi keuangan di Indonesia, terutama di kalangan masyarakat yang

sebelumnya belum terjangkau oleh bank konvensional (Nuryanti, 2022). Dengan adanya prinsip syariah, Bank Syariah Indonesia dapat menarik minat masyarakat Muslim yang menghindari transaksi berbasis bunga. Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang tinggal di daerah terpencil dan terluar di Indonesia, sehingga menjadikan perbankan syariah sebagai alat untuk meningkatkan akses terhadap layanan keuangan di berbagai lapisan masyarakat (Hidayat, 2022). Hal ini mendukung target pemerintah dalam meningkatkan inklusi keuangan yang lebih luas dan merata di seluruh wilayah Indonesia.

Meskipun memiliki potensi besar, Bank Syariah Indonesia masih menghadapi tantangan seperti persaingan dengan bank konvensional, kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk syariah, serta kendala regulasi dan teknologi (Susilo, 2022). Namun, prospek Bank Syariah Indonesia ke depan cukup cerah mengingat tren masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya sistem ekonomi yang etis dan berkelanjutan. Bank Syariah Indonesia juga terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas layanan kepada nasabah, seperti *mobile banking* dan aplikasi berbasis Syariah (Herlina & Kurniawan, 2023). Dengan perkembangan yang berkelanjutan, Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu mencapai visinya sebagai bank syariah terbesar di Indonesia dan memperkuat eksistensinya di tingkat global.

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai bank Syariah, di Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa jenis produk, seperti:

- a. Giro, yaitu simpanan yang menggunakan akad wadiah maupun akad yang lain yang tidak bertentangan dengan ketentuan syariah dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, dan lainnya atau dengan pemindah bukuan.

- b. Tabungan, yaitu bentuk simpanan yang menggunakan akad wadiah dan penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah ditentukan, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan alat yang lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- c. Deposito, yaitu investasi yang menggunakan akad mudharabah maupun akad lain yang tidak bertentangan atau menyimpang dengan ketentuan syariah Islam dan penarikannya tidak dapat dilakukan kapan saja, melainkan hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai kesepakatan antara nasabah dengan pihak bank atau UUS.

2. Minat Perpindahan Nasabah (*Customer Switching Intentions*)

Minat perpindahan nasabah (*customer switching intentions*) merupakan keinginan atau kecenderungan seorang pelanggan untuk berhenti menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan dan berpindah ke perusahaan lain. Menurut Nugroho dan Hartanto (2020), minat perpindahan merupakan bentuk perilaku konsumen yang menunjukkan ketidakpuasan dan potensi loyalitas yang rendah terhadap penyedia layanan saat ini. Minat ini penting untuk dipahami oleh perusahaan karena dapat berdampak pada retensi pelanggan dan profitabilitas jangka panjang

Menurut Keaveney *customer switching* merupakan perilaku dimana konsumen meneruskan untuk menggunakan kategori produk atau jasa, tetapi mengganti dari penyedia produk atau jasa yang satu ke penyedia produk atau jasa yang lainnya (Eko Juniawan & Gede Agung Artha Kusuma, 2017). *Customer Switching* dapat terjadi dikarenakan layanan yang diberikan badan usaha kepada pelanggan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh badan usaha (Wahyuni, 2020). Terdapat banyak hal yang menjadi alasan para konsumen melakukan *switching* diantaranya adalah pertimbangan harga, kegagalan layanan inti, kompetisi, masalah etika, dan berpindah dengan terpaksa (Santoso & Ismail, 2019). Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Keaveney

mengenai faktor utama penyebab *customer switching*, ditemukan 2 faktor utama, antara lain :

a) *Core service failure*

Ketika pelayanan yang diberikan tidak baik maka nasabah akan merasa tidak puas, sehingga besar kemungkinan nasabah akan berpindah layanan. Pelayanan ini terkait dengan pemberian informasi yang benar dan akurat, serta tidak adanya kesalahan dalam melakukan transaksi.

b) *Service encounter failure*

Sikap dan sifat negatif yang diberikan oleh penyedia jasa (karyawan) kepada konsumen ketika memberikan pelayanan akan mempengaruhi ketidaknyamanan bagi pelanggan, contohnya seperti ketidakpedulian karyawan terhadap nasabah, karyawan tidak sopan, dan karyawan tidak responsif.

Selanjutnya, ada beberapa indikator untuk mengukur *customer switching*. Menurut Kurniawati (2017) ada beberapa indikator, yaitu:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan produk
- b. Kemantapan akan kualitas produk.
- c. Lebih diuntungkan.
- d. Puas dengan pelayanan.

3. Ketidakpuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2019) ketidakpuasan adalah perasaan negatif yang timbul ketika kinerja suatu produk atau layanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga menimbulkan kekecewaan. Ketidakpuasan ini dapat terjadi jika kualitas yang diterima pelanggan lebih rendah dari standar atau ekspektasi yang diantisipasi sebelumnya, yang pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku pembelian mereka di masa depan. Pada hakikatnya ketidakpuasan pelanggan adalah perasaan kecewa yang timbul ketika mereka merasakan bahwa produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan tidak memenuhi harapan (Fahrhani & Febriyanti, 2022). Biasanya, hal ini disebabkan oleh

kualitas produk dan layanan yang buruk. Ketidakpuasan (*dissatisfaction*) terjadi saat ekspektasi pelanggan sebelum membeli produk tidak sesuai dengan kenyataan, yaitu kinerja produk yang diterima ternyata lebih rendah dari yang diharapkan. Baik kepuasan maupun ketidakpuasan terhadap suatu merek penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi perilaku pembelian pelanggan di masa depan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu berfokus pada peningkatan kualitas secara konsisten agar dapat memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan.

Selanjutnya, ketidakpuasan nasabah juga dapat diartikan sebagai kondisi di mana nasabah merasa harapannya terhadap suatu produk atau layanan tidak terpenuhi. Menurut Kotler & Keller (2016) ketidakpuasan terjadi ketika harapan nasabah terhadap produk atau layanan lebih tinggi daripada apa yang diterima. Harapan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, serta komunikasi pemasaran dari perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah antara lain:

a) Kualitas Pelayanan yang Buruk

Pelayanan yang tidak memenuhi standar yang diharapkan, seperti lambatnya respon, kurangnya kemampuan karyawan, atau prosedur yang rumit.

b) Produk yang Tidak Sesuai Harapan

Ketika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan janji atau ekspektasi nasabah.

c) Pengalaman Buruk Sebelumnya

Pengalaman negatif yang dialami nasabah pada interaksi sebelumnya dapat memperburuk kepuasan mereka.

d) Kebijakan Perusahaan yang Tidak Memuaskan

Kebijakan yang dianggap merugikan nasabah, seperti penarikan biaya yang tidak wajar atau perubahan syarat dan ketentuan tanpa pemberitahuan.

Menurut Tjiptono (2014) ada beberapa indikator kepuasan pelanggan. Indikator ini untuk menilai seberapa puas atau tidak puas terhadap produk/jasa yang diberikan. Diantaranya sebagai berikut:

a. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa/produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

b. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung Kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa/produk terkait.

c. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa/produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan oleh suatu produk/jasa dan kesesuaiannya dengan ekspektasi pelanggan (Sinollah & Masruro, 2019). Hidayat dan Sulistyani mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen (Apriliana & Sukaris, 2022). Pada masa kini, kualitas pelayanan menjadi aspek yang vital untuk bertahan dan memenangkan persaingan dalam bisnis. Maka dari itu, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus jauh lebih baik dari ekspektasi pelanggan agar mereka tidak kecewa.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan metode *service quality* (*servqual*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang pelanggan terima dari

penyaji layanan (Sinollah & Masruro, 2019). Adapun metode *Servqual* ini meliputi:

a. *Tangibles* (Nyata)

Tangibles (nyata) ini meliputi pegawai, perlengkapan, penampilan fisik, dan sarana komunikasi yang digunakan.

b. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin seperti yang telah dijanjikan dengan teliti, segera, dan memuaskan.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Keinginan dan usaha para staf untuk memberikan pelayanan yang tanggap untuk pelanggan.

d. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan berupa staf yang memiliki pengetahuan, kemampuan, sifat baik seperti dapat dipercaya dan kesopanan yang membuat pelanggan terbebas dari bahaya dan keraguan para pelanggan.

e. *Emphaty* (Empati)

Kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, hubungan yang erat, dan pemahaman kepada kebutuhan para pelanggan.

5. **Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*)**

Penanganan keluhan (*complaint handling*) merupakan elemen penting dalam manajemen layanan untuk mengatasi kegagalan layanan dan memulihkan kepuasan pelanggan. Proses ini mencakup respons proaktif terhadap keluhan, penyelesaian yang adil, dan pengelolaan pengalaman pelanggan pasca kegagalan. Penanganan keluhan yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan meskipun terjadi kegagalan layanan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor seperti kecepatan respons, empati, dan solusi yang diberikan kepada pelanggan (Kim et al., 2010).

Terdapat tiga dimensi utama dalam penanganan keluhan, yaitu keadilan distributif, keadilan interaksional, dan keadilan prosedural. Keadilan distributif berfokus pada hasil yang diterima pelanggan, seperti pengembalian dana atau kompensasi. Keadilan interaksional melibatkan sikap ramah, penghargaan, dan komunikasi dari penyedia layanan. Sementara itu, keadilan prosedural mencakup transparansi dan efisiensi dalam proses penyelesaian keluhan. Ketiga dimensi ini secara kolektif memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap penanganan keluhan (Wang & Omar, 2014).

Penanganan keluhan bukan hanya tentang memperbaiki situasi, tetapi juga memanfaatkan peluang untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan. Layanan yang menunjukkan empati, tanggung jawab, dan fleksibilitas mampu memperbaiki persepsi pelanggan terhadap merek. Selain itu, pelanggan yang puas dengan penanganan keluhan cenderung berbagi pengalaman positif dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan (Maamari & Wasfi, 2020). Perusahaan perlu mengembangkan strategi penanganan keluhan yang komprehensif, termasuk pelatihan karyawan dalam keterampilan komunikasi dan pemberian wewenang untuk menyelesaikan masalah. Sistem teknologi informasi juga penting untuk memantau dan mencatat keluhan pelanggan secara sistematis. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan perusahaan menganalisis pola keluhan dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan (Agnihotri et al., 2021).

Menurut Tjiptono dalam Artanti dan Ningsih (2018), terdapat empat indikator penanganan komplain yang penting, yaitu:

- a. Empati terhadap pelanggan yang marah
- b. Kecepatan dalam penanganan keluhan
- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan

- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya

C. Hipotesis

1. Hubungan Ketidakpuasan Nasabah Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Ketidakpuasan nasabah dapat didefinisikan sebagai kondisi di mana nasabah merasa bahwa harapan mereka terhadap layanan atau produk yang diberikan oleh bank tidak terpenuhi. Ketidakpuasan ini biasanya muncul karena adanya perbedaan antara harapan nasabah dan kenyataan yang mereka terima, baik dalam bentuk kualitas layanan, aksesibilitas, maupun respon dari pihak bank. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa ketidakpuasan nasabah merupakan salah satu faktor utama yang memicu nasabah berpindah ke bank lain. Putri et al. (2023) menyatakan bahwa nasabah yang merasa kecewa dengan layanan yang mereka terima cenderung lebih cepat mencari alternatif bank lain. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan memainkan peran penting dalam mendorong minat perpindahan nasabah. Ketika nasabah merasa tidak puas dengan pengalaman mereka di bank, mereka akan lebih mudah terpengaruh untuk berpindah ke bank lain yang dianggap lebih dapat memenuhi kebutuhan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Herlambang (2020) juga menemukan bahwa ketidakpuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah untuk mencari bank lain. Hasil penelitian Kaur dan Sharma (2022) dalam konteks perbankan internasional juga menegaskan bahwa ketidakpuasan konsumen secara signifikan mempercepat keinginan untuk berpindah ke bank lain, terutama dalam kasus di mana pelanggan merasa layanan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel ketidakpuasan nasabah diasumsikan memiliki pengaruh terhadap minat perpindahan nasabah setelah adanya isu penarikan dana oleh Muhammadiyah di BSI.

H₁: Ketidakpuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

2. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai penilaian yang dilakukan oleh nasabah tentang keunggulan produk maupun layanan yang disediakan oleh perusahaan, kemudian membandingkan antara kualitas yang diberikan apakah sesuai dengan harapan nasabah atau tidak. Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas layanan bank memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat perpindahan nasabah. Muhyiddin et al. (2024) menyatakan bahwa kualitas layanan yang memenuhi ekspektasi nasabah adalah kunci untuk mempertahankan nasabah. Hal ini berarti kualitas layanan bank memiliki peran yang krusial dalam mempengaruhi minat perpindahan nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan akan cenderung lebih setia dan tidak akan berminat untuk berpindah ke bank lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tocquin, (2019) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung. Dalam konteks internasional, penelitian oleh Lee & Lee (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan sangat penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank, terutama ketika nasabah merasa layanan yang diterima melampaui harapan mereka. Hasil ini diperkuat oleh temuan dari penelitian Parasuraman & Zeithaml (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang buruk cenderung memicu perpindahan nasabah ke lembaga keuangan lain yang dirasa lebih responsif terhadap kebutuhan mereka. Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel kualitas layanan diasumsikan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk melakukan perpindahan ke bank lain setelah adanya isu penarikan dana oleh Muhammadiyah di BSI.

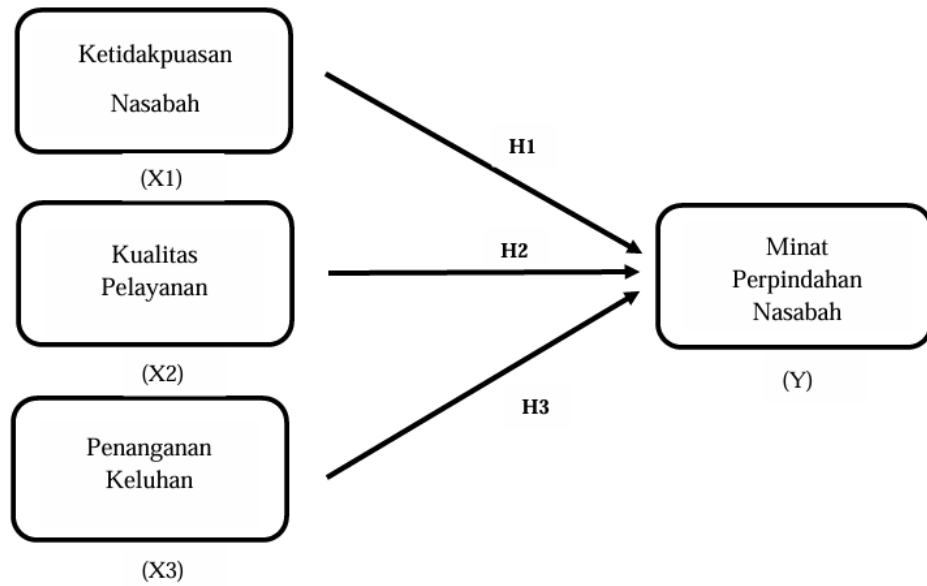
H₂: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI

3. Hubungan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca penarikan Dana Muhammadiyah

Penanganan keluhan merupakan salah satu faktor penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah dan mencegah perpindahan mereka ke institusi keuangan lain. Kemampuan bank dalam menangani keluhan secara cepat, responsif, dan memadai dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan memperkuat hubungan jangka panjang. Menurut Alamsyah et al. (2020), penanganan keluhan yang tidak efektif dapat memicu ketidakpuasan, yang menjadi salah satu faktor dalam memengaruhi minat nasabah untuk berpindah. Penelitian lain oleh Ahmad dan Rahman (2021) menunjukkan bahwa sikap proaktif bank terhadap keluhan nasabah berperan penting dalam meredam ketidakpuasan, khususnya di tengah kondisi sensitif seperti adanya isu besar yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap bank. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia (BSI), pasca penarikan dana oleh Muhammadiyah, penanganan keluhan menjadi semakin kritis. Ketika nasabah merasa keluhan mereka ditangani dengan baik, mereka cenderung merasa dihargai dan dipahami, sehingga kecil kemungkinan untuk berpindah. Sebaliknya, kurangnya perhatian terhadap keluhan dapat memperburuk citra bank dan meningkatkan minat perpindahan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini berhipotesis bahwa kualitas penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah.

H₃: Penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI pasca penarikan dana Muhammadiyah.

D. Kerangka Berpikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang bersifat kuantitatif, dan hasilnya dianalisis secara statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah Bank BSI pasca penarikan dana Muhammadiyah. Penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel bebas yaitu ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan serta variabel terikat yaitu minat perpindahan nasabah.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari – Februari 2025. Penelitian ini akan dilaksanakan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah informasi mengenai ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan dalam mempengaruhi minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia. Subjeknya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian yang meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu dan akhirnya ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah

seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur atau karakteristik tertentu yang sudah ditentukan sehingga dapat mewakili populasinya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono adalah Teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu, di mana peneliti memilih individu yang dianggap memiliki karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Proses sampling yang ditargetkan mengidentifikasi sampel yang memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan. Kriteria sampel sebagai berikut:

1. Responden merupakan nasabah aktif Bank Syariah Indonesia.
2. Responden mengetahui tentang adanya berita penarikan dana secara besar-besaran oleh organisasi Muhammadiyah dari Bank Syariah Indonesia.
3. Responden tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui hasil dari angket/kuesioner yang disebarkan pada sampel penelitian yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia di Daerah Istimewa Yogyakarta.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode angket atau kuesioner. Kuesioner disebarkan secara tidak langsung menggunakan *Google Form*. Dalam penyebaran ini, responden diminta untuk memberikan pendapat mereka pada kuesioner yang diterima melalui email atau media sosial lain dalam bentuk *Google Form*.

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan definisi konsep variabel tersebut secara praktik, secara operasional, dan secara nyata dalam lingkup objek dari penelitian tersebut. Adapun pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Independent* (X)

a. Ketidakpuasan Nasabah (X1)

Ketidakpuasan adalah perasaan negatif yang timbul ketika kinerja suatu produk atau layanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga menimbulkan kekecewaan. Ketidakpuasan ini dapat terjadi jika sesuatu yang diterima pelanggan lebih rendah dari standar atau ekspektasi yang diantisipasi sebelumnya (Tjiptono, 2019).

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan oleh suatu produk atau jasa dan kesesuaiannya dengan ekspektasi pelanggan (Sinollah & Masruro, 2019).

c. Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*) (X3)

Penanganan keluhan atau *complaint handling* merupakan strategi perusahaan/lembaga keuangan untuk mengatasi keluhan nasabah dengan cara mengevaluasi kegagalan layanan yang dialami oleh perusahaan/lembaga keuangan (Dicky, 2021).

2. Variabel *Dependent* (Y)

a. Minat Perpindahan Nasabah (*Customer Switching Intentions*) (Y)

Minat perpindahan nasabah (*customer switching intentions*) merupakan keinginan atau kecenderungan seorang pelanggan untuk berhenti menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan dan berpindah ke perusahaan lain. Menurut Keaveney, *customer switching* merupakan perilaku dimana konsumen meneruskan untuk menggunakan kategori produk atau jasa, tetapi mengganti dari

H. Instrumen Penelitian

Tabel 3. 1 Contoh *Multiple Choice*

Tabel 3. 2 Contoh Skala *Countinuous Rating Scale*

Multiple choice merupakan tes pilihan ganda yang dimana setiap soal atau pertanyaan mempunyai jumlah jawaban lebih dari dua. Berdasarkan beberapa jumlah jawaban yang ditentukan, responden hanya bisa memilih jawaban satu yang dianggap paling benar (Destiniar et al.,

2018). Sedangkan skala *countinous rating scale* (skala penilaian berkelanjutan) yaitu digunakan untuk mengukur sikap dan fenomena sosial. Selain itu, skala *countinous rating scale* memiliki angka dari 1 hingga 10. Responden diminta menandai angka yang dianggap mewakili. Pada jawaban responden tiap itemnya kuesioner memiliki angka yang tidak baik yaitu 1 dan angka yang baik yaitu 10 (M. Wiyono et al., 2018).

Selanjutnya, pada penelitian ini juga menggunakan jenis instrument berupa angket atau kuesioner dengan indikator penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Item
Ketidakpuasan Nasabah (X1) (Tjiptono, 2014)	Kesesuaian Harapan	1,2
	Minat Berkunjung Kembali	3,4
	Kesediaan Merekomendasi	5,6
Kualitas Pelayanan (X2) (Sinollah & Masruro, 2019)	<i>Tangibles</i>	7,8
	<i>Reliability</i>	9
	<i>Responsiveness</i>	10
	<i>Assurance</i>	11
	<i>Emphaty</i>	12
Penanganan Keluhan (X3) (Artanti & Ningsih, 2018)	Empati Terhadap Pelanggan yang marah	13
	Kecepatan dalam penanganan keluhan	14
	Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan	15,16
	Kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan	17,18

	komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya	
<i>Customer Switching</i> (Y) (Kurniawati, 2017)	Kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan produk	19
	Kemantapan akan kualitas produk	20
	Lebih diuntungkan	21
	Puas dengan pelayanan	22,23

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang ingin diukur secara tepat. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan yang ada dalam kuesioner sesuai dengan variabel yang diteliti.

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid.
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

Dalam uji validitas peneliti menggunakan *software* SPSS 27 sebagai pengolahan data. Pada Uji validitas ini mengambil sampel sebanyak 30 sampel. Berikut hasil uji validitas dengan 30 sampel yang telah di uji menggunakan *software* SPSS 27, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Ketidakpuasan Nasabah (KN)	KN 1	0.732	0.361	Valid
		KN 2	0.857	0.361	Valid
		KN 3	0.914	0.361	Valid
		KN 4	0.906	0.361	Valid
		KN 5	0.917	0.361	Valid
		KN 6	0.788	0.361	Valid

2	Kualitas Pelayanan (KP)	KP 1	0.697	0.361	Valid
		KP 2	0.797	0.361	Valid
		KP 3	0.801	0.361	Valid
		KP 4	0.879	0.361	Valid
		KP 5	0.614	0.361	Valid
		KP 6	0.791	0.361	Valid
3	Penanganan Keluhan (PK)	PK 1	0.795	0.361	Valid
		PK 2	0.840	0.361	Valid
		PK 3	0.685	0.361	Valid
		PK 4	0.688	0.361	Valid
		PK 5	0.844	0.361	Valid
		PK 6	0.695	0.361	Valid
4	Customer Switching (CS)	CS 1	0.820	0.361	Valid
		CS 2	0.912	0.361	Valid
		CS 3	0.711	0.361	Valid
		CS 4	0.882	0.361	Valid
		CS 5	0.811	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis uji validitas dalam tabel diatas, menunjukkan bahwa semua indikator dari setiap variabel memiliki nilai *r-hitung* yang lebih besar daripada *r-tabel* yaitu 0,361. Hal ini menandakan bahwa setiap indikator dalam variabel Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, dan *Customer Switching* adalah valid. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner dapat dikatakan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten ketika diulang dalam kondisi yang sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen

penelitian seperti kuesioner menghasilkan data yang stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach's alpha*. Tingkat nilai signifikan yang digunakan 0.6. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Berikut hasil olah data uji reliabilitas yang didapatkan dari 30 sampel responden menggunakan *software* SPSS 27:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
1	Ketidakpuasan Nasabah (KN)	0.924	6	<i>Reliable</i>
2	Kualitas Pelayanan (KP)	0.855	6	<i>Reliable</i>
3	Penanganan Keluhan (PK)	0.849	6	<i>Reliable</i>
4	<i>Customer Switching</i> (CS)	0.867	5	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diatas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6. Variabel Ketidakpuasan Nasabah dengan nilai 0.924, Kualitas Pelayanan dengan nilai 0.855, Penanganan Keluhan dengan nilai 0.849, dan *Customer Switching* dengan nilai 0,867. Dengan demikian, dapat dikatakan variabel penelitian *reliable*.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan serangkaian uji statistik yang dilakukan sebelum menjalankan analisis regresi linear untuk

memastikan bahwa data memenuhi syarat-syarat model regresi yang valid dan menghasilkan hasil yang akurat. Uji ini penting dalam suatu penelitian, terutama saat menggunakan regresi linear untuk menghindari hasil yang tidak akurat.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Distribusi normal dari residual diperlukan agar estimasi koefisien regresi dapat diandalkan. Pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas diantaranya: 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka residual dianggap berdistribusi normal. 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka residual dianggap tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang sangat tinggi antara variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen saling berkorelasi kuat, yang dapat menyebabkan distorsi dalam estimasi koefisien regresi. Metode untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi ketidaksamaan varian residual dalam model regresi. Metode pada penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan dasar pengambilan yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh ketidakpuasan nasabah (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap minat perpindahan nasabah (Y). Uji ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut rumus persamaan dalam regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat perpindahan nasabah

X_1 = Ketidakpuasan nasabah

X_2 = Kualitas pelayanan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi

b_2 = Koefisien regresi

e = Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t adalah metode yang digunakan untuk menguji pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini membantu untuk mengetahui apakah variabel independen tertentu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1) Jika nilai Sig. < 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika nilai Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji F

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini memberikan gambaran apakah variabel-variabel independen dalam model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 1) Jika nilai Sig. $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - 2) Jika nilai Sig. $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- c. Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabilitas dari variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 mendekati 0, ini menunjukkan bahwa variabel bebas hampir tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan, atau memiliki pengaruh yang besar dalam memprediksi variabel terikat.

BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Singkat Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger tiga bank syariah terbesar di Indonesia, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, yang resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. Tujuan utama dari merger ini adalah untuk menciptakan bank syariah yang lebih kompetitif dan mampu melayani kebutuhan masyarakat dengan prinsip-prinsip syariah. Melalui konsolidasi ini, BSI diharapkan memiliki kapasitas permodalan yang lebih besar dan jangkauan layanan yang lebih luas, sehingga dapat bersaing secara kompetitif di tingkat global. BSI juga mendapatkan dukungan penuh dari induk perusahaannya (Bank Mandiri, BNI, dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, yang mendorong BSI untuk mencapai standar internasional (Senoaji et al., 2021)

BSI berkomitmen untuk memberikan layanan perbankan yang berbasis syariah dengan tetap mengutamakan kepuasan nasabah. Namun, dalam perjalanannya, BSI menghadapi berbagai tantangan, termasuk isu ketidakpuasan nasabah, kualitas pelayanan, serta penanganan keluhan yang berpotensi memengaruhi keinginan nasabah untuk berpindah ke bank lain.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi BSI adalah menjadi bank syariah yang inklusif, modern, dan terkemuka di dunia. Adapun misinya meliputi:

- a. Menyediakan layanan keuangan syariah yang inovatif dan kompetitif.
- b. Meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia.
- c. Memberikan manfaat kepada seluruh pemangku kepentingan berdasarkan prinsip syariah.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Hasil Pengumpulan Data

Responden yang dilibatkan pada penelitian ini adalah 113 responden yang merupakan Nasabah Bank Syariah Indonesia. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, penghasilan perbulan, domisili, dan lain sebagainya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	56	49.56%
2	Perempuan	57	50.44%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total 113 responden, terdapat 56 responden laki-laki atau sekitar 49,56%, sedangkan jumlah responden perempuan sedikit lebih banyak, yaitu 57 orang atau 50,44%. Perbedaan jumlah antara laki-laki dan perempuan relatif kecil, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi responden dalam penelitian ini hampir seimbang antara kedua jenis kelamin. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam penelitian ini tidak didominasi oleh satu kelompok gender tertentu, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih merepresentasikan kedua kelompok secara proporsional.

b. Usia

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan usia:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	16	14.16%
2	20 – 30 Tahun	59	52.21%
3	31 – 40 Tahun	26	23.01%
4	> 40 Tahun	12	10.62%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan kelompok usia. Dari total 113 responden, kelompok usia terbanyak adalah 20–30 tahun dengan jumlah 59 orang atau 52,21% dari total responden. Kelompok usia 31–40 tahun berada di posisi kedua dengan 26 responden (23,01%), diikuti oleh responden yang berusia di bawah 20 tahun sebanyak 16 orang (14,16%). Sementara itu, responden dengan usia di atas 40 tahun merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu 12 orang atau 10,62%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia produktif, khususnya 20–30 tahun, yang kemungkinan memiliki keterlibatan lebih tinggi dalam aktivitas perbankan dan transaksi keuangan dibandingkan kelompok usia lainnya.

c. Pekerjaan

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	44	38.94%
2	PNS	19	16.81%
3	Karyawan Swasta	25	22.12%
4	Wiraswasta	20	17.70%
5	<i>Other</i>	5	4.43%

	Total	113	100%
--	--------------	------------	-------------

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis pekerjaan. Dari total 113 responden, kategori terbesar adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 44 orang atau 38,94%. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 25 orang (22,12%), diikuti oleh wiraswasta sebanyak 20 orang (17,70%) dan pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 19 orang (16,81%). Sementara itu, terdapat 5 responden (4,42%) yang termasuk dalam kategori pekerjaan lain (*other*). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa, yang kemungkinan memiliki ketertarikan terhadap layanan perbankan syariah baik untuk keperluan tabungan, transaksi, maupun pembiayaan pendidikan. Sementara itu, kelompok pekerja seperti karyawan swasta, wiraswasta, dan PNS juga memiliki proporsi yang cukup signifikan, mencerminkan keragaman latar belakang profesi responden dalam penelitian ini.

d. Pendidikan Terakhir

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMA	46	40.71%
2	D1	8	7.08%
3	S1	44	38.94%
4	S2	12	10.62%
5	S3	3	2.65%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh. Dari total 113 responden, mayoritas memiliki pendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 46 orang atau 40,71%. Kelompok dengan pendidikan S1 berada di posisi kedua dengan 44 orang (38,94%), diikuti oleh responden dengan pendidikan S2 sebanyak 12 orang (10,62%). Sementara itu, responden dengan pendidikan D1 berjumlah 8 orang (7,08%), dan kelompok dengan pendidikan tertinggi, yaitu S3, memiliki jumlah paling sedikit, yaitu 3 orang (2,65%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari tingkat pendidikan menengah hingga sarjana (S1), yang kemungkinan mencerminkan tingkat literasi keuangan dan pemahaman mereka terhadap layanan perbankan syariah.

e. Penghasilan Perbulan

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan penghasilan perbulan:

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

No	Penghasilan Perbulan	Jumlah	Persentase
1	< Rp 1.000.000	21	18.58%
2	Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	63	55.75%
3	Rp 6.000.000-Rp 10.000.000	23	20.35%
4	> Rp 10.000.000	6	5.32%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan penghasilan per bulan. Dari total 113 responden, mayoritas memiliki penghasilan dalam rentang Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000, yaitu sebanyak 63 orang atau 55,75%. Kelompok dengan penghasilan Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000 berada di posisi kedua dengan 23 responden (20,35%), diikuti oleh responden dengan penghasilan di

bawah Rp 1.000.000 sebanyak 21 orang (18,58%). Sementara itu, kelompok dengan penghasilan lebih dari Rp 10.000.000 memiliki jumlah paling sedikit, yaitu hanya 6 orang atau 5,31%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan dalam kategori menengah, yang kemungkinan besar mencerminkan kelompok pekerja dengan tingkat ekonomi stabil. Adanya kelompok dengan penghasilan di bawah Rp 1.000.000 juga mengindikasikan keterlibatan mahasiswa atau pekerja dengan pendapatan rendah dalam penelitian ini.

f. Domisili

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan domisili:

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1	Kota Yogyakarta	30	26.55%
2	Kabupaten Sleman	34	30.09%
3	Kabupaten Gunung Kidul	16	14.16%
4	Kabupaten Kulon Progo	17	15.04%
5	Kabupaten Bantul	16	14.16%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan domisili. Dari total 113 responden, mayoritas berdomisili di Kabupaten Sleman, yaitu sebanyak 34 orang atau 30,09%, diikuti oleh responden dari Kota Yogyakarta sebanyak 30 orang (26,55%). Kabupaten Kulon Progo memiliki 17 responden (15,04%), sedangkan Kabupaten Gunung Kidul dan Kabupaten Bantul masing-masing memiliki jumlah responden yang sama, yaitu 16 orang atau 14,16%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari wilayah perkotaan dan daerah dengan aktivitas ekonomi yang lebih tinggi, seperti Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman.

Hal ini dapat mengindikasikan bahwa akses terhadap layanan perbankan syariah lebih banyak digunakan oleh masyarakat yang tinggal di daerah dengan infrastruktur keuangan yang lebih berkembang.

g. Produk Layanan BSI Yang Digunakan

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan produk layanan BSI yang digunakan:

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Digunakan

No	Produk Layanan BSI	Jumlah	Persentase
1	Tabungan	59	52.21%
2	Pembiayaan	20	17.70%
3	Deposito	21	18.58%
4	Giro	4	3.54%
5	Cicilan Emas	7	6.19%
6	Gadai Emas	2	1.78%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis produk layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang digunakan. Dari total 113 responden, mayoritas menggunakan produk tabungan, yaitu sebanyak 59 orang atau 52,21%. Produk deposito digunakan oleh 21 responden (18,58%), diikuti oleh pembiayaan dengan 20 responden (17,70%). Produk cicilan emas digunakan oleh 7 responden (6,19%), sedangkan giro memiliki 4 pengguna (3,54%), dan produk gadai emas menjadi layanan dengan jumlah pengguna paling sedikit, yaitu hanya 2 orang atau 1,77%. Data ini menunjukkan bahwa layanan tabungan merupakan produk yang paling banyak digunakan oleh nasabah BSI, kemungkinan karena kemudahan akses dan fleksibilitasnya. Sementara itu, produk

pembiayaan dan deposito juga cukup diminati, mencerminkan kebutuhan nasabah terhadap layanan investasi dan kredit berbasis syariah.

h. Berapa Lama Menjadi Nasabah BSI

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan sudah berapa lama menjadi nasabah BSI:

Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah BSI

No	Jangka Waktu	Jumlah	Persentase
1	< 1 Tahun	20	17.70%
2	1 – 3 Tahun	62	54.87%
3	> 3 Tahun	31	27.43%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jangka waktu mereka menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Dari total 113 responden, mayoritas telah menjadi nasabah selama 1–3 tahun, yaitu sebanyak 62 orang atau 54,87%. Sebanyak 31 responden (27,43%) telah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun, sedangkan 20 responden (17,70%) merupakan nasabah baru dengan jangka waktu kurang dari 1 tahun. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan BSI, khususnya dalam rentang 1–3 tahun. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa banyak nasabah mulai tertarik menggunakan layanan perbankan syariah dalam beberapa tahun terakhir, terutama setelah terbentuknya BSI sebagai hasil merger beberapa bank syariah di Indonesia.

i. Memiliki Rekening Lain Selain BSI

Berikut ini merupakan hasil rincian karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan apakah responden memiliki rekening lain selain BSI:

Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Rekening Lain Selain BSI

No	Memiliki rekening selain BSI	Jumlah	Persentase
1	Iya	78	69.03%
2	Tidak	35	30.97%
	Total	113	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan kepemilikan rekening selain di Bank Syariah Indonesia (BSI) oleh responden. Dari total 113 responden, mayoritas atau sebanyak 78 orang (69,03%) memiliki rekening di bank lain selain BSI, sementara 35 orang (30,97%) hanya memiliki rekening di BSI. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar nasabah BSI juga menggunakan layanan perbankan dari institusi lain, yang dapat mencerminkan diversifikasi dalam penggunaan layanan keuangan. Faktor seperti kebutuhan transaksi yang lebih luas, kepercayaan terhadap berbagai lembaga keuangan, atau perbedaan dalam layanan dan fasilitas yang ditawarkan dapat menjadi alasan utama bagi nasabah untuk memiliki lebih dari satu rekening bank.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik yang dilakukan sebelum analisis regresi linear untuk memastikan bahwa data memenuhi kriteria yang diperlukan agar model regresi valid dan menghasilkan estimasi yang akurat. Pengujian ini memiliki peran penting dalam penelitian, terutama saat menggunakan regresi linear. Pada

penelitian ini, ada tiga uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Statistik Non-Parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			113
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.077
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.081
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.074
		Upper Bound	.088

Sumber: Data yang diolah (2025)

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,077, yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa distribusi data residual tidak berbeda secara signifikan dari distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, yang berarti model yang digunakan dapat dianalisis lebih lanjut dengan metode statistik yang mengasumsikan distribusi normal, seperti regresi linear atau uji parametrik lainnya.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Penggunaan uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi di antara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Ketidakpuasan Nasabah	.918	1.090
Kualitas Pelayanan	.637	1.569
Penanganan Keluhan	.676	1.479

Sumber: Data yang diolah (2025)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 10. Ketidakpuasan Nasabah (X1) memiliki VIF sebesar 1,090, Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 1,569, dan Penanganan Keluhan (X3) sebesar 1,479. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi, karena tidak ada variabel independen yang memiliki hubungan yang sangat kuat satu sama lain. Dengan demikian, model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut tanpa adanya kekhawatiran terhadap efek multikolinearitas yang dapat mengganggu interpretasi hasil.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian residual tetap, kondisi ini disebut homokedastisitas, sedangkan jika varian berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser untuk mendeteksi adanya masalah

heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		t	Sig.
	(Constant)	1.009	.315
1	Ketidakpuasan Nasabah	.904	.368
2	Kualitas Pelayanan	1.874	.064
3	Penanganan Keluhan	-.628	.531

Sumber: Data yang diolah (2025)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi (Sig.) di atas 0,05, yaitu Ketidakpuasan Nasabah (0,368), Kualitas Pelayanan (0,064), dan Penanganan Keluhan (0,531). Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi. Ini berarti bahwa varians dari residual tersebar secara homogen dan model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dengan hasil yang lebih valid dan reliabel.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, yang dipilih karena model ini melibatkan lebih dari satu variabel independen serta satu variabel dependen. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Metode ini memungkinkan untuk melihat hubungan serta kontribusi masing-masing variabel independen terhadap perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Hasil pengujian regresi linear berganda dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
		B		
1	(Constant)	27.973	3.136	.002
	Ketidakpuasan Nasabah	.443	8.150	.000
	Kualitas Pelayanan	-.054	-.310	.757
	Penanganan Keluhan	-.097	-.576	.566

Sumber: Data yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji regresi linear berganda dilakukan pengembangan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 27.973 + 0.443X_1 - 0.054X_2 - 0.097X_3$$

Adapun persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 27.973 artinya jika variabel Ketidakpuasan Nasabah (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Penanganan Keluhan (X_3) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel dependen berada pada angka 27.973.
- Nilai variabel Ketidakpuasan Nasabah (X_1) berdasarkan persamaan regresi sebesar 0.443 menyatakan bahwa apabila nilai Ketidakpuasan Nasabah meningkat satu satuan, maka nilai variabel dependen akan mengalami peningkatan sebesar 0.443. Selain itu, nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Nilai variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berdasarkan persamaan regresi sebesar -0.054 menyatakan bahwa apabila nilai Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan, maka nilai variabel dependen akan mengalami penurunan sebesar 0.054. Namun, nilai signifikansi 0.757

> 0.05 menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- d. Nilai variabel Penanganan Keluhan (X3) berdasarkan persamaan regresi sebesar -0.097 menyatakan bahwa apabila nilai Penanganan Keluhan meningkat satu satuan, maka nilai variabel dependen akan mengalami penurunan sebesar 0.097 . Selain itu, nilai signifikansi $0.566 > 0.05$ menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ketidakpuasan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, sementara Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam model regresi ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual. Uji ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel independen secara mandiri mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen dalam model regresi. Dengan demikian, hasil uji t dapat membantu dalam menentukan variabel mana yang memiliki pengaruh signifikan dan mana yang tidak dalam penelitian ini.

Hasil uji t yang diperoleh dari penelitian ini menjadi dasar dalam menentukan hubungan parsial antara variabel independen dengan variabel dependen serta dalam menginterpretasikan relevansi setiap variabel dalam model regresi yang digunakan.

Tabel 4. 14 Hasil Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.136	.002
	Ketidakpuasan Nasabah	8.150	.000
	Kualitas Pelayanan	-.310	.757
	Penanganan Keluhan	-.576	.566

Sumber: Data yang diolah (2025)

Interpretasi hasil yang diperoleh dari uji parsial (*t-Test*)

Berdasarkan Tabel di atas sebagai berikut:

1. Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI

H_0 : Tidak terdapat pengaruh ketidakpuasan nasabah terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

H_a : Terdapat pengaruh ketidakpuasan nasabah terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

Berdasarkan tabel data hasil uji t diatas dikatakan Hipotesis diterima, karena ketidakpuasan nasabah berpengaruh positif terhadap minat perpindahan nasabah BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 8.150 dan nilai signifikansi 0.000. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketidakpuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

Berdasarkan tabel data hasil uji t diatas dikatakan Hipotesis ditolak, karena kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -0.310 dan nilai signifikansi 0.757. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi > 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

3. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI

H_0 : Tidak terdapat pengaruh penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

H_a : Terdapat pengaruh penanganan keluhan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

Berdasarkan tabel data hasil uji t diatas dikatakan Hipotesis ditolak, karena penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -0.576 dan nilai signifikansi 0.566. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi > 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah BSI.

b. Uji F

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, dilakukan pengujian dengan uji F. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Hasil dari pengujian uji F dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 15 Hasil Uji F**ANOVA^a**

Model		F	Sig.
1	Regression	24.976	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data yang diolah (2025)

H₀: Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan tidak berpengaruh terhadap minat perpindahan nasabah BSI

H_a: Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan berpengaruh terhadap minat perpindahan nasabah BSI

Berdasarkan tabel ANOVA di atas, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05). Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen Penanganan Keluhan (X1), Ketidakpuasan Nasabah (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen *Customer Switching* (Y). Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen dalam model regresi linear. Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Adjusted R²*, yang memberikan gambaran lebih akurat mengenai proporsi variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model. Adapun nilai *Adjusted R²* yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.391	5.561

Sumber: Data yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.391, yang berarti bahwa 39.1% variasi dalam variabel dependen *Customer Switching* (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen Penanganan Keluhan (X1), Ketidakpuasan Nasabah (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3). Sedangkan sisanya 60.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Hasil Pembahasan Penelitian

1. Ketidakpuasan Nasabah Terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Ketidakpuasan nasabah merupakan kondisi ketika harapan nasabah terhadap produk atau layanan tidak terpenuhi. Hal ini dapat muncul dari berbagai faktor seperti kualitas produk, layanan pelanggan, proses transaksi, atau komunikasi yang buruk. Ketidakpuasan nasabah pada penelitian ini berdasarkan uji regresi memiliki nilai *t-statistic* sebesar 8.150 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel ketidakpuasan nasabah (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Semakin tinggi tingkat ketidakpuasan nasabah, semakin besar pula kemungkinan minat mereka untuk pindah kepada bank yang lain karena dalam dunia perbankan ketidakpuasan nasabah menjadi salah satu faktor dalam memengaruhi minat perpindahan nasabah.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Oktavina & Ansori (2024) yang menyatakan bahwa

terdapat pengaruh antara ketidakpuasan nasabah dengan minat nasabah untuk berpindah bank. Hal tersebut didukung oleh uji t yang memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa ketidakpuasan nasabah secara statistik signifikan memunculkan minat nasabah untuk berpindah bank. Penarikan dana yang dilakukan oleh Muhammadiyah dari BSI semakin memperkuat ketidakpuasan nasabah, khususnya pada nasabah yang memiliki hubungan dengan organisasi tersebut. Ketidakpastian yang muncul akibat peristiwa ini menimbulkan persepsi negatif terhadap keberlanjutan layanan BSI yang akhirnya dapat memicu kekecewaan di kalangan nasabah yang lainnya.

Dalam perspektif ekonomi Islam, ketidakpuasan nasabah yang memengaruhi minat perpindahan dapat dilihat melalui prinsip keadilan, transparansi, dan pelayanan yang sesuai dengan syariat. Ketidakpuasan ini sering kali terjadi karena kurangnya pemahaman terhadap prinsip syariah, pelayanan yang tidak optimal, atau ketidaksesuaian produk dengan kebutuhan nasabah. Dalam Islam, menjaga kepuasan nasabah adalah bagian dari amanah dan tanggung jawab moral. Ulama seperti Imam Al-Ghazali menekankan bahwa tujuan utama ekonomi Islam adalah tercapainya kemaslahatan umum (*maslahah*). Ketika nasabah merasa tidak puas, hal ini menunjukkan adanya pelanggaran terhadap prinsip *maslahah*. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah harus terus meningkatkan kualitasnya dan memastikan produk mereka sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2. Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan bank dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Indikator yang dapat diukur diantaranya yaitu keandalan, ketanggapan, empati, jaminan, dan *tangibles*. Kualitas pelayanan pada penelitian berdasarkan hasil uji regresi memiliki nilai *t-statistic* sebesar -0.310 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.757 (>

0.05). hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perpindahan. Meskipun kualitas pelayanan memiliki peranan yang penting dalam membangun loyalitas nasabah, tetapi pada penelitian ini tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan minat nasabah untuk berpindah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nellyana Embun Sari (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk berpindah. Dilihat dari nilai signifikansinya sebesar $0,008 < 0,05$ yang mana hal ini berarti variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel minat perpindahan nasabah.

Islam selalu mengajarkan untuk memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, tidak boleh memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas. Sebagaimana dalam hadist yang diriwayatkan oleh Al-Baihaqi:

“Sesungguhnya Allah menyukai seseorang yang apabila melakukan suatu pekerjaan, dia melakukannya dengan sebaik-baiknya” (HR. Al-Baihaqi)

Hadist tersebut menjelaskan betapa pentingnya selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, termasuk dalam konteks memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas kepada nasabah. Memberikan layanan yang berkualitas dan profesional merupakan salah satu anjuran dalam islam. Meskipun dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan tidak terbukti signifikan dalam mempengaruhi minat perpindahan nasabah, tetapi penting bagi pelaku bisnis khususnya pada bidang perbankan untuk memberikan pelayanan yang baik sebagai bagian dari prinsip bisnis Islami.

Kualitas pelayan tidak ada hubungannya dengan minat perpindahan nasabah. Salah satu faktornya dikarenakan kepercayaan

nasabah terhadap stabilitas dan reputasi Bank Syariah Indonesia, meskipun BSI sempat terserang isu penarikan dana yang dilakukan oleh lembaga Muhammadiyah, tetapi BSI mampu mempertahankan kualitas pelayanan yang baik sehingga para nasabah merasa nyaman dan aman untuk tetap bertransaksi menggunakan BSI dan memilih untuk tidak terpengaruh dengan isu-isu yang terjadi. BSI juga memiliki pengelolaan manajemen risiko yang baik sehingga para nasabahnya tetap memberikan kepercayaannya kepada BSI untuk menjadi mitra yang baik dan terpercaya.

3. Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah BSI Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah

Penanganan keluhan adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam merespons dan menyelesaikan keluhan atau permasalahan yang diajukan oleh nasabah. Aspek ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penanganan keluhan pada penelitian ini berdasarkan hasil uji regresi memiliki nilai *t-statistic* sebesar -0.576 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.566 (> 0.05). hal ini berarti bahwa penanganan keluhan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perpindahan nasabah. Ketika perusahaan menangani keluhan pelanggan dengan baik, faktor lain seperti ketidakpuasan nasabah atau promosi dari kompetitor dapat menjadi alasan utama pelanggan tetap berpindah layanan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Nugroho & Saputri (2021) yang menyebutkan bahwa efektivitas penanganan keluhan hanya menjadi faktor sekunder dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan suatu layanan. Dalam hadist riwayat Bukhari & Muslim dijelaskan bahwa:

“Sebaik-baik kalian adalah yang terbaik dalam melayani keluarganya, dan aku adalah orang yang terbaik di antara kalian dalam melayani keluargaku”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Dalam dunia perbankan, hadist tersebut menunjukkan betapa pentingnya melayani orang lain dengan baik, termasuk menerima dan menanggapi segala keluhan, kritik, maupun saran yang diberikan oleh nasabah. Meskipun penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan dalam penelitian ini, perusahaan tetap harus mengedepankan kepentingan dan menerima keluhan nasabah sebagai bagian dari etika bisnis Islami.

Penanganan keluhan tidak ada hubungannya dengan minat nasabah untuk berpindah pasca isu penarikan dana yang dilakukan oleh Muhammadiyah. Kebanyakan nasabah memandang isu tersebut sebagai faktor eksternal yang tidak dapat mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap Bank Syariah Indonesia. Penanganan keluhan yang baik kepada nasabah yang telah dilakukan oleh BSI dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen nasabah untuk tetap memilih BSI, terlepas dari berbagai isu yang menerpa karena pengalaman baik yang telah dirasakan sendiri oleh para nasabah sebagaimana keluhannya diterima dengan baik dan responsif oleh BSI.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini mengenai “Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ketidakpuasan Nasabah merupakan bentuk ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan layanan yang diterima nasabah. Hasil variabel ketidakpuasan nasabah (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti ketidakpuasan merupakan faktor yang secara statistik berpengaruh terhadap peningkatan minat nasabah untuk berpindah ke bank lain. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat ketidakpuasan yang dirasakan nasabah, baik terhadap layanan, komunikasi, maupun persepsi terhadap reputasi, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mempertimbangkan berpindah dari BSI.
2. Kualitas Pelayanan mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah. Pada hasil penelitian ini, variabel kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,084 > 0,05$, sehingga secara statistik variabel ini tidak memengaruhi secara langsung minat nasabah untuk berpindah. Artinya, meskipun pelayanan di BSI bervariasi dari segi ketanggapan, keramahan, dan fasilitas, faktor ini tidak menjadi alasan utama bagi nasabah dalam mempertimbangkan perpindahan.

3. Penanganan Keluhan menggambarkan bagaimana bank merespons dan menyelesaikan keluhan dari nasabah. Hasil penelitian ini, variabel penanganan keluhan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perpindahan nasabah Bank Syariah Indonesia pasca penarikan dana Muhammadiyah. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,542 > 0,05$, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun *complaint handling* berkontribusi dalam menjaga hubungan dengan nasabah, pendekatan ini tidak cukup kuat secara statistik untuk mencegah timbulnya niat berpindah, terutama jika sumber ketidakpuasan bersifat lebih mendasar atau menyangkut aspek kepercayaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa ketidakpuasan nasabah merupakan variabel paling dominan yang memengaruhi minat perpindahan nasabah BSI pasca terjadinya penarikan dana oleh Muhammadiyah. Oleh karena itu, BSI perlu memprioritaskan upaya identifikasi dan mitigasi sumber-sumber ketidakpuasan untuk mempertahankan loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait dan untuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia

- a. Bank perlu lebih memperhatikan faktor ketidakpuasan nasabah dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi mereka.
- b. Meskipun kualitas pelayanan dan penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, bank tetap perlu memastikan bahwa pelayanan tetap optimal guna mempertahankan loyalitas nasabah.
- c. Meningkatkan komunikasi dan transparansi terkait kebijakan bank agar nasabah memiliki pemahaman yang jelas dan tidak merasa dirugikan oleh kebijakan yang diterapkan.

2. Bagi Nasabah

- a. Nasabah diharapkan dapat lebih proaktif dalam memberikan masukan kepada pihak bank terkait layanan yang diterima sehingga bank dapat meningkatkan pelayanan berdasarkan kebutuhan nasabah.
- b. Sebelum memutuskan untuk berpindah ke bank lain, nasabah perlu mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk manfaat jangka panjang dan stabilitas keuangan mereka.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap minat perpindahan nasabah, seperti faktor kepercayaan atau preferensi layanan berbasis digital.
- b. Menggunakan metode yang lain untuk menggali lebih dalam alasan di balik minat nasabah berpindah ke bank lain.
- c. Melakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif terhadap keseluruhan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Dengan adanya temuan dalam penelitian ini, diharapkan Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan strategi pengelolaan nasabah guna mempertahankan loyalitas dan mengurangi tingkat perpindahan nasabah di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnihotri, D., et al. (2021). *Service Recovery in Quick-Service Restaurants: An Impact of Antecedents on Customer Delight*. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*.
- Apriliana, N., & Sukaris. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 10(1), 55–66.
- Artanti, Y., & Ningsih, S. (2018). Pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada bank syariah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(6), 1–15.
- BigEvo. (2023, October 11). Brand Switching: Pengertian, Aspek dan 3 Cara Menghindarinya. <https://bigevo.com/blog/detail/brand-switching>
- Destiniar, D., Octaria, D., & Mulbasari, A. S. (2018). Analisis Butir Soal Pilihan
- Dhona. (2024, June 9). Muhammadiyah Tarik 13 T di BSI, Langkah Strategis Manajemen Risiko Keuangan. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. <http://umsida.ac.id/muhammadiyah-tarik-13-t-di-bsi>
- Dicky, A. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction Pada Nasabah Pembiayaan Murabahah Di Bmt La Tahzan Indonesia Lampung Selatan. 1–63.
- Eko Juniawan, J., & Gede Agung Artha Kusuma, A. (2017a). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Switching dari Taksi Konvensional ke Taksi Online*. 6(10), 5460–5488. www.dailysocial.net
- Eko Juniawan, J., & Gede Agung Artha Kusuma, A. (2017b). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Switching dari Taksi*

- Konvensional ke Taksi Online*. 6(10), 5460–5488.
www.dailysocial.net
- Fadilah, R., & Setiawan, D. (2021). Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas di Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(2), 45-60.
- Fahira, A., Inda, T., Rahma, F., & Syahriza, R. (2022). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah* (Vol. 15, Issue 1).
- Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3).
- Fitriana, D., Alamsyah, A., & Rizki, F. (2024). Dampak Isu Penarikan Dana Muhammadiyah Terhadap Loyalitas Nasabah BSI. *Jurnal Manajemen Keuangan Islam*, 12(1), 56-67.
- Ganda Dengan Aplikasi Klasika. (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 2(1), 21. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v2i1.180>
- Hakim, L. (2021). Perbandingan sistem bagi hasil dan bunga pada perbankan syariah dan konvensional. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 101–110.
- Handayani Dasopang, K., & Khamal Rokan, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kcp. Kotapinang. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 755–762.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.89>
- Herlambang, A. (2020). Pengaruh ketidakpuasan nasabah terhadap perpindahan bank. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 8(2), 89-98.
<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
<https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.108>
- Hidayat, A. (2022). Peran BSI dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah*, 7(1), 88–97.

- Jahan, N., & Shahria, G. (2022). Factors effecting customer satisfaction of mobile banking in Bangladesh: a study on young users' perspective. *South Asian Journal of Marketing*, 3(1), 60–76. <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0018>
- Joko Aji, P. (2022). Strategi Penanganan Keluhan Pelanggan Dengan Perspektif Teori Griffin Dan Michael Pada Pt Maluku Prima Makmur Di Ambon. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59.
- Kaur, H., & Sharma, R. (2022). Customer dissatisfaction and switching behavior in the banking sector: A global perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 867-882.
- Khoiri, A. H. (2021). The Effect of Service Quality and Complaints Handling on Customer Satisfaction and Loyalty at Shariah Bank BNI Semarang. In *Jurnal Syarikah P* (Vol. 7, Issue 2).
- Kim, M., Wang, C., & Mattila, A. S. (2010). The relationship between consumer complaining behavior and service recovery: An integrative review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawati, D. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi switching behavior nasabah perbankan di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 115–124.
- Kurniyawati, E., & Anggadha Ratno, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). In *Jurnal Baabu Al-ilmu* (Vol. 5, Issue 2).
- Layanan, K., Dan, K., Terhadap, K., Nasabah, G. Z., Perbankan, J., Fakultas, S., Dan, E., & Islam, B. (2024). *Pengaruh Kualitas*.

- Lee, C., & Lee, K. (2021). The impact of service quality on customer loyalty in the banking sector: An international perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(1), 57-67.
- Maamari, B. E., & Wasfi, H. S. A. (2020). The effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty in banks. *International Journal of Technology Marketing*.
- Mahrani, S. (2023). Peran Perbankan dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(1), 25–34.
- Maimun, M., & Tzahira, D. (2022). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law*, 1(2), 125–142. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i2.878>
- Maulana, F., & Prabowo, W. (2022). Peran Inovasi Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Syariah*, 9(2), 87-96.
- Mawaddah, I., Rakhmawati, E., & Susilowati, S. (2023). Pengaruh pelayanan dan pengaduan terhadap ketidakpuasan nasabah asuransi kendaraan bermotor pada PT Jasa Raharja Putera. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 45–54.
- Mochlasin, M., Nadia Hasbullah, N., Muthohar, A. M., & Anwar, S. (2023). Customer switching behavior among Indonesian Muslims: Evidence from the merger of Indonesia's State-owned Islamic banks. *Cogent Business and Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2287781>
- Monica, I., Lucky, A. S., Tamengkel, F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana* (Vol. 3, Issue 2).
- Mufid, A., & Iskandar, D. (2022). Strategi penguatan daya saing Bank Syariah Indonesia pasca merger. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 11(2), 73–85.

- Muheramtohad, H. (2021). Prinsip dasar perbankan syariah dan implementasinya di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 33–45.
- Nst, A. M., Ramadhan, M., & Syarvina, W. (2023). *Analisis Tingkat Pelayanan Klaim dan Komplain Nasabah terhadap Ketidakpuasan Nasabah Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Jasa Raharja Putera Cabang Pematang Siantar*. 4, 560.
- Nugroho, A, Rusby, Z. (2022). Manajemen Perbankan Syariah (Issue July). https://repository.uir.ac.id/18071/1/ManajemenPerbankanSyariah_2022.pdf
- Nugroho, A. P. (2023). Comparative Analysis of Financial Performance of Sharia Banks and Conventional Banks. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 577-581. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i2.431>
- Nugroho, A. P. (2024a). Analisis Penggunaan Pembayaran Paylater terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Pandangan Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4761–4774. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1789>
- Nugroho, A. P. (2024b). Performance of Islamic Financial: A Qualitative Study In Improving The Regional Economy. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 9(2), 351–360. <https://doi.org/10.36908/isbank.v9i2.1011>
- Nugroho, R. A., & Hartanto, Y. (2020). Analisis minat perpindahan nasabah pada sektor perbankan: Pengaruh ketidakpuasan dan penawaran kompetitor. *Jurnal Perbankan dan Keuangan*, 15(1), 30–45.
- Nugroho, R. A., & Saputri, F. D. (2021). Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, 9(2), 112–125.
- Nuryanti, S. (2022). Literasi keuangan syariah dan peran BSI dalam mendorong inklusi keuangan. *Jurnal Keuangan Syariah*, 6(3), 120–129.

- Nyata Universitas Trunojoyo Madura Menggunakan Metode Rating Scale.
- Oktavina, D., & Ansori, M. H. (2024). Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah terhadap Perpindahan Bank Syariah: Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(1), 45–58.
- Orsingher, C., Valentini, S., & de Angelis, M. (2010). A meta-analysis of satisfaction with complaint handling in services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), 169–186. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0155-z>
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2020). Service quality and customer retention in the financial sector. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 265–280.
- Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora, 3(2), 164–173.
- Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen)*. (n.d.).
- Pratama, R., & Dalimunte, A. A. (2022). Mekanisme Handling Complaint Pada Unit Customer Service Pada PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 239–246. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.73>
- Putri, A., Suryani, T., & Nugraha, D. (2023). Ketidakpuasan nasabah sebagai faktor perpindahan nasabah ke bank lain. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 12(3), 134–145.
- Rahmadi Hasibuan, R., Suleman, D., Mayasari Ginting, Y., Surya Permana, I., & Pamikatsih, M. (2023). *Membangun Ekuitas Merek yang Kuat: Mengeksplorasi Interaksi antara Persepsi Merek dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*. 8(Tahun), 139–154.
- Rahmawati, D. (2022). Etika bisnis dalam perbankan syariah: Studi pada BSI. *Jurnal Etika dan Ekonomi Islam*, 8(1), 56–64.

- Ramadhani, N., & Putri, R. (2023). Penanganan Keluhan Pelanggan dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan*, 8(3), 112-125.
- Rekayasa, 10(1), 23. <https://doi.org/10.21107/rekayasa.v10i1.3601>
- Santoso, H., & Ismail, H. (n.d.). *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah Perilaku Berpindah (Switching Behaviour) Nasabah Non Muslim di Bank Syariah Mandiri Kota Metro Lampung*.
- Sari, A., & Hidayat, T. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 10(1), 30-50.
- Sari, N. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dan Perpindahan Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–15.
- Satria, F., & Diah Astarini. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu*
- Sianuri, W. T., Lubis, A., Ria, R., & Hasibuan, A. (2023). *Analisis Customers Switching Behavior Pada Bank Syariah Dengan Pendekatan Push-Pull Factors (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat KCP Serdang)* (Vol. 2, Issue 3).
- Sinollah, M., & Masruro, R. (2019). Analisis kualitas layanan menggunakan model SERVQUAL pada perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 123–134.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). *Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola*
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Publisher.

Tocquin, 2019. (n.d.).

UMSIDA. (2024). Dampak Penarikan Dana Muhammadiyah dari Bank Syariah Indonesia: Tinjauan Ekonomi dan Sosial. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Wahyuni, N. (2020). Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Customer Switching Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare. 1, 10-32.

Wang, X., & Omar, R. (2014). Service Recovery Activities and Customer Satisfaction: Mediating Role of Justice Dimensions. Asian Social Science.

Wiyono, M., Solihin, F., & Putro, S. S. (2018). Aplikasi Penilaian Kuliah Kerja

Yuniarti, D., & Nugraheni, E. (2018). Customer Switching Behavior in Islamic Banking. Jurnal Perbankan Syariah Indonesia, 6(1), 77-88.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth,

Saudara/i

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Perkenalkan saya Ahmad Habibullah Musthofa mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Layanan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Minat Perpindahan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Penarikan Dana Muhammadiyah”** guna menyelesaikan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memerlukan responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Responden merupakan nasabah aktif Bank Syariah Indonesia.
2. Responden mengetahui tentang adanya berita penarikan dana secara besar-besaran oleh organisasi Muhammadiyah dari Bank Syariah Indonesia yang terjadi pada bulan Mei 2024.
3. Responden berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Apabila saudara/i memenuhi kriteria tersebut, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Saya berharap saudara/i dapat mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid.

Seluruh data dalam kuesioner ini akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullah Wabaraktuh.

Informed Consent

Saya bersedia untuk berpartisipasi menjadi responden dalam penelitian ini. Saya memahami bahwa identitas dan bentuk data yang saya bagikan dalam penelitian ini akan dijamin kerahasiaannya, serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Saya juga memahami bahwa partisipasi penelitian ini bersifat sukarela sehingga saya dapat menarik diri secara bebas jika dirasa terdapat unsur ketidaksesuaian.

☐ Bersedia

☐ Tidak Bersedia

Responden Profile

1. Nama

2. Nomor Telepon

3. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

4. Usia

☐ < 20 tahun

☐ 20 tahun – 30 tahun

☐ 31 tahun – 40 tahun

☐ > 40 tahun

5. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ PNS

☐ Karyawan Swasta

☐ Wiraswasta

☐ Other

6. Pendidikan terakhir

☐ SMA

☐ D1

☐ S1

☐ S2

- ☐ S3
- ☐ Other

7. Penghasilan Perbulan

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000
- ☐ Rp 6.000.000 – 10.000.000
- ☐ > Rp 10.000.000

8. Domisili

- ☐ Kota Yogyakarta
- ☐ Kabupaten Sleman
- ☐ Kabupaten Gunung Kidul
- ☐ Kabupaten Kulon Progo
- ☐ Kabupaten Bantul

9. Produk Layanan BSI yang digunakan

- ☐ Tabungan
- ☐ Pembiayaan
- ☐ Deposito
- ☐ Giro
- ☐ Cicilan Emas
- ☐ Gadaai Emas

10. Sudah berapa lama menjadi nasabah BSI

- ☐ < 1 tahun
- ☐ 1 – 3 tahun
- ☐ > 3 tahun

11. Apakah anda memiliki rekening lain selain BSI

- ☐ Iya
- ☐ Tidak

12. Jika anda menjawab “Iya”. Sebutkan nama Bank nya

- ☐

Main Questions

No	Kode	Ketidakpuasan Nasabah (KN)											
1	KN1	Layanan yang saya terima dari BSI tidak sesuai dengan ekspektasi saya.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
2	KN2	Fasilitas yang disediakan oleh BSI tidak memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
3	KN3	Saya merasa kurang tertarik untuk kembali menggunakan layanan BSI di masa mendatang.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
4	KN4	Saya akan cenderung memilih Bank lain karena pengalaman saya dengan BSI kurang memuaskan.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
5	KN5	Saya merasa ragu untuk merekomendasikan BSI kepada teman atau keluarga.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
6	KN6	Berdasarkan pengalaman, BSI bukanlah pilihan utama yang akan saya sarankan kepada orang lain											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	Kualitas Pelayanan (KP)											
7	KP1	Fasilitas yang disediakan oleh BSI seperti gedung, ruang tunggu, dan yang lainnya terlihat modern dan terawat.											

		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
8	KP2	Semua karyawan dan pegawai BSI berpenampilan rapi dan professional.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
9	KP3	BSI mampu memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
10	KP4	Saya merasa karyawan BSI merespon keluhan maupun pertanyaan dari nasabah dengan cepat.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
11	KP5	Karyawan BSI memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberikan informasi yang saya butuhkan.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
12	KP6	Saya merasa diperlakukan dengan baik dan dihargai oleh BSI dalam setiap transaksi.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	Penanganan Keluhan (PK)											
13	PK1	Karyawan BSI menunjukkan sikap yang sabar saat menghadapi nasabah yang sedang marah atau kecewa.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
14	PK2	Keluhan yang saya sampaikan kepada BSI ditangani dengan cepat.											

		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
15	PK3	BSI memberikan solusi memuaskan dalam menyelesaikan keluhan saya.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
16	PK4	BSI memperlakukan semua nasabah secara adil dalam menyelesaikan keluhan atau masalah.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
17	PK5	Saya merasa mudah untuk menyampaikan kritik, saran, atau keluhan kepada BSI melalui berbagai <i>platform</i> yang disediakan.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
18	PK6	Prosedur untuk menyampaikan keluhan kepada BSI mudah dipahami dan diikuti.											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

No	Kode	Customer Switching (CS)											
19	CS1	Saya merasa produk dan layanan dari bank lain lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dibandingkan dengan BSI											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
20	CS2	Saya merasa kualitas produk yang ditawarkan bank lain lebih terjamin dibandingkan dengan BSI											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
21	CS3	Saya lebih diuntungkan secara finansial dengan menggunakan produk dari bank lain											

		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
22	CS4	Pelayanan yang saya dapatkan dari bank lain lebih memuaskan dibandingkan dengan pelayanan BSI											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
23	CS5	Keputusan penarikan dana oleh organisasi Muhammadiyah memengaruhi keyakinan saya untuk berpindah ke bank lain											
		Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju

Lampiran 2

Tabulasi Data

a. Ketidakpuasan Nasabah (X1)

No. Responden	Pertanyaan						
	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	Total
1	7	8	9	10	7	9	50
2	7	8	9	9	9	9	51
3	7	8	8	7	9	9	48
4	10	2	1	2	3	1	19
5	7	5	6	7	7	8	40
6	1	1	4	2	1	8	17
7	7	7	6	7	7	7	41
8	8	8	10	10	10	10	56
9	7	8	7	7	8	7	44
10	6	6	6	6	6	7	37
11	7	6	7	6	7	8	41
12	7	7	7	8	8	9	46
13	6	6	7	7	7	8	41
14	3	3	2	5	6	5	24
15	7	6	8	7	7	7	42
16	4	5	6	5	8	8	36
17	1	2	5	5	3	3	19
18	6	3	9	10	8	10	46
19	3	3	5	3	3	5	22
20	1	5	2	5	1	5	19
21	10	10	10	9	8	8	55

22	7	7	7	7	7	8	43
23	6	7	7	7	7	7	41
24	2	4	3	3	4	5	21
25	6	6	7	6	6	7	38
26	6	6	7	6	6	7	38
27	6	6	7	6	7	6	38
28	7	6	6	7	6	6	38
29	6	6	7	6	6	7	38
30	6	6	7	6	6	7	38
31	6	5	6	6	7	7	37
32	7	6	5	5	6	6	35
33	6	7	7	6	5	5	36
34	7	6	6	6	7	7	39
35	6	6	7	6	8	7	40
36	6	7	7	6	7	6	39
37	6	6	7	8	6	7	40
38	9	7	8	8	7	6	45
39	8	6	7	7	6	7	41
40	6	7	6	6	7	9	41
41	10	7	9	7	7	7	47
42	6	7	6	7	7	7	40
43	10	7	9	10	9	9	54
44	6	7	7	7	6	7	40
45	10	8	10	7	7	7	49
46	10	6	8	10	9	8	51
47	10	6	9	9	9	10	53
48	6	5	6	6	4	5	32
49	6	5	7	4	6	6	34
50	5	5	6	7	6	6	35
51	7	5	6	6	5	6	35
52	6	6	7	7	6	6	38
53	5	1	1	5	5	10	27
54	6	7	7	6	7	7	40
55	7	7	6	7	6	6	39
56	6	8	7	7	8	10	46
57	6	8	6	6	6	7	39
58	6	6	7	9	8	9	45
59	7	6	6	6	7	8	40
60	7	7	6	7	6	6	39
61	7	6	7	6	6	7	39
62	6	9	6	6	6	8	41
63	9	10	8	10	9	10	56
64	6	7	6	8	10	9	46

65	1	4	4	4	2	5	20
66	7	6	7	8	6	7	41
67	2	4	4	2	2	4	18
68	6	7	7	6	7	10	43
69	3	3	3	5	5	4	23
70	3	8	3	3	3	3	23
71	4	3	4	2	5	3	21
72	3	3	5	4	2	3	20
73	1	1	5	6	6	5	24
74	10	9	9	7	8	6	49
75	10	9	8	8	7	9	51
76	9	8	7	6	10	10	50
77	10	9	8	8	7	6	48
78	7	6	6	9	8	9	45
79	7	8	8	10	9	9	51
80	8	9	9	10	7	8	51
81	10	8	8	7	9	10	52
82	9	9	10	8	6	8	50
83	8	6	7	7	10	10	48
84	10	10	9	7	6	8	50
85	10	8	8	7	6	9	48
86	9	10	10	8	9	10	56
87	10	9	9	8	7	10	53
88	10	9	10	10	8	7	54
89	8	7	7	6	10	9	47
90	10	10	8	9	10	10	57
91	10	8	9	9	10	8	54
92	9	9	10	8	7	7	50
93	10	9	8	8	9	10	54
94	9	8	9	9	10	9	54
95	9	9	9	10	9	9	55
96	10	9	9	10	9	8	55
97	10	9	10	10	9	8	56
98	9	8	7	8	8	8	48
99	8	7	8	7	7	9	46
100	8	7	8	8	8	8	47
101	7	8	7	7	9	7	45
102	9	8	7	8	8	7	47
103	7	8	7	7	8	7	44
104	8	8	8	7	7	7	45
105	8	9	8	7	7	8	47
106	7	8	7	8	8	7	45
107	7	8	8	9	8	8	48

108	8	7	7	7	9	8	46
109	7	7	7	7	8	9	45
110	7	8	9	8	7	7	46
111	8	8	8	7	7	8	46
112	8	9	10	10	9	10	56
113	8	7	8	7	7	9	46

b. Kualitas Pelayanan (X2)

No. Responden	Pertanyaan						Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	
1	8	7	7	7	7	8	44
2	8	9	7	8	8	9	49
3	9	10	9	9	9	10	56
4	8	7	9	9	9	8	50
5	6	7	8	7	8	8	44
6	10	10	10	10	7	10	57
7	8	8	8	8	8	8	48
8	8	7	5	7	6	5	38
9	7	8	7	7	9	9	47
10	9	10	8	8	8	8	51
11	9	9	8	8	8	9	51
12	8	8	8	9	9	9	51
13	8	8	8	8	8	8	48
14	8	8	7	7	6	8	44
15	8	9	8	8	8	8	49
16	8	8	8	8	7	9	48
17	9	9	8	9	9	9	53
18	10	9	8	7	7	8	49
19	10	9	8	8	7	10	52
20	10	10	10	10	10	10	60
21	8	8	7	8	10	8	49
22	8	8	8	8	8	8	48
23	7	8	6	7	9	10	47
24	8	10	8	10	9	10	55
25	9	10	10	9	9	10	57
26	9	10	8	10	10	9	56
27	9	10	8	10	10	9	56
28	10	9	9	10	8	10	56
29	10	8	10	9	9	10	56
30	10	9	8	9	10	9	55
31	10	9	9	9	8	10	55
32	9	9	8	10	10	8	54

33	10	9	9	8	9	10	55
34	10	9	9	10	9	10	57
35	9	9	10	9	10	9	56
36	9	10	9	8	9	9	54
37	9	10	9	10	10	9	57
38	9	8	9	9	10	9	54
39	9	9	8	10	9	9	54
40	10	9	9	10	8	9	55
41	10	7	9	10	9	8	53
42	10	10	10	9	9	8	56
43	10	10	8	7	7	7	49
44	10	10	9	9	8	8	54
45	8	10	7	8	10	8	51
46	10	7	8	6	7	8	46
47	9	10	10	8	9	7	53
48	8	8	9	9	7	10	51
49	9	9	7	8	9	10	52
50	9	8	8	9	10	9	53
51	8	9	9	8	7	10	51
52	9	9	8	9	9	10	54
53	10	10	10	5	10	10	55
54	9	8	10	10	9	9	55
55	10	10	10	9	8	9	56
56	10	9	9	8	10	9	55
57	10	9	8	7	7	9	50
58	8	9	7	7	8	8	47
59	8	10	9	9	8	10	54
60	9	10	9	9	10	8	55
61	10	8	9	9	10	9	55
62	8	9	7	9	9	7	49
63	10	9	8	10	8	9	54
64	10	9	7	9	10	8	53
65	8	10	8	10	8	9	53
66	10	9	7	8	9	10	53
67	7	10	9	7	9	10	52
68	10	10	8	8	10	9	55
69	8	8	7	7	7	8	45
70	9	9	10	9	9	10	56
71	8	9	9	8	8	9	51
72	10	9	8	9	9	9	54
73	8	10	10	10	10	10	58
74	8	7	7	9	10	8	49
75	10	9	10	8	8	7	52

76	9	8	8	10	8	7	50
77	7	6	9	9	8	10	49
78	9	8	8	10	9	7	51
79	10	9	9	8	6	7	49
80	8	6	7	7	9	8	45
81	9	10	10	6	7	9	51
82	10	9	10	10	7	8	54
83	10	9	9	8	7	9	52
84	9	8	8	9	10	10	54
85	9	8	9	9	10	8	53
86	7	7	9	8	10	10	51
87	9	7	6	6	8	9	45
88	10	10	8	9	7	9	53
89	10	10	8	9	10	10	57
90	7	6	6	8	9	9	45
91	9	8	10	9	8	7	51
92	9	10	10	8	9	9	55
93	7	6	6	9	10	10	48
94	9	7	8	8	9	9	50
95	8	9	8	9	10	9	53
96	8	9	9	8	9	7	50
97	9	8	9	9	8	9	52
98	9	10	10	9	8	9	55
99	9	9	10	10	8	9	55
100	9	9	8	9	8	8	51
101	9	10	10	10	9	9	57
102	9	9	9	10	9	8	54
103	9	8	9	9	9	10	54
104	9	8	10	9	10	10	56
105	9	10	10	10	9	9	57
106	9	8	9	9	10	9	54
107	9	9	10	10	9	10	57
108	10	9	9	9	10	10	57
109	9	10	9	9	9	8	54
110	9	8	9	9	9	10	54
111	9	9	10	9	10	10	57
112	10	10	9	8	9	8	54
113	9	9	10	9	8	9	54

c. Penanganan Keluhan (X3)

No. Responden	Pertanyaan						Total
	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	
1	8	7	8	7	7	8	45
2	9	8	8	8	8	8	49
3	9	10	9	10	9	9	56
4	7	8	7	7	8	10	47
5	8	6	7	8	7	7	43
6	10	8	10	8	8	8	52
7	7	7	7	7	7	7	42
8	7	7	7	7	7	8	43
9	8	8	8	8	8	7	47
10	8	8	8	8	7	7	46
11	8	8	8	9	8	8	49
12	8	9	8	8	7	8	48
13	8	8	7	7	8	9	47
14	8	8	9	7	8	7	47
15	8	8	7	8	8	8	47
16	8	8	8	8	7	8	47
17	9	9	9	9	7	8	51
18	9	8	8	9	7	7	48
19	8	6	7	10	8	8	47
20	10	10	10	10	10	10	60
21	8	7	7	8	8	10	48
22	8	8	8	8	8	8	48
23	7	5	8	9	7	7	43
24	10	9	6	10	9	9	53
25	9	9	8	10	10	9	55
26	10	10	9	10	8	9	56
27	10	8	10	9	9	10	56
28	9	10	10	8	10	9	56
29	8	10	10	9	9	10	56
30	9	10	9	10	10	9	57
31	9	10	10	9	9	10	57
32	9	10	8	10	9	9	55
33	9	10	10	9	8	10	56
34	9	9	10	8	10	9	55
35	9	9	8	9	10	9	54
36	10	10	9	8	9	9	55
37	8	9	9	10	9	10	55
38	8	8	7	8	9	9	49
39	9	9	8	9	10	9	54

40	10	10	10	8	8	10	56
41	8	10	6	8	8	10	50
42	10	10	10	10	9	9	58
43	8	10	6	8	8	10	50
44	10	10	10	9	9	9	57
45	7	10	9	10	10	9	55
46	8	10	6	8	10	9	51
47	7	9	9	8	9	9	51
48	10	8	8	9	7	8	50
49	10	9	8	9	8	7	51
50	8	8	9	8	8	8	49
51	7	8	9	9	8	8	49
52	8	8	9	10	10	8	53
53	10	10	10	10	1	10	51
54	10	10	9	9	9	10	57
55	10	10	9	8	8	8	53
56	9	9	10	7	8	9	52
57	9	10	9	9	10	8	55
58	8	7	9	8	8	9	49
59	9	10	9	9	10	8	55
60	8	10	10	8	9	9	54
61	9	8	10	9	9	10	55
62	9	9	6	8	9	10	51
63	9	10	10	8	7	9	53
64	10	10	9	10	9	10	58
65	8	10	7	9	9	10	53
66	10	9	9	10	8	9	55
67	10	8	9	10	9	8	54
68	10	10	8	9	10	9	56
69	8	7	6	7	8	7	43
70	8	10	8	9	9	8	52
71	9	9	8	9	7	9	51
72	10	9	8	8	8	9	52
73	9	9	8	8	8	7	49
74	6	7	9	8	8	10	48
75	10	9	10	10	7	6	52
76	6	7	7	8	10	9	47
77	10	9	8	8	7	6	48
78	10	10	9	8	7	7	51
79	9	10	10	8	6	10	53
80	10	10	9	10	8	10	57
81	10	9	9	10	8	7	53
82	6	7	7	9	8	10	47

83	10	8	8	6	7	9	48
84	10	9	9	7	6	8	49
85	7	10	8	8	9	10	52
86	9	10	10	7	8	9	53
87	9	10	8	8	10	9	54
88	9	7	7	8	10	10	51
89	6	7	8	8	10	9	48
90	10	8	9	8	8	10	53
91	10	9	8	8	10	9	54
92	10	10	9	8	8	9	54
93	10	9	10	10	9	8	56
94	10	10	9	9	8	9	55
95	7	8	9	8	9	9	50
96	10	10	9	8	9	10	56
97	9	9	8	9	7	8	50
98	9	8	8	9	9	8	51
99	10	9	9	8	7	8	51
100	10	9	10	10	9	10	58
101	9	8	8	9	9	9	52
102	10	8	10	10	9	9	56
103	10	9	9	10	8	8	54
104	9	9	9	8	9	8	52
105	9	8	10	9	9	8	53
106	8	10	9	9	10	8	54
107	7	9	9	9	8	9	51
108	8	9	9	8	10	9	53
109	10	10	9	10	8	9	56
110	10	9	8	9	9	10	55
111	9	8	9	9	7	9	51
112	8	7	9	9	8	8	49
113	8	9	10	10	9	9	55

d. Customer Switching (Y)

No. Responden	Pertanyaan					Total
	CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	
1	8	7	7	9	8	39
2	9	8	7	8	9	41
3	7	7	7	8	10	39
4	5	5	5	6	2	23
5	7	7	5	9	9	37
6	8	6	9	1	1	25
7	8	8	8	8	8	40

8	10	10	10	10	10	50
9	7	7	7	7	7	35
10	6	8	7	7	8	36
11	7	9	9	8	9	42
12	9	8	8	8	9	42
13	8	7	7	8	7	37
14	7	5	3	4	4	23
15	9	8	7	8	6	38
16	7	7	8	8	7	37
17	5	5	1	6	10	27
18	10	10	10	10	10	50
19	5	5	6	5	3	24
20	5	5	5	5	1	21
21	10	10	10	10	9	49
22	8	8	8	8	7	39
23	5	9	8	6	4	32
24	4	5	5	3	4	21
25	6	6	7	6	6	31
26	6	6	7	6	6	31
27	6	7	7	6	6	32
28	6	7	6	6	7	32
29	7	6	6	7	6	32
30	9	7	6	8	6	36
31	6	7	6	6	6	31
32	6	7	7	6	6	32
33	6	7	7	6	8	34
34	7	6	6	6	7	32
35	6	6	7	7	6	32
36	7	8	6	7	8	36
37	7	7	8	6	7	35
38	7	8	7	6	6	34
39	7	8	7	8	10	40
40	6	7	7	6	6	32
41	8	10	7	9	9	43
42	6	6	7	7	6	32
43	8	10	7	8	9	42
44	6	7	7	6	7	33
45	9	10	7	7	9	42
46	7	10	7	6	7	37
47	7	9	8	10	9	43
48	6	5	6	7	5	29
49	6	6	5	7	6	30
50	7	6	6	6	7	32

51	6	6	5	7	6	30
52	7	6	6	7	7	33
53	10	5	1	5	1	22
54	7	7	7	6	6	33
55	6	7	7	7	6	33
56	10	7	9	8	8	42
57	9	10	9	9	10	47
58	9	8	9	7	8	41
59	7	7	6	7	7	34
60	8	6	7	7	6	34
61	7	7	6	6	6	32
62	10	8	9	9	10	46
63	10	10	8	9	10	47
64	10	10	8	10	10	48
65	7	10	8	8	10	43
66	10	8	9	10	9	46
67	8	9	7	9	10	43
68	10	7	8	9	9	43
69	7	7	7	7	6	34
70	10	9	10	9	8	46
71	8	9	10	8	9	44
72	10	9	9	8	9	45
73	5	5	5	5	5	25
74	10	9	10	10	8	47
75	8	7	7	8	9	39
76	10	9	8	8	7	42
77	9	10	10	8	10	47
78	6	9	8	8	10	41
79	6	7	7	9	8	37
80	6	8	8	10	9	41
81	10	10	9	8	9	46
82	10	10	9	7	9	45
83	10	8	9	9	10	46
84	10	9	8	8	9	44
85	9	10	9	10	10	48
86	6	8	8	9	8	39
87	10	9	10	10	10	49
88	6	8	8	9	10	41
89	9	10	9	9	7	44
90	7	6	8	8	10	39
91	7	7	8	10	9	41
92	10	9	10	10	9	48
93	10	9	10	10	10	49

94	8	9	8	8	8	41
95	10	10	10	9	10	49
96	9	8	8	7	8	40
97	10	9	9	10	10	48
98	7	9	8	9	10	43
99	8	9	10	9	9	45
100	9	9	8	8	7	41
101	10	9	8	9	9	45
102	10	9	8	8	9	44
103	8	9	8	8	8	41
104	8	7	9	9	8	41
105	7	9	9	8	9	42
106	9	8	7	9	10	43
107	10	10	9	9	9	47
108	7	9	8	9	9	42
109	7	8	10	9	9	43
110	8	9	9	9	10	45
111	10	9	10	10	9	48
112	8	7	7	8	9	39
113	9	8	7	8	10	42

Lampiran 3

Uji Validitas SPSS

Correlations								
		KN01	KN02	KN03	KN04	KN05	KN06	TOTAL
KN01	Pearson Correlation	1	.632**	.543**	.546**	.664**	.295	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.002	.000	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KN02	Pearson Correlation	.632**	1	.722**	.725**	.737**	.564**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KN03	Pearson Correlation	.543**	.722**	1	.845**	.786**	.793**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KN04	Pearson Correlation	.546**	.725**	.845**	1	.799**	.733**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KN05	Pearson Correlation	.664**	.737**	.786**	.799**	1	.699**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

KN06	Pearson Correlation	.295	.564**	.793**	.733**	.699**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.113	.001	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.732**	.857**	.914**	.906**	.917**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations								
		KP01	KP02	KP03	KP04	KP05	KP06	TOTAL
KP01	Pearson Correlation	1	.602**	.571**	.564**	.096	.406*	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.001	.615	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP02	Pearson Correlation	.602**	1	.485**	.658**	.358	.582**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.052	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP03	Pearson Correlation	.571**	.485**	1	.674**	.309	.619**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.001	.007		.000	.097	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP04	Pearson Correlation	.564**	.658**	.674**	1	.558**	.571**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP05	Pearson Correlation	.096	.358	.309	.558**	1	.436*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.615	.052	.097	.001		.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP06	Pearson Correlation	.406*	.582**	.619**	.571**	.436*	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.026	.001	.000	.001	.016		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.697**	.797**	.801**	.879**	.614**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations								
		PK01	PK02	PK03	PK04	PK05	PK06	TOTAL
PK01	Pearson Correlation	1	.596**	.523**	.615**	.550**	.382*	.795**
	Sig. (2-tailed)		.001	.003	.000	.002	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PK02	Pearson Correlation	.596**	1	.555**	.415*	.650**	.529**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.023	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PK03	Pearson Correlation	.523**	.555**	1	.278	.446*	.280	.685**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.137	.013	.134	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PK04	Pearson Correlation	.615**	.415*	.278	1	.540**	.323	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.137		.002	.082	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PK05	Pearson Correlation	.550**	.650**	.446*	.540**	1	.672**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.013	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PK06	Pearson Correlation	.382*	.529**	.280	.323	.672**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.037	.003	.134	.082	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.795**	.840**	.685**	.688**	.844**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Correlations							
		CS01	CS02	CS03	CS04	CS05	TOTAL
CS01	Pearson Correlation	1	.703**	.614**	.646**	.519**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
CS02	Pearson Correlation	.703**	1	.793**	.725**	.622**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
CS03	Pearson Correlation	.614**	.793**	1	.429*	.257	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.018	.170	.000
	N	30	30	30	30	30	30
CS04	Pearson Correlation	.646**	.725**	.429*	1	.787**	.882**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
CS05	Pearson Correlation	.519**	.622**	.257	.787**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.170	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.820**	.912**	.711**	.882**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Lampiran 4

Uji Reliabilitas SPSS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN01	31.77	89.564	.607	.935
KN02	31.87	86.533	.791	.908
KN03	31.17	81.730	.869	.897
KN04	31.20	84.166	.861	.899
KN05	31.30	82.010	.874	.897
KN06	30.53	91.706	.704	.920

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

KP01	42.23	18.530	.563	.845
KP02	42.13	17.568	.699	.821
KP03	42.77	16.944	.692	.821
KP04	42.40	16.455	.812	.798
KP05	42.47	18.947	.435	.870
KP06	42.00	17.241	.682	.823

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK01	41.20	17.614	.706	.814
PK02	41.47	15.085	.728	.806
PK03	41.47	17.775	.532	.844
PK04	41.17	17.937	.543	.841
PK05	41.57	16.668	.765	.800
PK06	41.30	18.079	.560	.837

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS01	27.57	46.254	.731	.834
CS02	27.60	45.352	.869	.811
CS03	27.83	46.971	.555	.871
CS04	27.73	40.685	.801	.811
CS05	28.07	38.064	.639	.871

Lampiran 5

Uji Normalitas SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		5.48555798
Most Extreme Differences	Absolute		.079
	Positive		.079
	Negative		-.079
Test Statistic			.079
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.077
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.081
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.074
		Upper Bound	.088
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Lampiran 6

Uji Multikolinearitas SPSS

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ketidakpuasan Nasabah	.918	1.090
	Kualitas Pelayanan	.637	1.569
	Penanganan Keluhan	.676	1.479
a. Dependent Variable: Customer Switching			

Lampiran 7

Uji Heteroskedastisitas SPSS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.304	.302		1.009	.315
	Ketidakpuasan Nasabah	.036	.040	.090	.904	.368
	Kualitas Pelayanan	.174	.093	.224	1.874	.064
	Penanganan Keluhan	-.054	.086	-.071	-.628	.531
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Lampiran 8

Analisis Regresi Linear Berganda SPSS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.973	8.921		3.136	.002
	Ketidakpuasan Nasabah	.443	.054	.627	8.150	.000
	Kualitas Pelayanan	-.054	.174	-.029	-.310	.757
	Penanganan Keluhan	-.097	.168	-.052	-.576	.566
a. Dependent Variable: Customer Switching						

Lampiran 9

Uji T SPSS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.973	8.921		3.136	.002
	Ketidakpuasan Nasabah	.443	.054	.627	8.150	.000
	Kualitas Pelayanan	-.054	.174	-.029	-.310	.757
	Penanganan Keluhan	-.097	.168	-.052	-.576	.566
a. Dependent Variable: Customer Switching						

Lampiran 10

Uji F SPSS

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2316.707	3	772.236	24.976	.000 ^b
	Residual	3370.231	109	30.920		
	Total	5686.938	112			
a. Dependent Variable: Customer Switching						
b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan						

Lampiran 11

Uji Koefisien Determinasi SPSS

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.391	5.561
a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Ketidakpuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan				