

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Al-Imam Abu al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisburi. 1992. *Shahih Muslim : Aljuz' Al'awal*. Jami' Huquq I'a rati Attabi' Mahfuz: Linnash.

\_\_\_\_\_.1993. *Shahih Muslim : Aljuz' Alththani*. Jami' Huquq I'a rati Attabi' Mahfuz: Linnash.

Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Asro, Muhammad dan Khalid, Muhammad. 2011. *Fiqh Perbankan*. Bandung: Pustaka Setia.

Baqi, Muhammad F.A. 2010. *Shahih Muslim Jilid 3*. Jakarta: Pustaka as-Sunnah.

Bungin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Dendawijaya, Lukman. 2003. *Manajemen Perbankan*. Bogor: Galia Indonesia.

Departemen Agama RI. 2008. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Mekar Surabaya.

F, Ali Abu. *Customer Service*, Bank Muamalat KCP Parepare, wawancara oleh penulis di Bank Muamalat KCP Parepare, (13 Agustus 2020).

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Banad Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Hasanah, Ustatun. 2018. "Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Sorong Papua Barat". Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Malang.

Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.

Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank (Revisi ed.)*. Jakarta: Kencana.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Lemiyana. 2018. “Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang),” *Jurnal I-Finance* 4, no. 10.
- Maisur dkk. 2015. “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh”. *Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala* 4, no. 2.
- Munawaroh, Siti. 2018. “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Sebagai Intervening”. Skripsi Sarjana; Program Studi Perbankan Syariah: Salatiga.
- Nengsi, Sri Wulandari. 2019. “Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Unit Lero (Analisis Manajemen Syariah)” Skripsi Sarjana; Program Studi Perbankan Syariah, Parepare.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Edisi pertama. Jakarta: KENCANA.
- Nurmalasari. 2019. “Pengaruh Pelatihan dan Kompendansi Terhadap Kinerja Karyawan di Bank Mandiri Parepare”. Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Parepare.
- Patra, Citra Cleo. 2019. “Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi pada Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Ponorogo.
- Purwanto dan Suharyadi. 2009. *STATISTIKA untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayu, Dita. 2017. “Pengaruh Kontrol Diri dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Angkatan 2005 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi: Malang.
- Rahman, Ardhista. 2013. “Analisis Faktor Perpindahan Konsumen (*Customer Switching*) Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Bengkulu”. Skripsi Sarjana; Jurusan Manajemen: Bengkulu.

- Santoso, Singgih. 2012. *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, Nellyana Embun. 2019. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Berpindah (Customer Switching) Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Banda Aceh)”. Skripsi Sarjana; Program Studi Perbankan Syariah: Banda Aceh.
- Siregar, Sofian. 2012. *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sodik, Muhammad. 2017. “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung 2016-2017)”. Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Lampung.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: IKAPI.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cet. 24; Bandung; Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Data untuk Penelitian Kesehatan: Analisis Data Penelitian dengan SPSS untuk Mahasiswa dan Praktisi Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Praktik SPSS Untuk KASUS*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Wulandari, Andhita Dessy. 2016. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- Yahya, Muhlis. 2011. “Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah” Disertasi Doktor; Program Pascasarjana Universitas Diponegoro: Semarang.

- Yogiarto, Atanasius, H. P. 2015. “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)”. Skripsi Sarjana; Program Studi Akuntansi: Yogyakarta.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.





# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1: KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
1	Promosi	Periklanan ( <i>Advertising</i> )	2, 3, 5, 7 dan 9
		Promosi penjualan ( <i>Sales Promotion</i> )	4
		Publisitas ( <i>Publicity</i> )	6 dan 8
		Penjualan pribadi ( <i>Personal Selling</i> )	1 dan 10
2	Religiusitas	Dimensi <i>Ideologis</i> (keyakinan)	1, 3, dan 4
		Dimensi <i>Ritualistik</i> (praktik)	5 dan 7
		Dimensi <i>Eksperiensial</i> (pengalaman)	10
		Dimensi <i>Intelektual</i> (pengetahuan)	8 dan 9
		Dimensi <i>Konsekuensi</i> (pengamalan)	2 dan 6
3	Keputusan <i>Customer</i> <i>Switching</i>	Pengenalan masalah	9
		Pencarian informasi	7
		Evaluasi berbagai alternative	10
		Keputusan pembelian	3, 4, 5, dan 6

	Perilaku pasca pembelian	1, 2, dan 8
--	--------------------------	-------------

**LAMPIRAN 2: KUESIONER/ANGKET PENELITIAN**

**KUESIONER**

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

**A. DATA RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - ( ) Laki-Laki
  - ( ) Perempuan
3. Usia :
  - ( ) < 15 thn                      ( ) 21-25 thn                      ( ) > 35 thn
  - ( ) 15-20 thn                      ( ) 25-30 thn
4. Pekerjaan :
  - ( ) Pelajar/Mahasiswa              ( ) Tidak Bekerja/Pensiun
  - ( ) Guru/Dosen                      ( ) Lainnya.....
5. Pendidikan Terakhir :
  - ( ) SD                                      ( ) SMA                                      ( ) S1
  - ( ) SMP                                      ( ) D3                                      ( ) S2
6. Penghasilan Perbulan :
  - ( ) < 1 Juta                              ( ) 6-10 Juta                              ( ) > 15 Juta
  - ( ) 1-5 Juta                              ( ) 11-15 Juta

## B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah jawaban untuk mengisi pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.

## C. KRITERIA

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### Promosi (X<sub>1</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengenal produk Bank Muamalat karena informasi dari pegawai bank.					
2	Bank Muamalat melakukan promosi melalui periklanan secara menarik disosial media.					
3	Bank Muamalat melakukan promosi produk jasa lainnya melalui penyebaran brosur kepada nasabah.					
4	Adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah Bank Muamalat.					
5	Bank Muamalat memajangkan spanduk					



	dan alat promosi ditempat strategis.					
6	Bank Muamalat melakukan sosialisasi secara langsung kepada calon nasabah.					
7	Isi pesan pada iklan mudah dimengerti.					
8	Bank Muamalat mempunyai kegiatan hubungan masyarakat yang erat dalam komunitas lokal.					
9	Saya mendapat informasi terkait Bank Muamalat melalui media penyiar (radio, televisi, dll).					
10	Bank Muamalat ikut mensponsori acara-acara sosial ataupun kegiatan pertandingan untuk mempromosikan produk atau jasanya.					

### Religiusitas (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Sistem bagi hasil yang dirasa lebih adil dibanding sistem bunga (riba).					
2	Turut mendorong kemajuan perekonomian secara Islami (syariah).					
3	Percaya akan adanya Allah SWT. dan Rasulullah SAW.					
4	Percaya bahwa bunga bank adalah riba.					
5	Menjalani aktivitas sehari-hari dengan					

	prinsip syariah.					
6	Saya mempertimbangkan prinsip syariah dalam menggunakan produk bank syariah.					
7	Transaksi keuangan di Bank Muamalat sudah sesuai dengan prinsip syariah.					
8	Tingkat bagi hasil Bank Muamalat relatif tinggi dari pada Bank Konvensional.					
9	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan.					
10	Besarnya bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat menarik perhatian.					

**Keputusan *Customer Switching* (Y)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih produk di Bank Muamalat karena kepuasan yang saya dapat dari bank.					
2	Saya tetap menggunakan produk Bank Muamalat karena bank memenuhi harapan serta kebutuhan saya.					
3	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai.					

4	Saya merasa puas setelah beralih dari bank konvensional ke Bank Muamalat.					
5	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena bank mampu memenuhi kebutuhan nasabah.					
6	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena saya percaya pada kinerja bank.					
7	Pelayanan yang diberikan karyawan sudah memberikan kepuasan kepada nasabah.					
8	Saya puas dengan sistem dan pelayanan yang diberikan pihak bank.					
9	Produk yang beragam dan inovatif yang ditawarkan pihak Bank Muamalat kepada nasabah mudah dimengerti.					
10	Pelayanan dari karyawan Bank Muamalat yang cepat dan tanggap terhadap nasabah.					

## KUESIONER

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

#### A. DATA RESPONDEN

1. Nama : *Dr. H. Mulyana*
2. Jenis Kelamin :  
 Laki-Laki  
 Perempuan
3. Usia :  
 < 15 thn       21-25 thn       > 35 thn  
 15-20 thn       25-30 thn
4. Pekerjaan :  
 Pelajar/Mahasiswa       Tidak Bekerja/Pensiun  
 Guru/Dosen       Lainnya.....
5. Pendidikan Terakhir :  
 SD       SMA       S1  
 SMP       D3       S2
6. Penghasilan Perbulan :  
 < 1 Juta       6-10 Juta       > 15 Juta  
 1-5 Juta       11-15 Juta

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah jawaban untuk mengisi pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.

## C. KRITERIA

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Promosi ( $X_1$ )

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengenal produk Bank Muamalat karena informasi dari pegawai bank.	✓				
2	Bank Muamalat melakukan promosi melalui periklanan secara menarik disosial media.		✓			
3	Bank Muamalat melakukan promosi produk jasa lainnya melalui penyebaran brosur kepada nasabah.		✓			
4	Adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah Bank Muamalat.			✓		
5	Bank Muamalat memajangkan spanduk dan alat promosi ditempat strategis.	✓				
6	Bank Muamalat melakukan sosialisasi secara langsung kepada calon nasabah.	✓				
7	Isi pesan pada iklan mudah dimengerti.	✓				
8	Bank Muamalat mempunyai kegiatan hubungan masyarakat yang erat dalam komunitas lokal.		✓			
9	Saya mendapat informasi terkait Bank Muamalat melalui media penyiar (radio, televisi, dll).		✓			
10	Bank Muamalat ikut mensponsori acara-acara social ataupun kegiatan pertandingan untuk mempromosikan produk atau jasanya.		✓			

Religiusitas (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Sistem bagi hasil yang dirasa lebih adil disbanding sistem bunga (riba).	✓				
2	Turut mendorong kemajuan perekonomian secara islami (syariah).	✓				
3	Percaya akan adanya Allah SWT. dan Rasulullah SAW.	✓				
4	Percaya bahwa bunga bank adalah riba.	✓				
5	Menjalani aktivitas sehari-hari dengan prinsip syariah.	✓				
6	Saya mempertimbangkan prinsip syariah dalam menggunakan produk bank syariah.	✓				
7	Transaksi keuangan di Bank Muamalat sudah sesuai dengan prinsip syariah.	✓				
8	Tingkat bagi hasil Bank Muamalat relatif tinggi dari pada Bank Konvensional.	✓				
9	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan.		✓			
10	Besarnya bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat menarik perhatian.	✓				

## Keputusan Customer Switching (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih produk di Bank Muamalat karena kepuasan yang saya dapat dari bank.	✓				
2	Saya tetap menggunakan produk Bank Muamalat karena bank memenuhi harapan serta kebutuhan saya.	✓				
3	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai.	✓				
4	Saya merasa puas setelah beralih dari bank konvensional ke Bank Muamalat.	✓				
5	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena bank mampu memenuhi	✓				

	kebutuhan nasabah.			-		
6	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena saya percaya pada kinerja bank.	✓				
7	Pelayanan yang diberikan karyawan sudah memberikan kepuasan kepada nasabah.	✓				
8	Saya puas dengan sistem dan pelayanan yang diberikan pihak bank.	✓				
9	Produk yang beragam dan inovatif yang ditawarkan pihak Bank Muamalat kepada nasabah mudah dimengerti.		✓			
10	Pelayanan dari karyawan Bank Muamalat yang cepat dan tanggap terhadap nasabah.	✓				



## KUESIONER

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

#### A. DATA RESPONDEN

1. Nama : *Alfian Shaddam Syafei*
2. Jenis Kelamin :
- (  ) Laki-Laki
- (  ) Perempuan
3. Usia :
- (  ) < 15 thn (  ) 21-25 thn (  ) > 35 thn
- (  ) 15-20 thn (  ) 25-30 thn
4. Pekerjaan :
- (  ) Pelajar/Mahasiswa (  ) Tidak Bekerja/Pensiun
- (  ) Guru/Dosen (  ) Lainnya.....
5. Pendidikan Terakhir :
- (  ) SD (  ) SMA (  ) S1
- (  ) SMP (  ) D3 (  ) S2
6. Penghasilan Perbulan :
- (  ) < 1 Juta (  ) 6-10 Juta (  ) > 15 Juta
- (  ) 1-5 Juta (  ) 11-15 Juta

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah jawaban untuk mengisi pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.



## C. KRITERIA

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Promosi (X<sub>1</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya mengenal produk Bank Muamalat karena informasi dari pegawai bank.		✓			
2	Bank Muamalat melakukan promosi melalui periklanan secara menarik disosial media.		✓			
3	Bank Muamalat melakukan promosi produk jasa lainnya melalui penyebaran brosur kepada nasabah.		✓			
4	Adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah Bank Muamalat.		✓			
5	Bank Muamalat memajangkan spanduk dan alat promosi ditempat strategis.			✓		
6	Bank Muamalat melakukan sosialisasi secara langsung kepada calon nasabah.		✓			
7	Isi pesan pada iklan mudah dimengerti.		✓			
8	Bank Muamalat mempunyai kegiatan hubungan masyarakat yang erat dalam komunitas lokal.			✓		
9	Saya mendapat informasi terkait Bank Muamalat melalui media penyiar (radio, televisi, dll).	✓				
10	Bank Muamalat ikut mensponsori acara-acara social ataupun kegiatan pertandingan untuk mempromosikan produk atau jasanya.		✓			

Religiusitas (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	<del>RSU</del>	TS	STS
1	Sistem bagi hasil yang dirasa lebih adil disbanding sistem bunga (riba).			✓		
2	Turut mendorong kemajuan perekonomian secara islami (syariah).	✓				
3	Percaya akan adanya Allah SWT. dan Rasulullah SAW.	✓				
4	Percaya bahwa bunga bank adalah riba.	✓				
5	Menjalani aktivitas sehari-hari dengan prinsip syariah.	✓				
6	Saya mempertimbangkan prinsip syariah dalam menggunakan produk bank syariah.	✓				
7	Transaksi keuangan di Bank Muamalat sudah sesuai dengan prinsip syariah.	✓				
8	Tingkat bagi hasil Bank Muamalat relatif tinggi dari pada Bank Konvensional.		✓			
9	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan.		✓			
10	Besarnya bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat menarik perhatian.		✓			

## Keputusan Customer Switching (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	<del>RSU</del>	TS	STS
1	Saya memilih produk di Bank Muamalat karena kepuasan yang saya dapat dari bank.	✓				
2	Saya tetap menggunakan produk Bank Muamalat karena bank memenuhi harapan serta kebutuhan saya.	✓				
3	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai.		✓			
4	Saya merasa puas setelah beralih dari bank konvensional ke Bank Muamalat.	✓				
5	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena bank mampu memenuhi	✓				

	kebutuhan nasabah.					
6	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena saya percaya pada kinerja bank.		✓			
7	Pelayanan yang diberikan karyawan sudah memberikan kepuasan kepada nasabah.	✓				
8	Saya puas dengan sistem dan pelayanan yang diberikan pihak bank.	✓				
9	Produk yang beragam dan inovatif yang ditawarkan pihak Bank Muamalat kepada nasabah mudah dimengerti.		✓			
10	Pelayanan dari karyawan Bank Muamalat yang cepat dan tanggap terhadap nasabah.	✓				



## KUESIONER

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

#### A. DATA RESPONDEN

1. Nama : *Ahmad Firdo, M. Ali*
2. Jenis Kelamin :  
(  ) Laki-Laki  
(  ) Perempuan
3. Usia :  
(  ) < 15 thn (  ) 21-25 thn (  ) > 35 thn  
(  ) 15-20 thn (  ) 25-30 thn
4. Pekerjaan :  
(  ) Pelajar/Mahasiswa (  ) Tidak Bekerja/Pensiun  
(  ) Guru/Dosen (  ) Lainnya .....
5. Pendidikan Terakhir :  
(  ) SD (  ) SMA (  ) S1  
(  ) SMP (  ) D3 (  ) S2
6. Penghasilan Perbulan :  
(  ) < 1 Juta (  ) 6-10 Juta (  ) > 15 Juta  
(  ) 1-5 Juta (  ) 11-15 Juta

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah jawaban untuk mengisi pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.

## C. KRITERIA

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Promosi (X<sub>1</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengenal produk Bank Muamalat karena informasi dari pegawai bank.	✓				
2	Bank Muamalat melakukan promosi melalui periklanan secara menarik disosial media.		✓			
3	Bank Muamalat melakukan promosi produk jasa lainnya melalui penyebaran brosur kepada nasabah.		✓			
4	Adanya dorongan dari pihak lain untuk menjadi nasabah Bank Muamalat.		✓			
5	Bank Muamalat memajangkan spanduk dan alat promosi ditempat strategis.		✓			
6	Bank Muamalat melakukan sosialisasi secara langsung kepada calon nasabah.		✓			
7	Isi pesan pada iklan mudah dimengerti.		✓			
8	Bank Muamalat mempunyai kegiatan hubungan masyarakat yang erat dalam komunitas lokal.			✓		
9	Saya mendapat informasi terkait Bank Muamalat melalui media penyiar (radio, televisi, dll).			✓		
10	Bank Muamalat ikut mensponsori acara-acara social ataupun kegiatan pertandingan untuk mempromosikan produk atau jasanya.		✓			

Religiusitas (X<sub>2</sub>)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Sistem bagi hasil yang dirasa lebih adil dibanding sistem bunga (riba).	✓				
2	Turut mendorong kemajuan perekonomian secara islami (syariah).		✓			
3	Percaya akan adanya Allah SWT. dan Rasulullah SAW.	✓				
4	Percaya bahwa bunga bank adalah riba.		✓			
5	Menjalani aktivitas sehari-hari dengan prinsip syariah.		✓			
6	Saya mempertimbangkan prinsip syariah dalam menggunakan produk bank syariah.	✓				
7	Transaksi keuangan di Bank Muamalat sudah sesuai dengan prinsip syariah.	✓				
8	Tingkat bagi hasil Bank Muamalat relatif tinggi dari pada Bank Konvensional.		✓			
9	Saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan.		✓			
10	Besarnya bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat menarik perhatian.		✓			

Keputusan *Customer Switching* (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih produk di Bank Muamalat karena kepuasan yang saya dapat dari bank.	✓				
2	Saya tetap menggunakan produk Bank Muamalat karena bank memenuhi harapan serta kebutuhan saya.	✓				
3	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena adanya kebutuhan atau tujuan yang harus dicapai.		✓			
4	Saya merasa puas setelah beralih dari bank konvensional ke Bank Muamalat.		✓			
5	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena bank mampu memenuhi		✓			

	kebutuhan nasabah.					
6	Saya menggunakan produk Bank Muamalat karena saya percaya pada kinerja bank.		✓			
7	Pelayanan yang diberikan karyawan sudah memberikan kepuasan kepada nasabah.		✓			
8	Saya puas dengan sistem dan pelayanan yang diberikan pihak bank.		✓			
9	Produk yang beragam dan inovatif yang ditawarkan pihak Bank Muamalat kepada nasabah mudah dimengerti.		✓			
10	Pelayanan dari karyawan Bank Muamalat yang cepat dan tanggap terhadap nasabah.		✓			



**LAMPIRAN 4: SAMPEL NASABAH BANK MUAMALAT KCP PAREPARE**

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Penghasilan Perbulan
1	SK	Laki-laki	>35	Lainnya	SMA	1-5 Juta
2	RR JR	Laki-laki	21-25	Pelajar/Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
3	Dr. H. M	Laki-laki	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
4	WH	Laki-laki	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
5	AD	Laki-laki	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
6	JM	Perempuan	15-20	Lainnya	SMA	< 1 Juta
7	AF	Perempuan	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
8	ST	Perempuan	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
9	IR	Perempuan	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
10	HA	Perempuan	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
11	ZS	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
12	AI	Laki-laki	21-25	Lainnya	SMA	< 1 Juta
13	SA	Laki-laki	21-25	Lainnya	SMA	< 1 Juta
14	AN	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
15	NI	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
16	AL	Laki-laki	15-20	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
17	AG	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
18	RE	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
19	SU	Perempuan	21-25	Lainnya	D3	< 1 Juta
20	RI	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta



21	ANT	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
22	HID	Laki-laki	>35	Lainnya	S1	1-5 Juta
23	MUT	Perempuan	15-20	Lainnya	SMA	< 1 Juta
24	FE	Perempuan	>35	Guru/ Dosen	S2	6-10 Juta
25	BI	Perempuan	25-30	Lainnya	SMA	1-5 Juta
26	NU	Perempuan	21-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
27	ID	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
28	WID	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
29	MA	Laki-laki	21-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
30	RID	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
31	NOV	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
32	DE	Perempuan	21-25	Lainnya	SMA	1-5 Juta
33	AS	Laki-laki	>35	Lainnya	SMA	1-5 Juta
34	NW	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
35	NI	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
36	IR	Perempuan	15-20	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
37	ANN	Perempuan	15-20	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
38	RA	Perempuan	15-20	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
39	KAS	Perempuan	15-20	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
40	ARW	Perempuan	15-20	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
41	HAR	Perempuan	25-30	Lainnya	SMA	1-5 Juta
42	WA	Laki-laki	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
43	EM	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
44	NK	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta

45	SA	Perempuan	25-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
46	SAM	Perempuan	21-25	Lainnya	D3	1-5 Juta
47	FA	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
48	AHM	Laki-laki	>35	Guru/ Dosen	S2	1-5 Juta
49	HER	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
50	CI	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
51	FAD	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	1-5 Juta
52	MUH	Laki-laki	25-30	Lainnya	SMA	1-5 Juta
53	ASW	Laki-laki	21-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
54	MAR	Perempuan	25-30	Lainnya	D3	1-5 Juta
55	MRL	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
56	FC	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
57	HAR	Perempuan	25-30	Lainnya	S1	1-5 Juta
58	HA	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
59	NUR	Perempuan	>35	Lainnya	SMA	1-5 Juta
60	WAI	Laki-laki	21-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
61	NF	Perempuan	>35	Lainnya	D3	1-5 Juta
62	SUR	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1Juta
63	SUT	Perempuan	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	< 1 Juta
64	UM	Laki-laki	21-25	Pelajar/ Mahasiswa	SMA	1-5 Juta
65	MAN	Laki-laki	>35	Guru/ Dosen	S2	1-5 Juta
66	AB	Laki-laki	>35	Lainnya	S1	1-5 Juta
67	AL	Laki-laki	>35	Lainnya	S1	1-5 Juta
68	BA	Laki-laki	>35	Lainnya	S1	1-5 Juta

69	SAN	Laki-laki	21-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
70	SR	Perempuan	>35	Lainnya	D3	1-5 Juta
71	ASM	Laki-laki	21-25	Lainnya	S1	1-5 Juta
72	DI	Perempuan	>35	Lainnya	SMA	1-5 Juta
73	FEB	Perempuan	15-20	Lainnya	SMA	< 1 Juta
74	DAR	Laki-laki	21-25	Lainnya	SMA	1-5 Juta
75	SUR	Laki-laki	25-30	Lainnya	S1	6-10 Juta
76	DE	Laki-laki	>35	Lainnya	SMA	1-5 Juta
77	DIA	Perempuan	21-25	Lainnya	SMA	1-5 Juta
78	KUR	Laki-laki	21-25	Lainnya	D3	1-5 Juta
79	RAH	Perempuan	25-30	Lainnya	D3	1-5 Juta

### LAMPIRAN 5: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	44.3	44.3	44.3
	Perempuan	44	55.7	55.7	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.2 Usia Responden

		<b>Usia</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 thn	9	11.4	11.4	11.4
	21-25 thn	32	40.5	40.5	51.9
	25-30 thn	17	21.5	21.5	73.4
	>35 thn	21	26.6	26.6	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

		<b>Pekerjaan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	25	31.6	31.6	31.6
	Guru/Dosen	10	12.7	12.7	44.3
	Lainnya	44	55.7	55.7	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden

**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	41	51.9	51.9	51.9
	D3	7	8.9	8.9	60.8
	S1	21	26.6	26.6	87.3
	S2	10	12.7	12.7	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.5 Penghasilan Responden

**Penghasilan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 juta	28	35.4	35.4	35.4
	1-5 juta	42	53.2	53.2	88.6
	6-10 juta	9	11.4	11.4	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

**LAMPIRAN 6: DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN**Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Promosi (X<sub>1</sub>)

NO RES	PROMOSI (X <sub>1</sub> )										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
2	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	39
3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	43
4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	35
5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	39
6	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	40
7	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	33
8	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	33
9	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	43
10	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	43
11	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
12	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
13	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
14	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
15	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
16	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	39
17	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	38
18	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
19	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38

20	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	39
21	2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	45
22	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	37
23	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
24	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	40
25	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
26	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	40
27	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	34
28	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	34
29	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	40
30	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
31	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	37
32	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
35	2	4	3	2	3	3	4	4	3	4	32
36	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	43
37	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	43
38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
39	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
40	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	43
41	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	34
42	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	40
43	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43

44	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	40
45	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
46	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	43
47	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	43
48	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	39
49	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	41
50	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	43
51	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
52	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
53	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
54	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
55	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
56	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	43
57	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	37
58	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
59	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	43
60	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
61	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	38
62	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
63	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	43
64	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
65	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
66	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
67	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	41



68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
69	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	33
70	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
71	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
72	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	33
73	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
74	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	34
75	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	39
76	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
77	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
78	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
79	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	37
TOTAL											3090
MEAN											39,11

Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Religiusitas ( $X_2$ )

NO RES	RELIGIUSITAS ( $X_2$ )										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44
2	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44

6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
7	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
8	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
9	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
10	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
11	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	35
12	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
13	3	5	5	5	5	3	4	3	3	3	39
14	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44
15	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	35
16	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	45
17	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	43
18	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
20	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	3	5	5	3	3	3	4	4	4	3	37
23	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
24	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
26	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
27	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	38
28	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	38
29	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49

30	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
31	3	5	5	3	3	3	4	4	3	3	36
32	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
33	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	43
34	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	43
35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
36	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	43
37	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	43
38	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
39	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
40	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	43
41	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	38
42	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
43	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
44	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
45	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	41
46	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	43
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
48	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
50	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
51	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
52	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	41
53	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	41

54	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
55	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	41
56	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
57	3	5	5	3	3	3	4	4	3	3	36
58	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
59	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
60	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
61	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
62	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
63	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
64	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	35
65	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	43
66	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	43
67	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
68	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
69	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
70	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	38
71	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	38
72	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
73	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
74	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	38
75	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	45
76	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	46
77	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	45

78	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	41
79	3	5	5	3	3	3	4	4	3	3	36
TOTAL											3350
MEAN											42,40

Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Keputusan *Customer Switching* (Y)

NO RES	KEPUTUSAN <i>CUSTOMER SWITCHING</i> (Y)										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
7	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
8	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
10	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
11	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
14	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
15	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39

16	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
21	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
22	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
23	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
25	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
30	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
31	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
34	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	39
37	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	39
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

40	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	39
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
46	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	39
47	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
48	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
49	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
50	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
53	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
54	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
56	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
57	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
58	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
59	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48

64	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
65	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
66	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
67	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
68	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
69	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
70	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
71	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
72	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
73	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
76	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
77	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
78	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
79	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	39
TOTAL											3337
MEAN											42,24



**LAMPIRAN 7: PENGUJIAN PRASYARAT ANALISIS DATA**

**1. Uji Validitas**

Tabel 4.9

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	79	32	48	39.58	4.040
Religiusitas	79	35	50	42.41	4.128
KeputusanCustomerSw itching	79	38	50	42.24	3.691
Total	79	106	144	124.23	9.893
Valid N (listwise)	79				

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

**Correlations**

		Promosi	Religiusitas	KeputusanCusto merSwitching	Total
Promosi	Pearson Correlation	1	.555**	.534**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	79	79	79	79
Religiusitas	Pearson Correlation	.555**	1	.540**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	79	79	79	79
Keputusan CustomerS witching	Pearson Correlation	.534**	.540**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	79	79	79	79
Total	Pearson Correlation	.839**	.845**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79

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

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

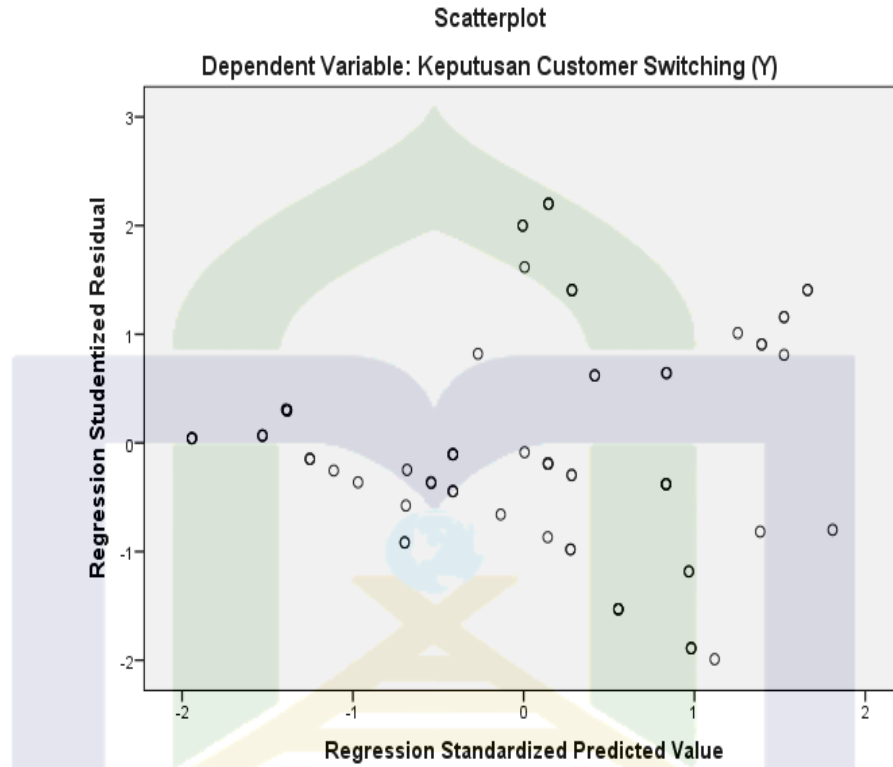
### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.780	3

Sumber: data diolah menggunakan SPSS

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

### 4. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

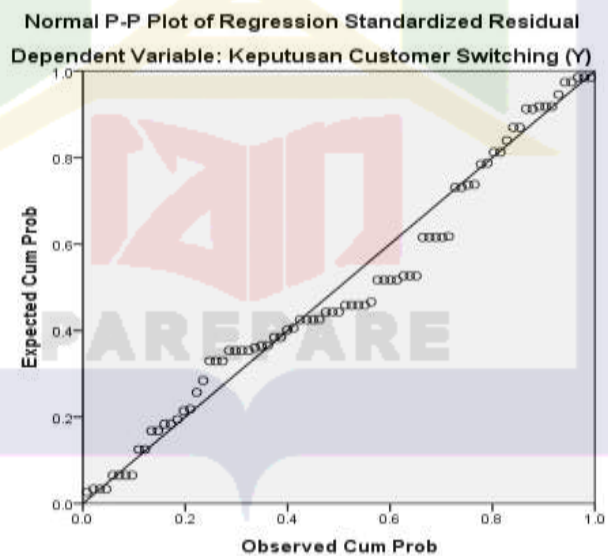
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.665	3.840		4.339	.000		
Promosi (X1)	.309	.100	.339	3.094	.003	.692	1.446
Religiusitas (X2)	.314	.098	.352	3.214	.002	.692	1.446

a. Dependent Variable: Keputusan Customer Switching (Y)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

### 5. Uji Normalitas

Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

**LAMPIRAN 8: PENGUJIAN HIPOTESIS**

**1. Uji One Sample T Test**

Tabel 4.15 Hasil Uji *One Sample* Variabel Promosi

**One-Sample Test**

	Test Value = 79					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Promosi (X1)	-86.716	78	.000	-39.418	-40.32	-38.51

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.16 Hasil Uji *One Sample* Variabel Religiusitas

**One-Sample Test**

	Test Value = 79					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Religiusitas (X2)	-78.798	78	.000	-36.595	-37.52	-35.67

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.17 Hasil Uji *One Sample* Keputusan Customer Switching

One-Sample Test						
	Test Value = 79					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Keputusan Customer Switching (Y)	-88.528	78	.000	-36.759	-37.59	-35.93

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

## 2. Uji t (Parsial)

Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.665	3.840		4.339	.000
	Promosi (X1)	.309	.100	.339	3.094	.003
	Religiusitas (X2)	.314	.098	.352	3.214	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Customer Switching (Y)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

### 3. Uji f (Simultan)

Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (f)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	393.696	2	196.848	22.371	.000 <sup>b</sup>
	Residual	668.735	76	8.799		
	Total	1062.430	78			

a. Dependent Variable: Keputusan Customer Switching (Y)

b. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Promosi (X1)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

### 4. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 <sup>a</sup>	.371	.354	2.966

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Customer Switching (Y)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	16.665	3.840		4.339	.000
	Promosi (X1)	.309	.100	.339	3.094	.003
	Religiusitas (X2)	.314	.098	.352	3.214	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Customer Switching (Y)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

## 6. Korelasi Pearson Product Moment

Tabel 4.22 Hasil Korelasi Secara Parsial

		Correlations		
		Promosi (X1)	Religiusitas (X2)	Keputusan Customer Switching (Y)
Promosi (X1)	Pearson Correlation	1	.555**	.534**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	79	79	79



Religiusitas (X2)	Pearson			
	Correlation	.555**	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	79	79	79
Keputusan Customer Switching (Y)	Pearson			
	Correlation	.534**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	79	79	79

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

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.23 Hasil Korelasi Secara Simultan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.609 <sup>a</sup>	.371	.354	2.966	.371	22.371	2	76	.000

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Customer Switching (Y)

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.1264/In.39.8/PP.00.9/08/2020  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Di  
KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR WAHYUNI  
Tempat/ Tgl. Lahir : LABALAKANG, 29 OKTOBER 1997  
NIM : 16.2300.083  
Fakultas/ Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : DESA AMASSANGANG, KECAMATAN LANRISANG,  
KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

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

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Agustus sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

18 Agustus 2020

Dekan,



Muhammad Kamal Zubair

SRN IP000387



**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jalan Teteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 391/IP/DPM-PTSP/B/2020**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGIZINKAN**

KEPADA  
 NAMA : **NUR WAHYUNI**  
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
 Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**  
 ALAMAT : **LABALAKANG, KEC. LANRISANG, KAB. PINRANG**  
 UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

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

LOKASI PENELITIAN : **BANK MUAMALAT KCP PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **26 Agustus 2020 s.d 26 September 2020**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **25 Agustus 2020**

**PAREPARE**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE**



**Hj. ANDI RUSIA, SH, MH**  
 Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c)  
 NIP : 19620915 198101 2 001

Biaya : Rp. 0,00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

• Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya menggunakan alat bukti hukum yang sah

• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BRE**

• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Badan  
Sertifikasi  
Elektronik





Bank Muamalat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

No. : 067/EXT/BMI/KCPPARE/X/2020

Parepare, 16 Oktober 2020 M  
28 Safar 1442 H

**SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI**

*Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh,*

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin.

Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Parepare, menyatakan bahwa:

Nama : Nur Wahyuni  
Nim : 16.2300.083  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Parepare  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Benar telah melakukan kegiatan Penelitian dengan judul " **PENGARUH PROMOSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN CUSTOMER SWITCHING NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP PAREPARE** " di kantor kami PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pembantu Parepare sejak tanggal 26 Agustus 2020 sampai 26 September 2020.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh,*

**PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.  
CAPEM PAREPARE**

**Ilham Salim**  
Sub Branch Operation Supervisor

**Bank Muamalat**  
CABANG PEMBANTU PARE-PARE

**Darmawansa**  
Dosen Pamong

LAMPIRAN 11: DOKUMENTASI











## BIOGRAFI PENULIS



**Nur Wahyuni** lahir di Dusun Labalakang Kab. Pinrang, tanggal 29 Oktober 1997. Anak tunggal dari pasangan Sukardi dan Fatmawati (Almarhuma) yang bertempat tinggal di Labalakang. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam.

Adapun riwayat pendidikan penulis, mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 235 Lanrisang pada tahun 2005-2010 selama 6 tahun, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Mattirobulu pada tahun 2010-2013 selama 3 tahun, Sekolah Menengah Kejuruan (Farmasi) Pinrang pada tahun 2013-2016 selama 3 tahun. Penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Watan Rumpia Kecamatan Majauleng Kabupaten Wajo Sulawesi Selatan, dan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bank BNI Syariah KCP Enrekang di Kabupaten Enrekang.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi berjudul: “Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan *Customer Switching* Nasabah di Bank Muamalat KCP Parepare”.