

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
CUSTOMER SWITCHING NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP
PAREPARE**



OLEH

**NUR WAHYUNI
NIM 16.2300.083**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PENGARUH PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
CUSTOMER SWITCHING NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP
PAREPARE**



OLEH

**NUR WAHYUNI
NIM 16.2300.083**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PENGARUH PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
CUSTOMER SWITCHING NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP
PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi
Perbankan Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**NUR WAHYUNI
NIM. 16.2300.083**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PAREPARE

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nur Wahyuni
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan *Customer Switching* Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare
Nomor Induk Mahasiswa : 16.2300.083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.1886/In.39.8/PP.00.9/12/2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (.....)
NIP : 19710208 200112 2 002

Pembimbing Pendamping : An Ras Try Astuti, M.E.
NIP : 19901223 201503 2 004

Mengetahui:
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,



.....
Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN
CUSTOMER SWITCHING NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP
PAREPARE

Disusun dan diajukan oleh

NUR WAHYUNI
NIM. 16.2300.083

telah dipertahankan di depan sidang ujian munaqasyah
Pada tanggal 02 Desember 2020
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (.....)
NIP : 19710208 200112 2 002
Pembimbing Pendamping : An Ras Try Astuti, M.E.
NIP : 19901223 201503 2 004

Rektor,

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Dean,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640423 198703 1 002



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Nur Wahyuni
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan *Customer Switching* Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare.
Nomor Induk Mahasiswa : 16.2300.083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.1886/In.39.8/PP.00.9/12/2019
Tanggal Kelulusan : 02 Desember 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (Ketua)
An Ras Try Astuti, M.E. (Sekretaris)
Dr. Hj. St. Nurhayati Ali, M.Hum. (Anggota)
Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. (Anggota) *myasin*

Mengetahui:



Dr. Ahmad Sultra RUSTAN, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan *Customer Switching* Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri” IAIN Parepare. Sholawat dan salam senantiasa mengalir kepada manusia terbaik, manusia pilihan kekasih Sang Maha Pengasih, Nabi mulia Muhammad Saw. beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa memiliki banyak kekurangan dan segala keterbatasan, tetapi pada akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan atas keuletan dan semangat penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini serta bantuan dan motivasi dari berbagai pihak.

Teristimewa penulis haturkan ucapan terima kasih yang mendalam kepada Kakek Patahuddin, Nenek Hj. Patimari, Ayahanda Sukardi dan Ibunda (Almarhuma) Fatmawati, yang selalu mendoakan setiap hari, tiada henti-hentinya memberikan curahan kasih sayang sepanjang waktu, pengorbanan yang tiada terhitung dan sumber motivasi terbesar. Penulis persembahkan sepenuh hati tugas akhir ini untuk kalian, sebagai tanda ucapan syukur telah membesarkan dan merawat penulis dengan baik. Serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi.

Selain itu, penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Pembimbing Utama dan Ibu An Ras Try Astuti, M.E. selaku Pembimbing Pendamping atas segala bimbingan, bantuan dan arahan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdian beliau sehingga tercipta suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa (i) IAIN Parepare.
3. Ibu Dr. Rahmawati, M.Ag. selaku Penasehat Akademik, atas arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telahgaibanyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.

7. Ibu Hasnawati selaku Pimpinan Bank Muamalat KCP Parepare yang telah memberikan izin untuk meneliti di bank serta seluruh karyawan yang telah memberikan bantuan selama melakukan penelitian.
8. Sahabat penulis Ryan Rezky Jayarusadi yang selama ini setia dari awal hingga akhir menemani, membantu, memberikan dorongan semangat kepada penulis dan menyelesaikan studi bersama-sama di IAIN Parepare.
9. Andry Syam, Sry Mulyani, Nurhaeda, dan Miftahuljannah yang membantu dan memberikan dorongan semangat kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2016 khususnya Umi Rahma, Nur Anna, Bintang Arifin, Hamsinar, Wahyuni, Aswan Parawansa, Ismail, Riswan, dan Akbar yang memberi pengalaman selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah Swt. berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat serta pahala-Nya.

Penulis senang hati akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulisan di esok hari akan lebih baik. Semoga karya sederhana ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Pinrang, 02 Desember 2020

Penulis



Nur Wahyuni

NIM. 16.2300.083

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nam : Nur Wahyuni
Nim : 16.2300.083
Tempat /Tanggal Lahir : Labalakang, 10 Oktober 1997
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan
Customer Switching Nasabah di Bank Muamalat KCP
Parepare.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya tulis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan duplikat, tiruan, plagiat yang dibuat oleh orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pinrang, 02 Desember 2020

Penulis



Nur Wahyuni

NIM. 16.2300.083

ABSTRAK

Nur Wahyuni, 2020: *Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Customer Switching Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare* (Dibimbing oleh Muzdalifah Muhammadun dan An Ras Try Astuti).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik, hubungan dan pengaruh Promosi, Religiusitas dan Keputusan *Customer Switching* Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare. Keputusan *Customer Switching* merupakan proses akhir dari seseorang yang beralih dari satu produk ke produk lain. Dalam proses keputusan *customer switching* nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya Promosi dan Religiusitas.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini berjumlah 2000 nasabah dan yang beralih 390 nasabah, sedangkan menjadi sampel sebanyak 79 responden. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan *one sample t test*, uji korelasi, uji t, uji f, regresi linear berganda, dan koefisien determinasi R^2 .

Hasil penelitian menunjukkan: Berdasarkan uji *one sample t test*, diperoleh bahwa Promosi (X_1), Religiusitas (X_2) dan Keputusan *Customer Switching* (Y) mempunyai klasifikasi masing-masing satu diantaranya baik dan dua diantaranya sangat baik dengan nilai masing-masing 79%, 84% dan 84%. Berdasarkan perhitungan korelasi didapati hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Promosi (X_1) dengan Keputusan *Customer Switching* (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Religiusitas (X_2) terhadap Keputusan *Customer Switching* (Y) dengan nilai $0,000 < 0,05$. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi (X_1) dengan Religiusitas (X_2) dimana ketiganya mendapatkan nilai $0,000 t_{hitung}$ lebih kecil daripada $0,05 t_{tabel}$, maka H_4 , H_5 dan H_6 diterima. Sedangkan yang didapatkan dari perhitungan secara simultan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel Promosi (X_1) dan Religiusitas (X_2) terhadap Keputusan *Customer Switching* (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_7 diterima. Hasil uji determinasi sebesar 0,371 atau 37,1% artinya Keputusan *Customer Switching* (Y) dapat dijelaskan oleh Promosi (X_1) dan Religiusitas (X_2) sebesar 37,1%. Hasil uji regresi linear berganda, $Y=16,665+0,309X_1+0,314X_2$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X_1) dan variabel Religiusitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan *Customer Switching* (Y).

Kata Kunci: Promosi, Religiusitas, dan Keputusan *Customer Switching*.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PENGANTAR | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI | v |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | x |
| ABSTRAK..... | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 9 |
| BAB II TINJAUAN TEORI | 10 |
| 2.1 Deskripsi Teori | 10 |
| 2.1.1 Keputusan <i>Customer Switching</i> | 10 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.2 Promosi..... | 13 |
| 2.1.3 Religiusitas | 19 |
| 2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.3 Kerangka Pikir | 28 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 30 |
| 2.5 Definisi Operasional Variabel | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Jenis dan Paradigma Penelitian | 33 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 34 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 34 |
| 3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data | 36 |
| 3.5 Uji Prasyarat | 38 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 48 |
| 4.1 Deskripsi Hasil Penelitian | 48 |
| 4.1.1 Deskripsi Data | 48 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden | 48 |
| 4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden | 50 |
| 4.2 Pengujian Instrumen Penelitian | 51 |
| 4.2.1 Uji Validitas | 51 |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas | 53 |
| 4.2.3 Uji Heteroskedastisitas | 54 |
| 4.2.4 Uji Multikolinearitas | 55 |
| 4.2.5 Uji Normalitas | 57 |

| | |
|--|----|
| 4.3 Hasil Penelitian | 58 |
| 4.3.1 Uji <i>One Sample T Test</i> Variabel Promosi (X_1)..... | 58 |
| 4.3.2 Uji <i>One Sample T Test</i> Variabel Religiusitas (X_2)..... | 59 |
| 4.3.3 Uji <i>One Sample T Test</i> Variabel Keputusan <i>Customer Switching</i> (Y) | 60 |
| 4.3.4 Uji t (Parsial) | 61 |
| 4.3.5 Uji f (Simultan) | 62 |
| 4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 63 |
| 4.3.7 Analisis Regresi Linear Berganda | 64 |
| 4.3.8 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> | 67 |
| 4.4 Pembahasan | 70 |
| BAB V PENUTUP | 81 |
| 5.1 Kesimpulan | 81 |
| 5.2 Saran | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| No. Lampiran | Judul Tabel | Halaman |
|--------------|--|----------|
| 3.1 | Skala Likert | 37 |
| 3.2 | Skor Klasifikasi | 42 |
| 3.3 | Tingkat Korelasi | 43 |
| 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | Lampiran |
| 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | Lampiran |
| 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | Lampiran |
| 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | Lampiran |
| 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | Lampiran |
| 4.6 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Promosi (X_1) | Lampiran |
| 4.7 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Religiusitas (X_2) | Lampiran |
| 4.8 | Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Keputusan <i>Customer Switching</i> (Y) | Lampiran |
| 4.9 | Descriptive Statistics | 50 |
| 4.10 | Hasil Uji Validitas | 51 |
| 4.11 | Hasil Uji Reliabilitas | 53 |
| 4.12 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 54 |
| 4.13 | Hasil Uji Multikolinearitas | 55 |
| 4.14 | Hasil Uji Normalitas | 56 |
| 4.15 | Hasil Uji <i>One Sample</i> Variabel Promosi | 57 |
| 4.16 | Hasil Uji <i>One Sample</i> Variabel Religiusitas | 58 |
| 4.17 | Hasil Uji <i>One Sample</i> Variabel Keputusan <i>Customer Switching</i> | 59 |

| | | |
|------|---|----|
| 4.18 | Hasil Uji Parsial (t) | 61 |
| 4.19 | Hasil Uji Simultan (f) | 62 |
| 4.20 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 63 |
| 4.21 | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 64 |
| 4.22 | Hasil Korelasi Secara Parsial | 66 |
| 4.23 | Hasil Korelasi Secara Simultan | 68 |



DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul Gambar | Halaman |
|------------|--|---------|
| 2.1 | Skema Kerangka Pikir | 29 |
| 3.1 | Skema Kerangka Konseptual (Paradigma Penelitian) | 33 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lampiran | Judul Lampiran |
|--------------|---|
| Lampiran 1 | Kisi-kisi Instrumen Penelitian |
| Lampiran 2 | Kuesioner/ Angket Penelitian |
| Lampiran 3 | Data Mentah Penelitian |
| Lampiran 4 | Sampel Nasabah Bank Muamalat KCP Parepare |
| Lampiran 5 | Karakteristik Responden |
| Lampiran 6 | Deskripsi Jawaban Responden |
| Lampiran 7 | Pengujian Prasyarat Analisis Data |
| Lampiran 8 | Pengujian Hipotesis |
| Lampiran 9 | Surat Permohonan Izin Penelitian |
| Lampiran 10 | Surat Keterangan Selesai Penelitian |
| Lampiran 11 | Dokumentasi |
| Lampiran 12 | Biografi |