

**PENGARUH MASALAH ETIKA, KETIDAKNYAMANAN
PELANGGAN, DAN KEGAGALAN LAYANAN INTI
TERHADAP PERPINDAHAN PELANGGAN BANK
KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH DENGAN
KEBUTUHAN Mencari Variasi
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**
(Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SITI NARIAH

NIM 4220070

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH MASALAH ETIKA, KETIDAKNYAMANAN
PELANGGAN, DAN KEGAGALAN LAYANAN INTI
TERHADAP PERPINDAHAN PELANGGAN BANK
KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH DENGAN
KEBUTUHAN Mencari Variasi
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SITI NARIAH

NIM 4220070

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SITI NARIAH

NIM : 4220070

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH MASALAH ETIKA, KETIDAKNYAMANAN PELANGGAN, DAN KEGAGALAN LAYANAN INTI TERHADAP PERPINDAHAN PELANGGAN BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH DENGAN KEBUTUHAN MENCARI VARIASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan) adalah benar-benar karya peneliti sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah peneliti sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini ternyata hasil plagiasi, peneliti bersedia memperoleh sanksi akademik dengan di cabut gelarnya.

Pekalongan, 7 februari 2024

Yang menyatakan,



SITI NARIAH
NIM 4220070

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Siti Nariah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

di PEKALONGAN

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan Naskah Skripsi Saudara:

Nama : **Siti Nariah**

NIM : **4220070**

Judul Skripsi : **PENGARUH MASALAH ETIKA, KETIDAKNYAMANAN PELANGGAN, DAN KEGAGALAN LAYANAN INTI TERHADAP PERPINDAHAN PELANGGAN BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH DENGAN KEBUTUHAN Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 7 februari 2024
Pembimbing,



Syamsul Arifin, M.E.
NIP. 19890831 202321 1 022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : Siti Nariah
NIM : 4220070
Judul Skripsi : **Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan Pelanggan, dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan)**

Dosen Pembimbing : Syamsul Arifin, M.E.

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 19 Maret 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Dr. Kuaq Ismanto, M.Ag
NIP.197912052009121001


Ulfa Kurniasih, M.Hum
NIP. 199310012020122027

Pekalongan, 25 Maret 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta (Alm. Bapak Tajeri dan Ibu Umaroh), yang selalu menemani dan mengiringi setiap perjalanan, memberikan dukungan, do'a, semangat, serta kasih sayang dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi.
2. Seluruh saudara saya mas Ahwan, mas Taruno, mas Rustadi, mba Santi, mas Kurniyanto, mba Roisah, mba Nur Khoerunisa, mas Muhammad Sodik, yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar sarjana.
3. Bapak K.H. Ahmad Muzaki dan Ibu Maftukhatul Himah selaku pengasuh Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada santrinya.
4. Almamater saya Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Syamsul Arifin, M.E, yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dalam penulisan karya ini.
6. Dosen Pembimbing Akademik saya Aenurofik, M.A, yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan selama proses perkuliahan.

7. Kepada Bapak dan Ibu dosen serta staf akademik Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman wahid Pekalongan, yang telah membantu kelancaran dalam proses administrasi skripsi saya.
8. Kepada Miftah Aziz, terima kasih selalu memberikan dukungan, motivasi, dan semangat dalam meraih prestasi, terima kasih untuk pengertiannya dan waktu yang diluangkan untuk membantu ketika saya kesulitan dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah.
9. Sahabat-sahabat saya yang sudah mendukung dan memberi motivasi serta telah berjuang bersama-sama menuju gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
10. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman wahid Pekalongan semoga kita sukses selalu.
11. Teman-teman HMJ Perbankan Syariah, PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam, KKN Desa Sokawati, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang sudah memberikan semangat, motivasi serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.
12. Teman-Teman Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah, yang sudah memberikan semangat, motivasi serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.

MOTTO

Mengapa mau angkuh? Kepalamu tidak sampai mencapai langit, kakimu tidak dapat menembus tanah, apa yang engkau bawa adalah kotoran. Tidak ada tempatnya angkuh bagi manusia.

-M. Quraish Shihab-

Satu hal yang sangat buruk, jika seseorang berhenti di tempat di mana ia masih bisa berlanjut.

-M. Quraish Shihab-



ABSTRAK

SITI NARIAH. Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan Pelanggan, dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan).

Perpindahan pelanggan merupakan perilaku pelanggan yang terus menggunakan suatu kategori layanan, namun berganti ke penyedia jasa lainnya. Pelanggan lebih cenderung berganti produk dan jasa di lingkungan yang sangat kompetitif, dengan lebih banyak pilihan seorang pelanggan sangat mungkin untuk berganti produk atau jasa. Bank sebagai penyedia produk dan jasa harus mampu memelihara hubungan baik dengan nasabah untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya perilaku berpindah. Salah satu tugas pokok bank yaitu pembiayaan, pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat. Oleh karena itu, pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 92 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, dan kegagalan layanan inti berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Variabel yang paling berpengaruh yaitu ketidaknyamanan pelanggan, kemudian kegagalan layanan inti menempati urutan kedua dan masalah etika menempati urutan ketiga. Kemudian kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

Kata kunci: Masalah Etika, Ketidaknyamanan Pelanggan, Kegagalan Layanan Inti, Kebutuhan Mencari Variasi, Perpindahan Pelanggan.

ABSTRACT

SITI NARIAH. *The Influence of Ethical Problems, Customer Discomfort, and Core Service Failures on Switching Conventional Bank Customer to Sharia Bank with the Variety Seeking as a Moderating Variable (Case Study on Entrepreneurs in Kajen District, Pekalongan Regency).*

Customer switching is the behavior of customers who continue to use a service category, but change to another service provider. Customers are more likely to switch products and services in a highly competitive environment, with more choices a customer is very likely to switch products or services. Banks as providers of products and services must be able to maintain good relationships with customers, to anticipating the possibility of switching behavior. One of the main tasks of banks is financing, financing raises people's business enthusiasm. Therefore, entrepreneurs will always be in contact with banks to obtain capital assistance to increase their business. The purpose of this study is to determine the influence of ethical problems, customer discomfort, and core service failures on switching conventional bank customers to sharia bank with the variety seeking as a moderating variable.

This research is a type of field research with a quantitative approach. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 92 respondents. The sampling technique used purposive sampling method. The data analysis method used multiple linear regression with the help of SPSS 22.0.

The results of this study indicate that ethical problems, customer discomfort, and core service failures influence the transfer of conventional bank customers to sharia banks. The most influential variable is customer discomfort, then core service failure ranks second and ethical problems rank third. Then the variety seeking can moderate the effect of ethical problems, customer discomfort, and core service failures on switching conventional bank customers to sharia banks.

Keywords: Ethical problem, Customer Discomfort, Core Service Failure, Variety Seeking, Customer Switching.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. M. Shulthoni, Lc, MA., M. Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Syamsul Arifin, M.E. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Aenurofik, M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

8. Orang tua dan keluarga saya yang telah banyak memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Orang terdekat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman program studi perbankan syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2020.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

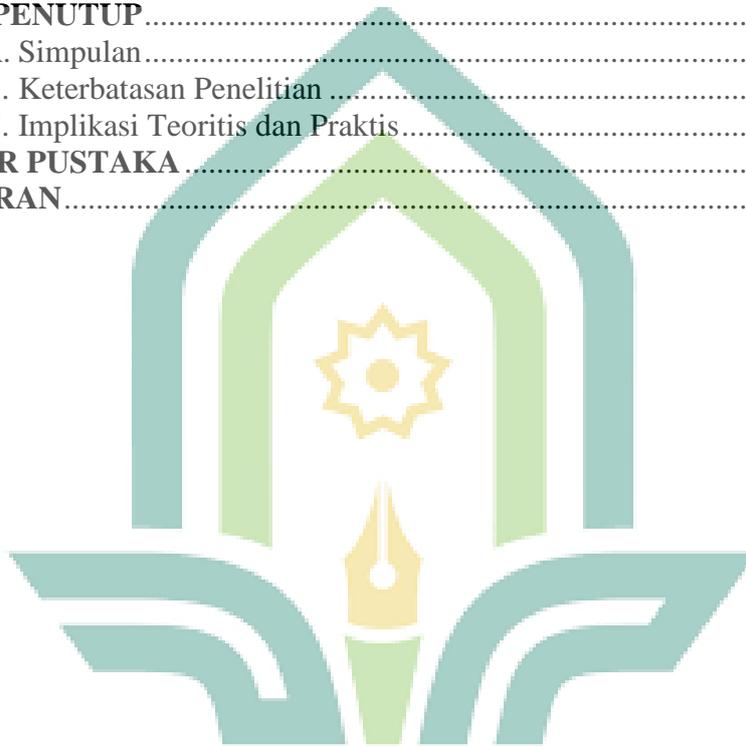
Pekalongan, 7 Maret 2024



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori	14
1. Theory of Planned Behavior (Teori Perilaku yang Direncanakan)	14
2. Perpindahan Pelanggan (Customer Switching)	16
3. Masalah Etika (Ethical Problem).....	18
4. Ketidaknyamanan Pelanggan (Customer Discomfort)	18
5. Kegagalan Layanan Inti (Core Service Failures).....	19
6. Kebutuhan Mencari Variasi (Variety Seeking)	20
B. Telaah Pustaka	22
C. Kerangka Berpikir	28
D. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	35
C. Setting Penelitian.....	36
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
E. Variabel Penelitian	38
F. Sumber Data	40
G. Teknik Pengumpulan Data	41
H. Metode Analisis Data	41
1. Uji Instrumen.....	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Analisis Regresi Linier Berganda	45
4. Uji Hipotesis.....	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Data	49
1. Gambaran Umum Responden.....	49
2. Karakteristik Responden.....	49
3. Deskripsi Jawaban Responden.....	52
B. Analisis Data	81
1. Uji Instrumen.....	81
2. Uji Asumsi Klasik.....	85
3. Uji Regresi Linier Berganda	88
4. Uji Hipotesis.....	90
C. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	102
A. Simpulan.....	102
B. Keterbatasan Penelitian	105
C. Implikasi Teoritis dan Praktis.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	I



TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُ = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jam lah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *f imah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddad tersebut. Contoh:

ربنا ditulis *rabbān*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

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

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

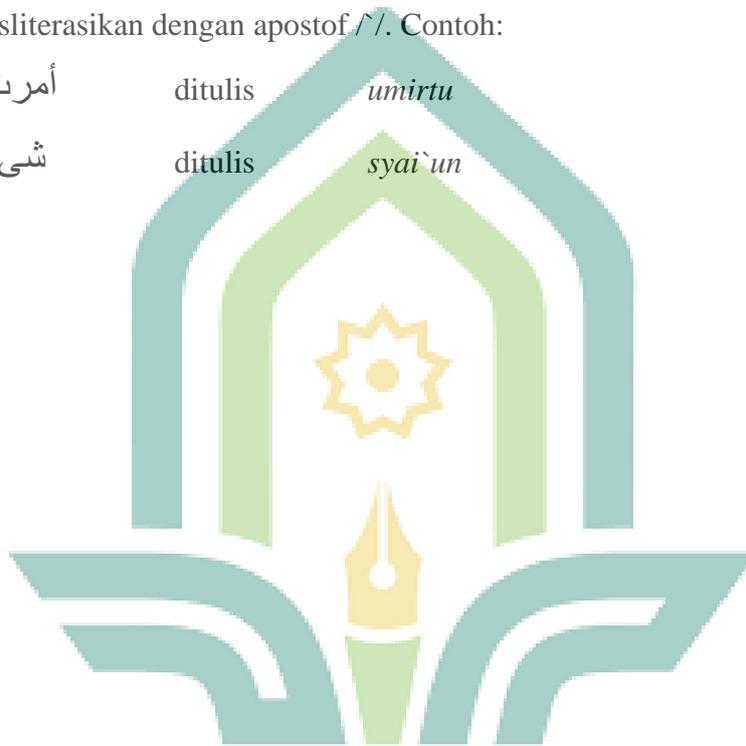
Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-bad</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jal l</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/'). Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai`un</i>



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	39
Tabel 3.2	Alternatif Jawaban dengan Skala Likert	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berpindah ke Bank Syariah	51
Tabel 4.4	Dasar Interpretasi Skor Indikator Variabel Penelitian	52
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Variabel Masalah Etika.....	53
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Ketidaknyamanan Pelanggan	59
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kegagalan Layanan Inti	65
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kebutuhan Mencari Variasi	71
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Variabel Perpindahan Pelanggan	75
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	90
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial (t).....	92
Tabel 4.18	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	93



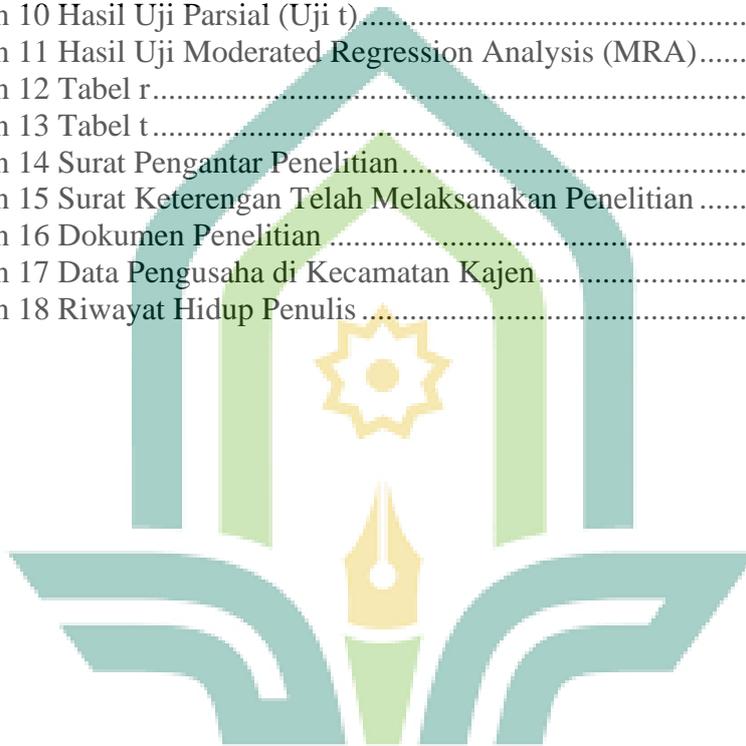
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplot</i>	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner Skala Likert	VII
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	XXII
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	XLV
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	XLVI
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	XLVII
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	XLVIII
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	XLIX
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	L
Lampiran 10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	LI
Lampiran 11 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	LII
Lampiran 12 Tabel r.....	LIII
Lampiran 13 Tabel t.....	LV
Lampiran 14 Surat Pengantar Penelitian.....	LVI
Lampiran 15 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	LVII
Lampiran 16 Dokumen Penelitian	LVIII
Lampiran 17 Data Pengusaha di Kecamatan Kajen.....	LIX
Lampiran 18 Riwayat Hidup Penulis	LXXI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini dunia perbankan berkembang sangat cepat, yaitu dengan ditandai dengan munculnya berbagai produk dan jasa yang tersedia. Perkembangan teknologi saat ini memudahkan nasabah dalam mengakses informasi, sehingga memberikan banyak alternatif pilihan kepada nasabah untuk memilih suatu produk atau layanan perbankan yang terbaik. Hal ini memengaruhi kemampuan nasabah untuk menggali keunggulan dan kekurangan suatu produk dan jasa. Sehingga, manajemen produk menjadi faktor penting bagi produsen dalam kesuksesan produk dan jasa. Hanya produk dan jasa yang pengelolaannya dilakukan secara profesional dan baik yang dapat menarik perhatian nasabah dan bahkan mendorong nasabah untuk mencoba produk dan jasa tersebut.

Nasabah lebih cenderung berganti produk dan jasa di lingkungan yang sangat kompetitif di mana konsumen memiliki banyak alternatif produk untuk dipilih. Dengan lebih banyak pilihan, nasabah sangat mungkin untuk berganti produk dan jasa. Akibatnya, sebuah perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Bank sebagai penyedia produk dan jasa harus mampu memelihara hubungan baik dengan nasabah termasuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya perilaku berpindah langganan.

Bank adalah badan usaha simpan pinjam yang paling aman, sah, dan legal. Setiap bank mempunyai karakter dan kriterianya tersendiri. Oleh karena itu pelanggan harus berhati-hati dalam mempertimbangkan bank yang ideal

untuk kebutuhan dan yang terbaik (Prasetyo, 2012). Pada UU No. 10 tahun 1998 menyebutkan dua jenis sistem perbankan di Indonesia, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.

Perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional pada umumnya adalah terdapat pada praktik bunga bank. Pada bank konvensional menerapkan suku bunga acuan dasar dan keuntungan, adapun pada bank syariah menerapkan praktik bagi hasil atau sering disebut nisbah, yaitu dengan pembagian antara bank dengan nasabah. Konsep utamanya adalah siapa pun yang mencari imbal hasil dari tabungannya harus bersedia menerima risiko kerugian yang mungkin akan timbul (Saputro, 2015). Di Indonesia munculnya bank syariah pertama kali yaitu berakar dari diskusi-diskusi mengenai tema perbankan syariah sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai percobaannya, pada awal periode 1980-an konsep perbankan syariah diimplementasikan secara skala kecil di Bandung (Bait At-Tamwil Salman ITB) dan di Jakarta (Koperasi Ridho Gusti). Kemudian berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) di tahun 1991 yang resmi beroperasi di tahun 1992.

Sistem perbankan syariah menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam lembaga keuangan, di mana perbankan syariah dituntut tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan komersial, tetapi juga untuk implementasi nilai-nilai syariah yang sesungguhnya. Aktivitas yang terdapat di perbankan konvensional yang bertentangan dengan syariah Islam, salah satunya seperti menerima dan membayar bunga (*riba*), membiayai produksi dan perdagangan komoditas

terlarang seperti minuman keras (*khamr*), aktivitas yang mengandung unsur perjudian (*maisir*) untuk transaksi mata uang asing, serta spekulasi atau spekulatif (*gharar*) dalam bank investasi (Najib, 2019).

Salah satu tugas pokok bank adalah pembiayaan, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *defisit unit* (Antonio, 2001). Secara garis besar fungsi pembiayaan dalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal/uang. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas atau memperbesar usahanya, baik untuk meningkatkan produksi, perdagangan, untuk usaha-usaha rehabilitas, ataupun usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Selain itu, pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat. Akan tetapi, peningkatan usaha tidak selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuan. Oleh karena itu, pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Pengusaha yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya.

Perpindahan pelanggan menjadi salah satu bagian dari perilaku konsumen, sedangkan memahami perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Oleh karena itu, memahami perpindahan pelanggan sama pentingnya dengan memahami perilaku konsumen. Berpindahnya pelanggan dari satu penyedia jasa ke penyedia yang lain merupakan hal yang sudah biasa terjadi pada masyarakat. Dalam dunia jasa, pelanggan tidak hanya dapat berperilaku positif yang menguntungkan

untuk penyedia jasa tetapi juga dapat berperilaku negatif. Salah satu perilaku negatif ini dapat ditunjukkan dengan pelanggan yang beralih menggunakan jasa lain. Banyak faktor yang dapat memengaruhi perpindahan pelanggan termasuk di antaranya yaitu harga, kegagalan layanan inti, persaingan, masalah etika, dan beralih karena keterpaksaan (Santoso & Ismail, 2019).

Menurut Keaveney (1995) perilaku perpindahan pelanggan dalam industri jasa menyebutkan delapan variabel penyebab utama, di antaranya yaitu harga, ketidaknyamanan, kegagalan layanan inti, kegagalan pertemuan layanan, respon pegawai yang gagal terhadap kegagalan layanan, daya tarik pesaing, masalah etika, serta faktor-faktor yang tidak disengaja. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga faktor utama dari delapan faktor yang disebutkan di atas, diantaranya yaitu masalah etika, ketidaknyamanan, dan kegagalan layanan inti. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Keaveney (1995), Marlinda (2022), Laurena R & Ferdinand J (2019) dan Selvi (2022) menyebutkan beberapa aspek yang memengaruhi perilaku perpindahan pelanggan dan tiga diantaranya yang paling banyak serta sering terjadi dikalangan masyarakat yaitu masalah etika, ketidaknyamanan serta kegagalan layanan inti. Namun hasil penelitian Arianto & Miftahuddin (2017) menyebutkan bahwa masalah etika, ketidaknyamanan dan kegagalan layanan inti secara parsial tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek. Hal ini menunjukkan perbedaan hasil dari penelitian terdahulu yang kemudian menjadi alasan peneliti untuk meneliti lebih lanjut pengaruh tiga faktor tersebut terhadap perilaku perpindahan pelanggan.

Perpindahan pelanggan (*customer switching*) dapat didefinisikan sebagai pelanggan yang terus menggunakan suatu kategori layanan, namun berganti dari penyedia jasa yang satu ke penyedia jasa yang lain (Keaveney, 1995). Perilaku perpindahan pelanggan di sektor jasa diakibatkan oleh adanya berbagai macam penawaran produk dan layanan jasa lain atau disebabkan timbulnya permasalahan dengan produk atau jasa yang telah digunakan sebelumnya (Noviana, 2017). Dalam menjelaskan konsep perpindahan pelanggan, hanya sedikit studi yang telah meneliti motif di balik perilaku berpindah atau beralih ini (Siddiqui, 2011). Penelitian Wulan Hijriany & Samsiyah Purwaningsih (2022) menyebutkan beberapa faktor yang memengaruhi perilaku perpindahan pelanggan seperti ketidaknyamanan, harga, kegagalan layanan inti dan daya tarik pesaing. Penelitian Thaniedsa (2022) yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan *Brand Switching* dengan *Variety Seeking* sebagai Moderasi (Studi Kasus *Brand Switching* Pengguna *Smartphone* Samsung ke *Smartphone* lain di DKI Jakarta)” menyebutkan bahwa harga, kualitas produk dan keputusan konsumen berpengaruh terhadap keputusan *brand switching*. Penelitian Noviana (2017) mengemukakan faktor yang memengaruhi perpindahan pelanggan karena adanya temuan masalah pada jasa yang sudah digunakan dan juga pencarian variasi. Penelitian Rahman & Anwar (2013) yang berjudul “Analisis Faktor yang Perpindahan Konsumen (*Customer Switching*) Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Bengkulu” mengemukakan empat faktor yang dapat memengaruhi perilaku peralihan

pelanggan, namun hanya tiga faktor yang baik, yaitu masalah etika, ketidaknyamanan dan kegagalan layanan inti. Indikator dari perilaku perpindahan pelanggan diantaranya yaitu keinginan mencoba sesuatu yang baru, harga, serta ketidakpuasan pasca konsumsi (Chuang et al., 2016).

Masalah etika (*ethical problems*) mencakup insiden peralihan kritis yang menggambarkan tindakan ilegal, tidak etis, berbahaya, merugikan, atau tindakan lain yang sangat bertentangan dengan norma-norma sosial. Penelitian Putri & Salim (2017) juga menyebutkan bahwa masalah etika merupakan perilaku tidak etis, ilegal atau perilaku penyedia jasa layanan yang menyimpang dari norma sosial yang dapat mengganggu psikologis nasabah untuk mencapai kepatuhan nasabah. Salah satu contohnya yaitu penyedia jasa layanan menghubungi nasabah secara berkala agar segera membayar tagihan atau membebaskan biaya yang lebih besar untuk menanggukhan layanan sementara (Liang et al., 2013). Selvi (2022) menyebutkan bahwa masalah etika berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer switching behavior* dari bank konvensional ke bank syariah. Salah satu nasabah bank konvensional mengeluh karena risih terhadap cara penagihan utang yang dilakukan oleh pegawai bank yang tidak sopan dan berkata kasar (Rendy, 2009). Ada beberapa indikator dari tindakan tidak etis yaitu tindakan tidak jujur, tindakan intimidasi, praktik yang berbahaya atau tidak sehat, serta konflik kepentingan (Keaveney, 1995).

Ketidaknyamanan pelanggan (*customer discomfort*) menjadi salah satu alasan perilaku perpindahan pelanggan karena lokasi penyedia produk atau jasa

yang sulit dijangkau, kenyamanan ruang, dan waktu tunggu untuk dilayani (Keaveney, 1995). Hal tersebut merupakan bagian penting yang diberikan pegawai penyedia layanan jasa dalam penyampaian jasa. Pelanggan yang mendapatkan layanan yang kurang memuaskan akan cenderung merasa kecewa. Selain itu, pelanggan ragu-ragu ketika akan beraktivitas di penyedia jasa yang lokasinya sulit diakses. Akibatnya, seorang pelanggan akan memilih penyedia jasa lain yang lebih mudah untuk dijangkau. Tingkat kenyamanan dalam industri jasa perbankan berpengaruh terhadap kualitas sistem penyampaian jasa yang dapat mengurangi tingkat perpindahan konsumen. Penelitian Laurena R & Ferdinand J (2019) menyebutkan ketidaknyamanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku perpindahan merek pada penyedia layanan seluler di Manado. Indikator dari ketidaknyamanan yaitu lokasi penyedia layanan/jam operasi, waktu tunggu janji temu dan waktu tunggu layanan (Keaveney, 1995).

Kegagalan layanan inti meliputi semua insiden signifikan yang mana disebabkan oleh kesalahan atau masalah teknis lain dengan layanan itu sendiri. Kesalahan tersebut dapat terjadi apabila pelanggan mengalami kerugian karena kekeliruan pegawai, seperti kekeliruan pencatatan sehingga pelanggan merasa kecewa yang dapat memunculkan keinginan untuk berpindah ke penyedia layanan jasa lain. Layanan inti (*core service*) di dalam layanan jasa memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan kualitas layanan, maka menjadi penting bagi penyedia jasa untuk menjaga serta mempertahankan kualitas layanan jasa agar dapat memuaskan pelanggan. Penelitian Wulan Hijriany & Samsiyah

Purwaningsih (2022) menyebutkan bahwa kegagalan layanan inti menjadi faktor tertinggi terhadap perpindahan pelanggan. Tiga indikator kegagalan layanan inti yaitu kesalahan, kesalahan penagihan, dan bencana layanan (Keaveney, 1995).

Kualitas produk dan jasa sangat penting untuk dijaga karena hal itu menjadi pertimbangan seorang pelanggan selama maupun setelah membeli produk atau jasa, sementara itu pelanggan merasa puas ataupun tidak puas umumnya dapat dinilai dari kualitas produk ataupun jasa yang mereka dapatkan, apabila produknya tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka biasanya pelanggan akan berpindah layanan. Pelanggan seringkali memiliki keinginan mengenai sesuatu yang baru serta bervariasi yang menumbuhkan ciri kepribadian yang disebut pencarian variasi baru. Kebutuhan mencari variasi (*variety seeking*) ditandai sebagai salah satu aspek yang dapat memengaruhi keputusan perpindahan merek (Widyasari, 2008). Sehingga kebutuhan mencari variasi menjadi variabel moderasi bagi variabel masalah etika, ketidaknyamanan, dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan dengan pemaparan tersebut. Penelitian Thaniedsa (2022) menyebutkan kebutuhan mencari variasi memoderasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan *brand switching* pengguna *smartphone* samsung ke *smartphone* merek lain. Kebutuhan mencari variasi memiliki beberapa indikator di antaranya yaitu rasa bosan, keinginan mendapatkan pengalaman yang baru, serta rasa penasaran (Fagumi, 2016).

Diketahui bahwasannya pangsa pasar perbankan syariah mengalami kenaikan, menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan pangsa pasar perbankan syariah nasional per Desember 2022 mencapai 7,09% (OJK, 2022). Kinerja perbankan syariah dalam beberapa indikator menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan perbankan konvensional. Pertumbuhan aset perbankan syariah pada tahun 2022 sebesar 15,63% (yoy) lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 9,50% (yoy) selama tahun 2022. Diketahui pertumbuhan aset perbankan syariah mengalahkan perbankan konvensional per September 2023, dengan pangsa pasar 7,27%, maka hal tersebut dapat menghadapi stigma proses yang rumit dan mahal (Rahmah, 2023). Hal ini mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah semakin kuat, sehingga minat masyarakat yang tinggi dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah dan banyaknya masyarakat yang beralih dari bank konvensional ke bank syariah tak terkecuali para pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan.

Perkonomian Kabupaten Pekalongan pada tahun 2021 mengalami pertumbuhan positif sebesar 3,54%. Pertumbuhan ekonomi selama 2021 masih terjaga oleh adanya peningkatan produksi pada hampir seluruh sektor pembentuk PDRB di Kabupaten Pekalongan. Adapun pada tahun 2022 perekonomian Kabupaten Pekalongan mengalami peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,11 % (Triyono, 2023). Kajen sebagai kawasan industri merupakan tempat berlangsungnya kegiatan industri yang dikembangkan dan dikelola oleh perusahaan kawasan industri yang telah memiliki izin usaha

kawasan industri. Selama ini, banyak usaha yang berkembang di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan seperti konveksi, anyaman bambu atau reyeng. Kontribusi industri pengolahan dalam pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah sekitar 34%. Dalam hal ini, salah satu jenis usaha seperti konveksi yang masuk industri tersebut sudah ikut berkontribusi dalam perekonomian (dprd.jatengprov, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan Pelanggan dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang masalah tersebut, maka peneliti membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah masalah etika berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah?
2. Apakah ketidaknyamanan pelanggan berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah?
3. Apakah kegagalan layanan inti berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah?
4. Apakah kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah?

5. Apakah kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah?
6. Apakah kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

Adapun manfaat penelitian mencakup dua aspek :

1. Manfaat Teoritis:

- a. Penelitian ini memperkaya informasi dan wawasan mengenai dampak masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan.
- b. Penelitian ini sebagai salah satu alat untuk mengetahui dan mengukur tingkat loyalitas pelanggan.
- c. Penelitian ini dapat dipergunakan dalam menginformasikan pengembangan penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi sumber informasi bagi pihak manajemen bank untuk digunakan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengatasi perilaku berpindahnya pelanggan.
- b. Bagi nasabah, diharapkan agar mengetahui mengenai perilaku konsumen dalam hal ini yaitu perpindahan pelanggan.

D. Sistematika Pembahasan

Berikut susunan penyajian dan pembahasan hasil penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Kerangka teori digunakan untuk memudahkan peneliti dalam memahami seluruh variabel yang menjadi dasar terciptanya karya ilmiah yang akan disusun. Pada bab ini memuat landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian digunakan agar alur penelitian menjadi konkret dan membuktikan atau menguji kebenaran. Metode penelitian berisi jenis penelitian, pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan analisis data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung lalu diolah serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Penutup memuat simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku yang Direncanakan)

Theory Of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1985) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang ditujukan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik (Halim & Tyra, 2021). *Theory of planned behavior* ialah teori yang menjelaskan sikap seseorang terhadap suatu perilaku, ditambah dengan norma-norma subjektif yang berlaku serta dengan persepsi faktor kontrol perilaku, hal-hal tersebut dapat mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. *Theory of Planned Behavior* dikembangkan untuk menjelaskan perilaku tentang penggunaan teknologi pada jasa dan produk.

Theory Of Planned Behavior (TPB) berfokus pada kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, melalui kecenderungan atau *intention*, penyedia jasa dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. *Intention* merupakan indikasi seberapa kuat seseorang mau berusaha untuk mencoba dan berapa besar usaha yang dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku dan salah satu bentuk perilaku tersebut adalah *customer switching* (perpindahan pelanggan).

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan model niat yang sudah diterima dengan baik, sebab telah sukses dalam memprediksi juga menjelaskan terkait perilaku manusia dalam berbagai situasi. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menunjukkan bahwa faktor utama dalam perilaku manusia adalah niat perilaku, yang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan *Perceived Behaviour Control* (PBC) yang membentuk niat (Rimadiaz & Pratiwi, 2017). Niat kemudian memengaruhi bagaimana perilaku seseorang. Terdapat tiga faktor penentu niat untuk berperilaku yaitu:

a. *Attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku)

Attitude toward behavior menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang perilaku tertentu.

b. *Subjective norm* (norma subjektif)

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Norma subjektif tidak hanya ditentukan oleh harapan orang-orang sekitar yang berpengaruh bagi individu, tetapi juga ditentukan oleh keinginan untuk mengikuti.

c. *Perceived behavior control* (kontrol perilaku yang dipersepsikan).

Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah persepsi individu terkait sulit tidaknya yang dirasakan dalam melakukan suatu perilaku tertentu. Perilaku tertentu tersebut terkait dengan keyakinan akan tersedia

atau tidaknya sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk mewujudkan perilaku tertentu dengan mencerminkan pengalaman masa lalu serta antisipasi terhadap hambatan dan rintangan (Hatta et al., 2017).

2. Perpindahan Pelanggan (*Customer Switching*)

Perpindahan pelanggan (*customer switching*) merupakan konsumen yang berhenti membeli atau menggunakan suatu jasa tertentu atau berhenti menggunakan suatu perusahaan jasa tertentu secara total (Bolton & Bronkhurst, 1995). Menurut penelitian Keaveney (1995) perpindahan pelanggan merupakan pelanggan yang terus menggunakan suatu kategori layanan, namun berganti dari penyedia jasa yang satu ke penyedia jasa yang lain. Perpindahan pelanggan didefinisikan sebagai pelanggan yang memutuskan untuk berpindah ke penyedia jasa baru (Siswanto et al., 2020). Perilaku perpindahan pelanggan dalam pemasaran produk atau jasa dapat bersifat parsial, yaitu nasabah dapat berpindah ke penyedia jasa yang lain dan juga dapat menggunakan jasa lain tetapi dari penyedia jasa yang lain (Siddiqui, 2011).

Perilaku perpindahan pelanggan banyak memberikan dampak pada sebuah perusahaan. Tentu hal ini menjadi kajian penting bagi sebuah perusahaan karena perilaku berpindahnya pelanggan cukup berpengaruh kuat dalam menimbulkan dampak pada pangsa pasar, skala pendapatan, serta faktor lainnya yang masih berkaitan dengan keunggulan kompetitif. Pelanggan akan cenderung bertindak negatif seperti berpindah bank atau

penyedia layanan jika kinerjanya lebih rendah atau tidak sesuai ekspektasi pelanggan.

Dalam konteks perbankan, masalah perpindahan dan loyalitas pelanggan bank menjadi perhatian utama dalam bisnis perbankan ritel. Pihak bank harus berusaha menciptakan hubungan baik dengan para pelanggan untuk menghindari perilaku perpindahan pelanggan. Dalam literatur pemasaran tradisional, loyalitas pelanggan dan perpindahan pelanggan telah dianggap sebagai dua sisi berlawanan. Namun ilmuwan sosial sudah mulai memisahkan dua konsep yang terkait erat ini, bahwa kedua konsep ini tidaklah berlawanan. Maksudnya, pelanggan dapat saja melakukan perilaku beralih ke penyedia jasa lain meskipun masih merasa loyal kepada penyedia jasa sebelumnya. Dalam menjelaskan konsep perpindahan pelanggan, hanya sedikit studi yang telah meneliti motif di balik perilaku berpindah ini (Siddiqui, 2011).

Penemuan dari penelitian Reichheld (1996) mengungkapkan bahwa perpindahan nasabah dapat mengurangi pendapatan dan keuntungan sebuah perusahaan. Seorang pelanggan yang melakukan perilaku berpindah ini berpotensi akan memberikan informasi negatif kepada individu lain, sehingga hal ini akan merusak citra serta reputasi yang dimiliki bank atau penyedia layanan (Zhang, 2009). Adapun indikator dari perpindahan pelanggan diantaranya yaitu keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru, harga, dan ketidakpuasan pasca konsumsi (Chuang et al., 2016).

3. Masalah Etika (*Ethical Problem*)

Masalah etika adalah kondisi peralihan kritis yang menggambarkan tindakan ilegal, tidak etis, berbahaya, merugikan, atau tindakan lain yang sangat bertentangan dengan norma-norma sosial (Keaveney, 1995). Masalah etika merupakan bagian penting yang perlu diperhatikan, sebab dalam perilaku konsumen menjunjung tinggi norma-norma sosial sehingga perlu dikaji lebih mendalam. Indikator dari masalah etika yaitu perilaku tidak jujur, mengintimidasi, tidak aman dan konflik kepentingan (Keaveney, 1995).

Penyedia jasa yang berperilaku tidak jujur seperti menipu nasabah, membebankan biaya atas layanan yang tidak pernah dilakukan atau memberi saran layanan yang sebenarnya tidak diperlukan oleh nasabah. Kemudian untuk tindakan mengintimidasi sebagai contoh dalam melakukan perilaku yang terlalu agresif, berbicara dengan terlalu keras kepada nasabah, atau mengancam nasabah. Pelanggan dapat merasakan tindakan yang tidak aman ketika identitas yang seharusnya menjadi rahasia yang harus dijaga oleh penyedia layanan justru disampaikan kepada pihak lain tanpa persetujuan dari pelanggan tersebut. Konflik kepentingan yaitu sikap penyedia jasa yang dianggap bertentangan dengan prinsip nasabah seperti menerima gratifikasi atau penyalahgunaan jabatan.

4. Ketidaknyamanan Pelanggan (*Customer Discomfort*)

Ketidaknyamanan merupakan ketidaksenangan pelanggan dalam situasi dan kondisi tertentu yang disebabkan oleh kondisi tersebut

menyimpang dari batas-batas kenyamanan, sehingga akan menimbulkan rasa ketidaknyamanan pelanggan (Keaveney, 1995). Dalam penelitian Colgate & Hedge (2001) serta Gerrard & Cunningham (2004) menyebutkan ketidaknyamanan diklasifikasikan dalam dua jenis, yaitu ketidaknyamanan geografis dan ketidaknyamanan waktu. Ketidaknyamanan geografis terjadi diakibatkan oleh tempat penyedia jasa, kantor cabang ataupun ATM terdekat yang buruk atau terlalu jauh, penutupan atau relokasi cabang. Sedangkan ketidaknyamanan waktu yaitu berkaitan pada antrian yang terlalu panjang dan jam buka atau tutup yang buruk. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan sosialisasi layanan perbankan melalui elektronik seperti *internet banking* atau *phone banking* dan menyediakan lebih banyak ATM yang memadai (Gerrard & Cunningham, 2004).

Tingkat kenyamanan dapat diukur melalui kualitas pelayanan yang baik. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik, maka dapat mengurangi kemungkinan nasabah yang melakukan perilaku berpindah penyedia jasa lain. Indikator dari ketidaknyamanan yaitu lokasi penyedia layanan/jam operasi, waktu tunggu janji temu dan waktu tunggu layanan (Keaveney, 1995).

5. Kegagalan Layanan Inti (*Core Service Failures*)

Kegagalan layanan inti melingkupi seluruh kejadian fatal yang diakibatkan oleh adanya kesalahan atau masalah teknis dengan layanan yang bersangkutan (Keaveney, 1995). Dalam penelitian Al-Eisa & Alhemoud (2009) di Kuwait mengungkapkan bahwa layanan inti pada bank ritel

meliputi layanan yang caranya bekerja sangat cepat dan tepat, suku bunga yang kompetitif, dan jam operasional yang panjang. Sedangkan hasil penelitian Keaveney (1995) mengungkapkan jika kegagalan layanan inti sebagai alasan utama nasabah berpindah dari penyedia layanan.

Penyampaian informasi yang benar dan akurat serta menghindari kesalahan ketika melaksanakan proses transaksi merupakan bentuk dari pencegahan kegagalan layanan inti. Kegagalan layanan inti merupakan salah satu penyebab perpindahan pelanggan, yang mana jika pelanggan mendapat kerugian karena terdapat kekeliruan karyawan. Contoh kegagalan layanan inti yang diterima seorang pelanggan yang terjadi di bidang perbankan seperti debit *double* pada rekening nasabah yang akan dapat berakibat ketidakpuasan nasabah. Contoh lain seperti pelayanan yang lambat yang diberikan pegawai kepada nasabah. Keaveney menyebutkan tiga indikator dalam kegagalan layanan inti, antara lain yaitu seperti kesalahan, kesalahan penagihan, dan bencana layanan.

6. Kebutuhan Mencari Variasi (*Variety Seeking*)

Kebutuhan mencari variasi (*variety seeking*) adalah salah satu aspek yang dapat menjadi penentu sebuah keputusan dalam perilaku peralihan merek maupun layanan oleh seorang pelanggan. Kebutuhan mencari variasi merupakan komitmen kognitif untuk membeli merek yang berbeda karena berbagai alasan seperti memiliki hasrat baru ataupun munculnya rasa bosan terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi sejak lama (Peter & Olson, 2002). Faktor yang mendasari seorang pelanggan dalam mencari variasi

disebabkan timbulnya rasa ingin tahu pada diri pelanggan itu sendiri. Rasa penasaran itulah yang menjadi dasar munculnya tindakan keputusan beralih merek atau jasa.

Kebutuhan mencari variasi dalam suatu kategori produk atau jasa adalah sikap pelanggan yang ingin mencoba merek ataupun jasa yang berbeda dan memenuhi rasa keingintahuannya terhadap merek atau jasa lain, serta hal tersebut berhubungan dengan keinginan untuk mengubah kebiasaan (Fagumi, 2016). Adapun beberapa macam-macam karakteristik pelanggan yang mencari variasi yaitu sebagai berikut: (Schiffman & Kanuk, 2007).

- a. Perilaku pembelian eksploratif (*Exploratory Purchase Behavior*), yaitu berpindah merek agar memperoleh pengalaman baru dan mungkin alternatif yang lebih unggul.
- b. Mengeksplorasi pengalaman orang lain (*Vicarious Exploration*), yaitu seorang pelanggan mencari pengetahuan tentang produk atau jasa yang baru maupun opsi baru yang berbeda dan selanjutnya mencoba menggunakannya.
- c. Inovatif pemakaian (*Use Innovativeness*), yaitu seorang pelanggan yang menggunakan dan mengadaptasi suatu produk melalui pencarian produk yang lebih baru dan memiliki manfaat yang lebih besar (Khasanah & Kuswati, 2013).

Adapun penelitian ini menggunakan beberapa indikator dari kebutuhan mencari variasi diantaranya seperti rasa bosan, keinginan memperoleh pengalaman yang baru, serta rasa penasaran (Fagumi, 2016).

B. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian penelitian terdahulu yang digunakan untuk bahan rujukan dalam meningkatkan informasi yang terdapat diteliti yang dilakukan oleh peneliti. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan perpindahan pelanggan yang dipengaruhi oleh masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, kegagalan layanan int, dan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi.



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

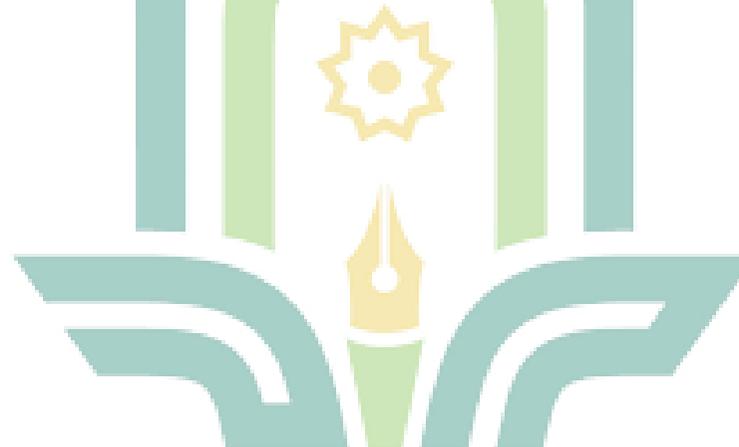
No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	(Marlinda, 2022)	Analisis Perpindahan Konsumen dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2018 UIN FAS Bengkulu)	Hasil penelitian ini menyebutkan etika sangat diperlukan, seperti tidak melakukan deskriminasi di setiap kalangan berdasarkan ras, etnis, atau status kebangsaan. Ketidaknyamanan menjadi salah satu faktor penting penyebab terjadinya perilaku perpindahan, seperti ruang tunggu, kecepatan dalam mengakses serta fasilitas lainnya. Kegagalan jasa inti, pelayanan pada bank syariah lebih unggul dari pada pegawai bank konvensional.	Metode penelitian kualitatif, variabel independen harga, studi kasus pada mahasiswa jurusan perbankan syariah angkatan 2018 UIN FAS Bengkulu	Variabel independen masalah etika, ketidaknyamanan dan kegagalan jasa inti.
2.	(Rizaldi Makmur et al., 2021)	Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah <i>Brand</i>	Faktor yang sangat berpengaruh yaitu ekonomis (biaya) serta ideologis	Variabel independen ekonomis dan ideologis, stimulan	Membahas perpindahan pelanggan dari bank konvensional ke bank

		<i>Switching Bank Konvensional ke Bank Syariah Mandiri Kendari</i>	(syariat Islam). Sedangkan faktor yang paling penting yang dapat memengaruhi perpindahan merek adalah biaya.	<i>marketing</i> (keterjangkauan, mutu layanan, kelompok referensi, promosi, produk)	syariah
3.	(Ghamry & M. Shamma, 2020)	<i>Factors Influencing Customer Switching Behavior in Islamic Banks: Evidence from Kuwait</i>	Hasil dari analisis empiris menyebutkan faktor-faktor yang paling signifikan yang memengaruhi perilaku berpindah nasabah antara lain rasa nyaman dalam layanan, kecakapan layanan, tingkat teknologi dan kepatuhan syariah.	Variabel independen kenyamanan layanan, keandalan layanan, tingkat teknologi dan kepatuhan syariah, dan Lokasi penelitian di Kuwait	Meneliti faktor yang memengaruhi sikap berpindah seorang nasabah.
4.	(Faiza, 2023)	<i>Determinants of Consumers Decision to Switch to Islamic Banking System: a Case Study of Oman</i>	Kualitas interaksi memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan lingkungan fisik dan kualitas hasil tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan berpindah. Kepuasan dan kepercayaan pelanggan berdampak positif pada keputusan berpindah. Agama memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku berpindah. Sedangkan harga serta gengsi sosial tidak memiliki	Variabel dalam penelitian ini meliputi lingkungan fisik, kualitas hasil, kualitas interaksi, kepuasan pelanggan, kepercayaan, harga, agama, dan prestise social.	Meneliti ketetapan nasabah untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah.

			pengaruh.		
5.	(Zhao et al., 2023)	<i>Bank's service failures and bank customer's switching behavior : does bank reputation matter?</i>	Reputasi bank memengaruhi perilaku berpindah nasabah bank secara langsung dan kegagalan layanan bank memengaruhi perilaku berpindah nasabah secara tidak langsung.	Menguji faktor reputasi bank memengaruhi hubungan antara kegagalan layanan dan perilaku berpindah nasabah di industri perbankan Malaysia.	Meneliti mengenai sikap berpindah bank nasabah.
6.	(Hartati & Susanti, 2018)	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi pada CV. MAX-INDO Padang	Kebutuhan mencari variasi memperkuat hubungan antara ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek.	Perbedaan di variabel independen: ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk.	Persamaan variabel moderasi dan variabel dependen.
7.	(Suharseno et al., 2013)	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari	Kebutuhan mencari variasi memoderasi pengaruh ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk.	Variabel independen yaitu ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk.	Variabel moderasi dan variabel dependennya.

		Variasi sebagai Variabel Moderasi			
8.	(Rosi et al., 2012)	Pengaruh Ketidakpuasan dan Iklan Produk Pesaing terhadap Perilaku Brand Switching dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderatingnya (Studi pada Mantan Pengguna Kartu Pra Bayar IM3 di Lingkungan Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro)	Variabel kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi, dapat berperan sebagai jembatan antara variabel promosi produk pesaing dan perilaku perpindahan merek. Sebagai variabel moderasi, variabel kebutuhan mencari variasi dapat berperan sebagai mediator yang memperlemah hubungan antara variabel ketidakpuasan dan variabel perilaku perpindahan merek.	Variabel independen yaitu ketidakpuasan dan iklan produk pesaing.	Membahas mengenai perilaku beralih dan variabel kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi.
9.	(Rahman & Anwar, 2013)	Analisis Faktor Perpindahan Konsumen (<i>Customer Switching</i>) Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Bengkulu	Dari empat faktor yang ada, hanya tiga faktor yang baik yaitu masalah etika, ketidaknyamanan dan kegagalan layanan inti dengan masalah etika menjadi faktor utama yang menentukan perilaku perpindahan pelanggan sebesar 67,731%.	Perbedaan variabel independen yaitu harga.	Membahas mengenai pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan dan kegagalan layanan inti terhadap perilaku berpindah pelanggan.

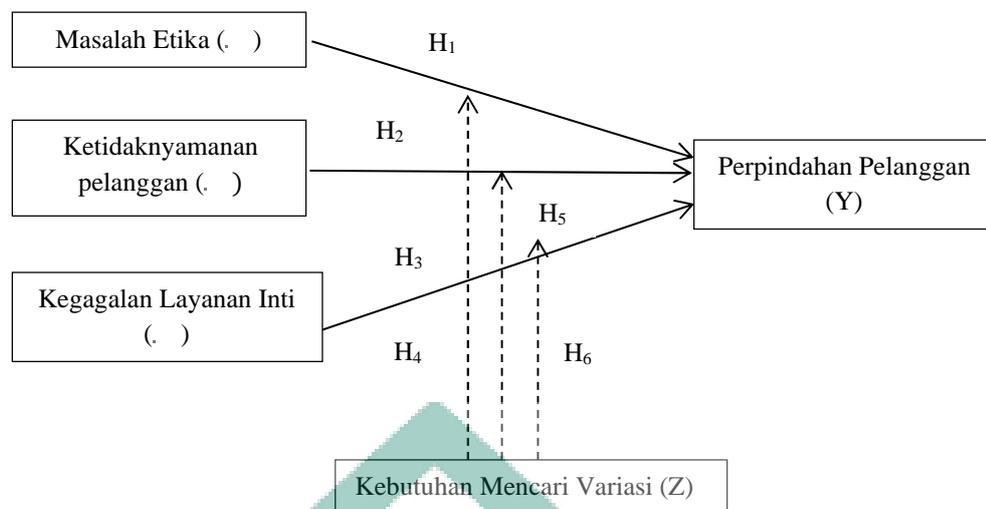
10.	(Hermanita & Hayati, 2022)	<i>Non-Muslim Customer Switching Behavior in Islamic Bank in Indonesia</i>	Terdapat hubungan yang signifikan antara nasabah non-muslim yang beralih ke layanan bank syariah dengan tiga elemen yang paling berpengaruh yaitu harga, keuntungan dan rekomendasi dari nasabah lain. Selain itu ada reputasi, kualitas layanan, promosi, produk, lokasi, dan paksaan.	Variabel independen dan lokasi penelitian.	Membahas mengenai perilaku <i>customer switching</i> bank konvensional ke bank syariah.
-----	----------------------------	--	---	--	---



Kontribusi masing-masing penelitian yang telah dicantumkan adalah dalam rangka sebagai bahan untuk menyusun perpindahan pelanggan yakni terkait dengan kumpulan teori dan referensi, baik yang mendukung atau tidak mendukung penelitian. Adapun beberapa penelitian tersebut ditujukan agar penelitian yang dilakukan menjadi semakin kokoh, karena isi yang terdapat pada masing-masing penelitian dapat dijadikan acuan. Dari beberapa penelitian yang telah dicantumkan dapat diketahui tidak ada yang secara khusus membahas masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, dan kegagalan layanan inti dalam perpindahan pelanggan yang dimoderasi oleh kebutuhan mencari variasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dilakukan tergolong masih baru dan belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini menggambarkan pola hubungan antara variabel yang akan diteliti yaitu independen (X), variabel dependen (Y) dan variabel moderasi (Z). Variabel independen yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2), dan kegagalan layanan inti (X_3). Sedangkan untuk variabel dependen yaitu perpindahan pelanggan (Y) dan variabel moderasi yaitu kebutuhan mencari variasi (Z). Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi dan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi, sedangkan variabel moderasi yaitu yang memengaruhi untuk memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

—————> : Garis regresi

-----> : Garis moderasi

Pada panah H_1 menunjukkan pengaruhnya masalah etika (X_1) terhadap perpindahan pelanggan (Y), panah H_2 menunjukkan pengaruhnya ketidaknyamanan pelanggan (X_2) terhadap perpindahan pelanggan (Y), panah H_3 menunjukkan pengaruhnya kegagalan layanan inti (X_3) terhadap perpindahan pelanggan (Y), panah H_4 menunjukkan kebutuhan mencari variasi (Z) memoderasi hubungan antara masalah etika (X_1) terhadap perpindahan pelanggan (Y), panah H_5 menunjukkan kebutuhan mencari variasi (Z) memoderasi hubungan ketidaknyamanan pelanggan (X_2) terhadap perpindahan pelanggan (Y), dan panah H_6 menunjukkan kebutuhan mencari variasi (Z) memoderasi hubungan kegagalan layanan inti (X_3) terhadap perpindahan pelanggan (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah solusi jangka pendek untuk masalah penelitian yang biasanya ditulis dengan cara yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis dalam sebuah penelitian berfungsi sebagai panduan, karena data yang dikumpulkan terkait dengan variabel yang ditunjukkan dalam hipotesis (Iqbal Hasan, 2002). Berikut ini merupakan hipotesis terkait variabel-variabel pada penelitian ini:

1. Pengaruh Masalah Etika terhadap Perpindahan Pelanggan

Sikap penyedia layanan terhadap pelanggan, yang mana penyedia layanan tidak berperilaku terlalu mengintimidasi pelanggan, selalu jujur, dan melayani dengan baik maka pelanggan akan merasa nyaman dan tidak melakukan perilaku beralih ke penyedia jasa lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Liang et al. (2013) pengaruh masalah etika dapat memengaruhi pelanggan berperilaku beralih layanan. Dalam penelitian Sirait et al. (2016) masalah etika menempati urutan kedua dari delapan faktor yang berpengaruh positif signifikan pada tindakan perpindahan pelanggan. Adapun Juniawan & Kusuma (2017) menyebutkan faktor masalah etika juga berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan yaitu sikap dari *crew* taksi kepada pelanggan. Berdasarkan pembahasan di atas, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Masalah Etika Berpengaruh terhadap Perpindahan Pelanggan

2. Pengaruh Ketidaknyamanan Pelanggan terhadap Perpindahan Pelanggan

Ketidaknyamanan yang dirasakan pelanggan akan membuat pelanggan merasa merugi hingga merasakan tidak nyaman. Ketidaknyamanan tersebut meliputi lokasi penyedia jasa yang tidak strategis dan sulit dijangkau, suasana ruangan, serta waktu pelayanan. Pelanggan akan cenderung memilih sesuatu yang mudah dan praktis dibandingkan dengan yang sulit. Pelanggan yang beralih dari satu produk ke produk lain akan mempertimbangkan seberapa besar usaha ekstra yang diperlukan untuk mendapatkan produk tersebut, di mana usaha tersebut berupa ketidaknyamanan dalam niat beralih yang berupa kendala sulit ditemukan, harga yang mahal, ketersediaan yang rendah, dan sedikitnya pilihan alternatif (Chinnici et al., 2002). Tetapi jika usaha ekstra untuk mendapatkan produk yang dialihkan tidak terlalu berbeda, pelanggan kemungkinan besar akan melakukan perpindahan (Grace & O'Cass, 2001). Pada penelitian Tamon & Tumewu (2019) faktor ketidaknyamanan berpengaruh terhadap perilaku perpindahan pelanggan jasa *internet mobile service provider*. Penelitian Marlinda (2022) ketidaknyamanan menjadi salah satu faktor penting penyebab terjadinya perilaku perpindahan, seperti ruang tunggu, kecepatan dalam mengakses serta fasilitas lainnya. Terkait pembahasan di atas, oleh karenanya peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H_2 : Ketidaknyamanan Pelanggan Berpengaruh terhadap Perpindahan Pelanggan

3. Pengaruh Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan

Kualitas layanan sangat terkait dengan layanan inti dalam suatu layanan, sehingga penyedia layanan harus menjaga kualitas layanan untuk memuaskan pelanggan. Keaveney (1995) mengungkapkan jika kegagalan layanan inti sebagai alasan utama nasabah berpindah dari penyedia layanan. Dalam penelitian Pertiwi (2020) faktor kegagalan layanan inti juga turut andil dalam perilaku perpindahan pelanggan. Hasil penelitian (Wulan Hijriany & Samsiyah Purwaningsih, 2022) menunjukkan bahwa kegagalan layanan inti menjadi faktor tertinggi terhadap perilaku berpindah. Noviana (2017) menyebutkan bahwa faktor kegagalan layanan inti menjadi salah satu faktor utama penyebab perpindahan pelanggan. Terkait uraian di atas, peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H_3 : Kegagalan Layanan Inti Berpengaruh terhadap Perpindahan Pelanggan

4. Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan Pelanggan, dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variasi Moderasi

Peforma produk yang tidak sesuai dengan harapan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2012). Ketidakpuasan tersebut dapat meningkatkan kemungkinan seorang pelanggan akan melakukan perilaku perpindahan. Ketidakpuasan pelanggan dapat muncul akibat dari berbagai faktor yang diantaranya yaitu faktor

masalah etika pada penyedia layanan, ketidaknyamanan pelanggan, serta kegagalan layanan inti. Hal ini diperkuat dengan adanya temuan penelitian oleh Suharseno et al. (2013) menyebutkan ketidakpuasan pelanggan pasca konsumsi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan peralihan merek.

Adapun pelanggan yang mencari kevariasian produk memiliki tujuan guna memperoleh sebuah sikap terhadap produk pada penyedia layanan yang dapat memuaskan rasa penasarannya ataupun sekedar mencoba sesuatu yang baru. Sebenarnya tidak terdapat penelitian yang membahas mengenai pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi, namun penelitian yang dilakukan Ratna (2019) mengemukakan jika kebutuhan mencari keragaman memoderasi variabel ketidakpuasan dalam perpindahan merek. Dalam penelitian Hartati & Susanti (2018) menyebutkan bahwa keinginan akan keragaman dapat memperkuat pengaruh ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek. Selain itu, penelitian (Rosi et al., 2012) menyebutkan bahwa keinginan untuk mencari variasi sebagai variabel moderasi, dapat berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara variabel iklan produk pesaing dengan variabel perilaku perpindahan merek. Terkait uraian tersebut maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H_4 : Kebutuhan Mencari Variasi Memperkuat Masalah Etika terhadap Perpindahan Pelanggan

H_5 : Kebutuhan Mencari Variasi Memperkuat Ketidaknyamanan Pelanggan terhadap Perpindahan Pelanggan

H_6 : Kebutuhan Mencari Variasi Memperkuat Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang pengambilan datanya dilakukan secara langsung di tempat penelitian (Sugiyono, 2018). Selain itu, dalam pengambilan data peneliti juga menyebarkan angket secara tidak langsung atau melalui kuesioner *online* (*google form*). Terdapat faktor independen yang memengaruhi dan variabel dependen yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Adapun memilih jenis penelitian lapangan karena untuk memperoleh data dan informasi yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi.

B. Pendekatan dan Metode Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berfokus pada data-data numerikal (angka) dan alat-alat statistik (Hartono, 2011). Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang konsep, proses, hipotesis, penelitian lapangan, analisis data, dan kesimpulan data, sampai dengan penulisannya menggunakan aspek-aspek pengukuran, perhitungan, rumus, serta kepastian data numerik. Metode penelitian kuantitatif juga diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme yaitu untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011a). Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan tahapan Uji Asumsi Klasik, sehingga menghasilkan model prediksi *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)*.

Adapun untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan sesuai dengan kriteria BLUE, maka langkah pengujian yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, serta Uji Heteroskedastisitas harus dilakukan.

C. Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada pengusaha-pengusaha yang terdapat di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan yang mana telah melakukan perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah pada kurun waktu 2019-2022. Penelitian akan dilakukan dengan cara terjun langsung dan menyebarkan kuisioner penelitian kepada pengusaha (responden).

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau penelitian yang menjadi tujuan sebuah penelitian. Populasi yang ada dalam penelitian ini yakni seluruh pengusaha yang berada di Kecamatan Kajen yang berjumlah 1.190 pengusaha. Data tersebut diperoleh dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Pekalongan. Sampel penelitian pada penelitian pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, dan kegagalan layanan inti

terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi, teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Purposive sampling digunakan dengan tujuan agar sampel mewakili karakteristik demografis yang diinginkan. *Purposive sampling* adalah strategi pengambilan sampel yang digunakan peneliti ketika ada pertimbangan-pertimbangan tertentu pada saat pengambilan sampel (Syafi'i, 2005). Peneliti menentukan *purposive sampling* ini dengan kriteria sampel yaitu sebagai berikut:

1. Pengusaha yang telah melakukan perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah dalam kurun waktu tahun 2019-2022.
2. Pengusaha yang masih memiliki rekening tabungan bank konvensional namun sudah melakukan perilaku perpindahan ke bank syariah.

Dalam menentukan ukuran sampel ini, peneliti menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2011b). Rumus Slovin digunakan karena jumlah populasi diketahui dan dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat disamaratakan dan perhitungannya tidak perlu menggunakan tabel jumlah sampel, akan tetapi dapat menggunakan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Total populasi

e = Toleransi kesalahan

Terdapat dua ketentuan dalam Rumus Slovin untuk menentukan toleransi kesalahan, sebagai berikut:

1. Nilai e = 10% untuk populasi dalam jumlah yang besar.
2. Nilai e = 20% untuk populasi dalam jumlah yang kecil.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pekalongan, maka dapat diketahui jumlah pengusaha yang ada di Kecamatan Kajen berjumlah 1.190 orang. Oleh karena itu, toleransi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 10%. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dapat melalui perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.190}{1 + 1.190(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.190}{12,9}$$

$$n = 92$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Rumus Slovin, didapatkan sampel sebanyak 92 orang dari total pengusaha di Kecamatan Kajen yang melakukan perilaku perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah. Adapun hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan hasil pengujian yang lebih baik.

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat ataupun atribut, objek dan kegiatan yang memiliki variasi khusus dan diputuskan oleh peneliti untuk dipahami dan selanjutnya ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini variabel dibagi menjadi

tiga macam, yakni variabel independen, variabel dependen serta variabel moderasi. Variabel independen yakni variabel yang memengaruhi variabel dependen, variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2) dan kegagalan layanan inti (X_3). Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu perpindahan pelanggan. Adapun variabel moderasi yakni variabel yang memengaruhi untuk memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu kebutuhan mencari variasi. Untuk seluk beluk tambahan, itu dapat diringkas dalam tabel operasional dibawah ini :

Tabel 3.1
Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Masalah Etika	kondisi peralihan kritis yang memanifestasikan perilaku ilegal, tidak etis, berbahaya, merugikan, atau tindakan yang menyimpang lainnya dari norma sosial (Keaveney, 1995)	1) Tidak jujur 2) Mengintimidasi 3) Tidak aman 4) Konflik kepentingan (Keaveney, 1995)	Skala Likert
2.	Ketidaknyamanan Pelanggan	Seluruh kondisi yang fatal di mana pelanggan merasa tidaknyaman dengan tempat penyedia layanan, jam operasional, waktu tunggu untuk layanan, ataupun waktu tunggu untuk mendapatkan janji temu	1) Lokasi penyedia layanan/jam operasi 2) Waktu tunggu janji temu 3) Waktu tunggu layanan (Keaveney, 1995)	Skala Likert

		(Keaveney, 1995)		
3.	Kegagalan Layanan Inti	Kesalahan layanan yang diterima nasabah, berhubungan dengan kesalahan yang konkret (Suryadi, 2020)	1) Kesalahan layanan 2) Kesalahan tagihan/penagihan 3) Bencana pelayanan (Keaveney, 1995)	Skala Likert
4.	Perpindahan Pelanggan	Pelanggan tetap mengkonsumsi sebuah kategori jasa namun berganti penyedia jasa (Keaveney, 1995).	1) Keinginan mencoba sesuatu yang baru 2) Harga 3) Ketidakpuasan pasca konsumsi (Chuang et al., 2016)	Skala Likert
5.	Kebutuhan Mencari Variasi	Kebutuhan mencari variasi adalah komitmen kognitif untuk membeli merek yang berbeda karena berbagai alasan, untuk merasakan keinginan baru, atau mengalami kebosanan dengan produk atau layanan yang telah dikonsumsi dalam waktu yang lama (Peter & Olson, 2002).	1) Rasa bosan 2) Keinginan mendapatkan pengalaman yang baru 3) Rasa penasaran (Fagumi, 2016)	Skala Likert

F. Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang harus diolah agar menghasilkan informasi yang mencerminkan kenyataan (Riduwan, 2004). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan data primer atau disebut juga dengan data utama. Data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner secara langsung maupun kuesioner secara *online* (google form) kepada responden yaitu pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan yang

berpindah dari bank konvensional ke bank syariah ataupun yang mempunyai dua rekening tersebut guna mendapat informasi yang tepat.

G. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner yang terdiri dari urutan pertanyaan atau pernyataan tertulis, dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari responden (Sugiyono, 2017). Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner harus mengikuti kaidah indikator variabel. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, peneliti menyajikan kepada responden berbagai kemungkinan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, dan responden memilih jawaban yang paling sesuai dengan pengetahuannya.

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

No	Symbol	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

H. Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan perangkat lunak statistik, khususnya Microsoft Excel 2010 dan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22, untuk mengolah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, yang kemudian akan diuji dengan teknik analisis data yang sesuai dengan kebutuhan.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk mendapatkan alat ukur yang akurat dan dapat diandalkan. Uji coba ini dilakukan terhadap kuesioner yang akan digunakan untuk menetapkan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian layak atau tidak, guna mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas instrumen.

a. Uji Validitas

Tingkat ketepatan suatu instrumen ditunjukkan oleh validitasnya. Peneliti menyampaikan kuesioner kepada responden, kemudian melakukan analisis untuk menetapkan tingkat validitas (ketepatan) dan reliabilitas (kehandalan) instrumen. Uji coba tersebut dilakukan terhadap responden di luar sampel. Dengan tingkat kesalahan 5%, uji validitas dapat dibandingkan dengan r tabel. Indikator dianggap valid jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif (Ghozali, 2005b).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk menguji konsistensi responden ketika menjawab pertanyaan. Variabel dapat dikatakan reliabel jika memenuhi kriteria berikut:

- i. Suatu pernyataan dianggap reliabel jika r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel.
- ii. Pernyataan dianggap tidak reliabel jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel.
- iii. Reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

iv. Tidak reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6.

Jika variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka dianggap baik (Priyatno, 2013).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan persyaratan analisis regresi berganda yang harus dipenuhi untuk menghindari bias dalam estimasi parameter dan koefisien regresi. Uji Asumsi Klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, hasil Uji Asumsi Klasik dapat dijelaskan berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang berdistribusi normal merupakan model regresi yang layak. Statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* digunakan dalam uji normalitas ini. Uji normalitas menghasilkan besaran statistik dan tingkat kepercayaan. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data sampel terdistribusi secara teratur (Ghozali, 2018a). *Normal Probability Plot* juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal, yaitu dengan melihat dan mendeteksi penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

b. Uji Multikolinieritas

Koefisien korelasi berganda dapat digunakan untuk menentukan multikolinieritas dengan membandingkannya dengan koefisien antar variabel independen. Seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang baik. Nilai *Collinearity Statistics Tolerance* (T) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk menghitung hasil uji ini. Untuk mengidentifikasi adanya multikolinieritas, biasanya digunakan nilai toleransi 0,10 atau nilai VIF 10 (Ghozali, 2005a).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heteroskedastisitas dapat diketahui pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, yaitu ada tidaknya pola tertentu, dengan menggunakan pengambilan keputusan berikut:

- i. Apabila terdapat pola, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- ii. Apabila tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik pada sumbu Y tersebar di atas dan di bawah angka 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018c).

Teknik lain untuk menyempurnakan uji scatterplot adalah dengan melakukan uji park, yang di mana jika variabel independen memiliki nilai tingkat signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi penelitian Ghozali (2018).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan dan kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan diuji menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis* (MRA), digunakan untuk menguji pengaruh variabel moderasi. Berikut adalah persamaan dari analisis regresi linier berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + Z + e$$

Dengan keterangan:

Y : perpindahan pelanggan

X₁ : masalah etika

X₂ : ketidaknyamanan pelanggan

X₃ : kegagalan layanan inti

Z: kebutuhan mencari variasi

β_0 : *Intercept*/konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: koefisien regresi

e : *Error Term* / Variabel Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji Koefisien Determinan (R^2) menggambarkan besarnya kontribusi atau presentasi sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dinyatakan mampu menggambarkan atau berkontribusi terhadap variabel terikat apabila memiliki nilai R^2 mendekati angka 1, begitu pula sebaliknya. Apabila nilai R^2 kecil, maka variabel bebas belum cukup menggambarkan variabel terikat. Dengan Asumsi R^2 mendekati 1, maka variabel bebas mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel terikat. *Adjusted R Square* lebih dipilih untuk dipakai pada penelitian ini dikarenakan variabel bebas lebih dari dua variabel.

b. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui benar atau tidak benarnya hipotesis di dalam penelitian ini. Menurut Ghozali (2021) uji t adalah pengujian data yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas individual terhadap variabel terikat. Dalam hal ini yaitu seberapa jauh pengaruh variabel masalah etika, ketidaknyamanan, dan kegagalan layanan inti secara parsial (terpisah) terhadap variabel perpindahan pelanggan. Adapun kriteria dalam pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut:

- i. Dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima jika t hitung melebihi t tabel atau nilai signifikansi kurang dari probabilitas 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis tersebut benar dan variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

- ii. Hipotesis ditolak jika t hitung lebih kecil dari t tabel atau nilai signifikansi melebihi probabilitas 0,05, menunjukkan bahwa variabel bebas hanya berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

c. *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Moderated Regression Analysis adalah salah satu jenis teknis analisis yang digunakan untuk menguji variabel moderasi. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kebutuhan mencari variasi akan diuji sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan menggunakan uji interaksi, dengan perkalian antara dua atau lebih variabel independen (Ghozali, 2021). Tingkat signifikansi yang pada penelitian ini sebesar 5% (Rahayu, 2010). Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini sebagai berikut:

- i. Hipotesis ditolak apabila hasil dari $t_{hit} > t_{t}$ atau dengan perolehan hasil probabilitas $< 0,05$.
- ii. Hipotesis diterima apabila hasil dari $t_{hit} > t_{t}$ atau dengan perolehan hasil probabilitas $< 0,05$ (Ghozali, 2013).

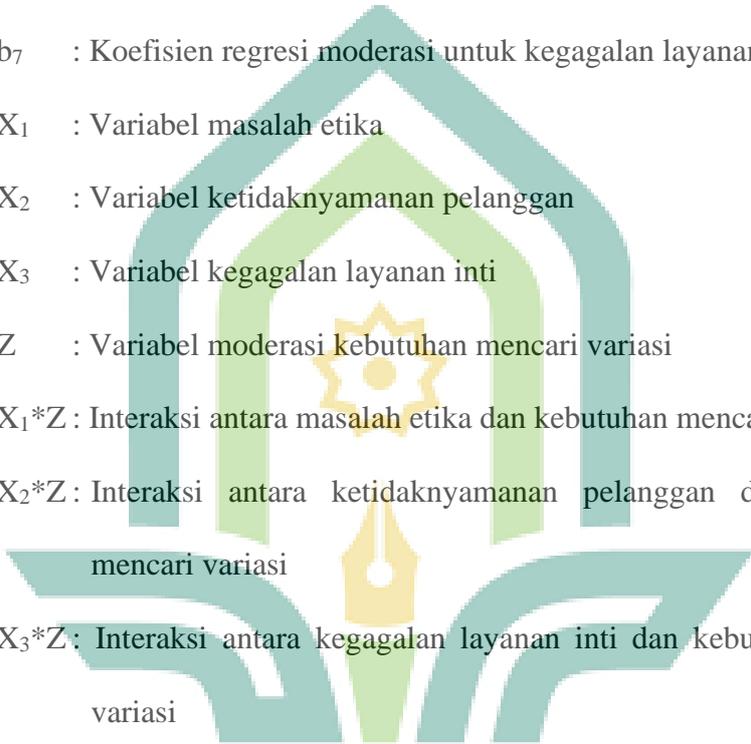
Adapun berikut persamaan yang akan digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4Z + b_5X_1*Z + b_6X_2*Z + b_7X_3*Z + e$$

Keterangan:

Y : Variabel perpindahan pelanggan

a : Konstanta

- b_1 : Koefisien regresi variabel masalah etika
- b_2 : Koefisien regresi variabel ketidaknyamanan pelanggan
- b_3 : Koefisien regresi variabel kegagalan layanan inti
- b_4 : Koefisien moderasi variabel kebutuhan mencari variasi
- b_5 : Koefisien regresi moderasi untuk masalah etika
- b_6 : Koefisien regresi moderasi untuk ketidaknyamanan pelanggan
- b_7 : Koefisien regresi moderasi untuk kegagalan layanan inti
- X_1 : Variabel masalah etika
- X_2 : Variabel ketidaknyamanan pelanggan
- X_3 : Variabel kegagalan layanan inti
- Z : Variabel moderasi kebutuhan mencari variasi
- $X_1 * Z$: Interaksi antara masalah etika dan kebutuhan mencari variasi
- $X_2 * Z$: Interaksi antara ketidaknyamanan pelanggan dan kebutuhan mencari variasi
- $X_3 * Z$: Interaksi antara kegagalan layanan inti dan kebutuhan mencari variasi
- e : Error
- 

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Responden

Responden dari penelitian ini adalah pengusaha di Kecamatan Kajen. Adapun pertanyaan yang ada didalam kuesioner yaitu terdiri dari dua bagian diantaranya pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan mengenai variabel independen yaitu masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2), kegagalan layanan inti (X_3) dan kebutuhan mencari variasi (Z) serta variabel dependen penelitian yaitu perpindahan pelanggan (Y). Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari 69 item pernyataan, dengan jumlah 92 responden yang sudah mengisi angket yang telah disebar. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas semua item dinyatakan valid.

Sebelum dilakukan hasil uji validitas dan reliabilitas, terlebih akan dijelaskan mengenai responden berdasarkan jenis kelamin, jenis usaha dan tahun berpindah ke bank syariah. Penggolongan berbagai jenis responden ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dengan jelas dan detail terkait gambaran responden yang nantinya digunakan sebagai objek penelitian.

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari berbagai macam karakteristik. Berikut karakteristik responden menurut jenis kelamin, usia, jenis usaha dan tahun berpindah ke bank syariah pengusaha di Kecamatan Kajen adalah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berikut merupakan data mengenai jenis kelamin responden pengusaha di Kecamatan Kajen adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	41	44.6	44.6	44.6
	Laki-laki	51	55.4	55.4	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Karakteristik responden berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebanyak 44,6% responden yang berjenis perempuan sedangkan sebanyak 55,4% responden yang berjenis laki-laki.

b. Jenis Usaha

Berikut merupakan data mengenai jenis usaha responden pengusaha di Kecamatan Kajen adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konveksi	17	18.5	18.5	18.5
	Penjahit	8	8.7	8.7	27.2
	Bengkel Las	3	3.3	3.3	30.4
	Toko Baju	9	9.8	9.8	40.2
	Makanan Ringan	9	9.8	9.8	50.0
	Anyaman Bambu	18	19.6	19.6	69.6
	Rice Mill	5	5.4	5.4	75.0
	Meubel	6	6.5	6.5	81.5
	Pembuatan Tempe	5	5.4	5.4	87.0

	Percetakan	4	4.3	4.3	91.3
	Kusen	5	5.4	5.4	96.7
	Rumah Makan	3	3.3	3.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Karakteristik responden berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebanyak 19,6% responden memiliki jenis usaha anyaman bambu, 18,5% responden memiliki usaha konveksi, 9,8% responden memiliki usaha toko baju, 9,8% responden memiliki usaha makanan ringan, 8,7% responden memiliki jenis usaha penjahit, 6,5% responden memiliki usaha meubel, 5,4% responden memiliki usaha *rice mill*, 5,4% responden memiliki usaha pembuatan tempe, 5,4% responden memiliki usaha kusen, 4,3% responden memiliki usaha percetakan, 3,3% responden memiliki usaha bengkel las dan sebanyak 3,3% responden memiliki usaha rumah makan.

c. Tahun Berpindah ke Bank Syariah

Berikut merupakan data mengenai jenis usaha responden pengusaha di Kecamatan Kajen adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan
Tahun Berpindah ke Bank Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2019	29	31.5	31.5	31.5
	2020	26	28.3	28.3	59.8
	2021	18	19.6	19.6	79.3
	2022	19	20.7	20.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Karakteristik responden berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebanyak 31,5% responden berpindah ke bank syariah tahun 2019, sebanyak 28,3% responden berpindah ke bank syariah tahun 2020, sebanyak 20,7% responden berpindah ke bank syariah tahun 2022, sedangkan 19,6% responden berpindah ke bank syariah tahun 2021.

3. Deskripsi Jawaban Responden

Jawaban responden atas kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti, perlu adanya tindak lanjut untuk merangkum dan mengklasifikasikan jawaban tersebut ke dalam beberapa indikator skala penilaian tanpa berusaha menarik generalisasi atau kesimpulan yang umum. Berikut ini merupakan dasar interpretasi skor indikator variabel penelitian.

Tabel 4.4
Dasar Interpretasi Skor Indikator Variabel Penelitian

No	Nilai/Skor	Interpretasi
1	1 - 1,8	Rendah
2	> 1,8 - 2,6	Kurang
3	> 2,6 - 3,4	Cukup
4	> 3,4 - 4,2	Baik/Tinggi
5	> 4,2 - 5,0	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sudjana 2001 dalam Syarif (2018:43)

Berikut ini statistik deskriptif pada masing-masing indikator variabel penelitian:

a. Variabel Masalah Etika

Variabel masalah etika memiliki empat indikator dengan enam belas pernyataan. Setiap indikatornya dibuat empat pernyataan berupa kalimat dan bahasa yang berbeda namun dengan maksud yang sama.

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden Variabel Masalah Etika (X_1)

No	Skor					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
1	0	12	46	34	0	92	3,24
	0%	13%	50%	37%	0%	100%	
2	0	10	47	34	1	92	3,28
	0%	10,9%	51%	37%	1,1%	100%	
3	0	2	36	50	4	92	3,61
	0%	2,2%	39,2%	54,3%	4,3%	100%	
4	0	2	7	46	37	92	4,28
	0%	2,2%	7,6%	50%	40,2%	100%	
5	0	3	40	41	8	92	3,59
	0%	3,3%	43,5%	44,6%	8,6%	100%	
6	0	6	39	42	5	92	3,50
	0%	6,5%	42,4%	45,7%	5,4%	100%	
7	0	3	38	44	7	92	3,60
	0%	3,3%	41,3%	47,8%	7,6%	100%	
8	0	3	19	55	15	92	3,89
	0%	3,3%	20,7%	59,8%	16,2%	100%	
9	0	5	24	44	19	92	3,84
	0%	5,4%	26,1%	47,8%	20,7%	100%	
10	0	1	29	55	7	92	3,74
	0%	1,1%	31,5%	59,8%	7,6%	100%	
11	0	6	20	55	11	92	3,77
	0%	6,5%	21,7%	59,8%	12%	100%	
12	0	1	16	51	24	92	4,07
	0%	1,1%	17,4%	55,4%	26,1%	100%	
13	0	1	17	53	21	92	4,02
	0%	1,1%	18,5%	57,6%	22,8%	100%	
14	0	2	29	49	12	92	3,77
	0%	2,2%	31,5%	53,3%	13%	100%	
15	0	2	35	46	9	92	3,67
	0%	2,2%	38%	50%	9,8%	100%	
16	0	6	26	44	16	92	3,76
	0%	6,5%	28,3%	47,8%	17,4%	100%	
Rata-Rata Total Skor							3,8

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Pernyataan pertama mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah dua belas responden atau 13% memilih tidak setuju, empat puluh enam atau 50% responden memilih netral, sedangkan tiga puluh empat atau 37% responden memilih setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa ketika perilaku pegawai bank konvensional tidak jujur maka hal itu diragukan oleh nasabah, namun juga dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah sepuluh atau 10,9% responden memilih tidak setuju, empat puluh tujuh atau 51% responden memilih netral, tiga puluh empat atau 37% responden memilih setuju, dan satu atau 1,1% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa ketika pegawai bank menyarankan layanan yang sebenarnya tidak diperlukan maka hal itu diragukan oleh nasabah, namun juga dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah dua responden atau 2,2% memilih tidak setuju, tiga puluh enam atau 39,2% responden memilih netral, lima puluh atau 54,3% responden memilih setuju dan empat atau 4,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa ketika pegawai bank konvensional kurang memberikan informasi sesuai fakta maka hal itu menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keempat mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, tujuh atau 7,6% responden memilih netral, empat puluh enam atau 50% responden memilih setuju, dan tiga puluh tujuh atau 40,2% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa kejujuran pegawai bank sangat penting guna meminimalisir perilaku berpindah.

Pernyataan kelima mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah tiga atau 3,3% responden memilih tidak setuju, empat puluh atau 43,5% responden memilih netral, empat puluh satu atau 44,6% memilih setuju, dan delapan atau 8,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang merasa terintimidasi akan menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keenam mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah enam atau 6,5% responden memilih tidak setuju, tiga puluh sembilan atau 42,7% responden memilih netral, empat puluh dua atau 45,7% responden memilih setuju, dan lima atau 5,4% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pegawai bank konvensional yang berbicara terlalu keras dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketujuh mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah tiga atau 3,3% responden memilih tidak setuju, tiga puluh delapan atau 41,3% responden memilih netral, empat puluh empat atau 47,8% responden memilih setuju dan tujuh atau 7,6%

responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang menerima ancaman oleh pegawai bank konvensional apabila telat melakukan transaksi pembayaran atau angsuran dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedelapan mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah tiga atau 3,3% responden memilih tidak setuju, sembilan belas atau 20,7% responden memilih netral, lima puluh lima atau 59,8% responden memilih setuju, dan lima belas atau 16,2% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang tersinggung dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesembilan mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil sejumlah lima atau 5,4% responden memilih tidak setuju, dua puluh empat atau 26,1% responden memilih netral, empat puluh empat atau 47,8% responden memilih setuju, dan sembilan belas atau 20,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa prosedur yang aman dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesepuluh mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, dua puluh sembilan atau 31,5% responden memilih netral, lima puluh lima atau 59,8% responden memilih setuju, dan tujuh atau 7,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa

komitmen yang kuat dalam memperkuat pertahanan dan keamanan *cyber* dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesebelas mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil enam atau 6,5% responden memilih tidak setuju, dua puluh atau 21,7% responden memilih netral, lima puluh lima atau 59,8% responden memilih setuju, sebelas atau 12% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa menjaga kerahasiaan nasabah guna rasa aman dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua belas mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, enam belas atau 17,4% responden memilih netral, lima puluh satu atau 55,4% responden memilih setuju, dan dua puluh empat atau 26,1% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa penyedia jasa yang memiliki tanggungjawab sosial lebih diutamakan oleh nasabah, maka hal ini dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga belas mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, tujuh belas atau 18,5% responden memilih netral, lima puluh tiga atau 57,6% responden memilih setuju, dan dua puluh satu atau 22,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa memiliki kinerja yang objektif merupakan hal yang dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keempat belas mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, dua puluh sembilan atau 31,5% responden memilih netral, empat puluh sembilan atau 53,3% responden memilih setuju, dan dua belas atau 13% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang membeda-bedakan dengan nasabah lain dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kelima belas mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, tiga puluh lima atau 38% responden memilih netral, empat puluh enam atau 50% responden memilih setuju, dan sembilan atau 9,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa memberikan pelayanan yang tidak adil kepada semua nasabah dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keenam belas mengenai variabel masalah etika (X_1) didapatkan hasil enam atau 6,5% responden memilih tidak setuju, dua puluh enam atau 28,3% responden memilih netral, empat puluh empat atau 47,8% responden memilih setuju, dan enam belas atau 17,4% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa kepentingan pribadi yang dapat memengaruhi kualitas kinerja pegawai bank konvensional dapat menyebabkan perilaku berpindah.

Berdasarkan nilai rata-rata total skor variabel masalah etika (X_1) yaitu sebesar 3,8 yang berarti bahwa secara keseluruhan pengusaha di

Kecamatan Kajan memilih berpindah karena masalah etika yang masuk dalam kategori baik atau tinggi. Pernyataan yang paling tinggi yaitu kejujuran pegawai bank dalam setiap transaksi sangat penting untuk mencegah terjadinya perilaku berpindah dengan mean sebesar 4,28.

b. Variabel Ketidaknyamanan Pelanggan

Variabel ketidaknyamanan pelanggan memiliki tiga indikator dengan jumlah empat belas pernyataan. Setiap indikator dibuat beberapa pernyataan berupa kalimat dan bahasa yang berbeda namun dengan maksud yang sama.

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Variabel
Ketidaknyamanan Pelanggan (X_2)

No	Skor					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
1	0	1	0	35	56	92	4,59
	0%	1,1%	0%	38%	60,9%	100%	
2	0	5	24	56	7	92	3,71
	0%	5,4%	26,1%	60,9%	7,6%	100%	
3	0	21	41	28	2	92	3,12
	0%	22,8%	44,6%	30,4%	2,2%	100%	
4	0	0	1	22	69	92	4,74
	0%	0%	1,1%	23,9%	75%	100%	
5	0	0	1	40	51	92	4,54
	0%	0%	1,1%	43,5%	55,4%	100%	
6	0	1	14	57	20	92	4,04
	0%	1,1%	15,2%	62%	21,7%	100%	
7	0	8	28	41	15	92	3,68
	0%	8,7%	30,4%	44,6%	16,3%	100%	
8	0	2	22	46	22	92	3,96
	0%	2,2%	23,9%	50%	23,9%	100%	
9	0	0	0	25	67	92	4,73
	0%	0%	0%	27,2%	72,8%	100%	

10	0	0	1	25	66	92	4,71
	0%	0%	1,1%	27,2%	71,7%	100%	
11	0	0	1	36	55	92	4,59
	0%	0%	1,1%	39,1%	59,8%	100%	
12	0	4	16	54	18	92	3,93
	0%	4,3%	17,4%	58,7%	19,6%	100%	
13	0	0	0	49	43	92	4,47
	0%	0%	0%	53,3%	46,7%	100%	
14	0	9	17	48	18	92	3,82
	0%	9,8%	18,5%	52,2%	19,6%	100%	
Rata-Rata Total Skor							4,2

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pernyataan pertama mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil sejumlah satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, tiga puluh lima atau 38% responden memilih setuju, dan lima puluh enam atau 60,9% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa lokasi penyedia jasa yang mudah dijangkau dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil sejumlah lima atau 5,4% responden memilih tidak setuju, dua puluh empat atau 26,1% responden memilih netral, lima puluh enam atau 60,9% responden memilih setuju, dan tujuh atau 7,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa tempat parkir bank konvensional yang tidak luas dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil dua puluh satu atau 22,8% responden memilih tidak setuju, empat puluh satu atau 44,6% responden memilih netral, dua

puluh delapan atau 30,4% responden memilih setuju, dan dua atau 2,2% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah yang ragu-ragu untuk berpindah karena ruang tunggu pelayanan di bank konvensional kurang luas, bersih dan rapi. Namun karena hal itu, beberapa nasabah memilih untuk berpindah ke bank syariah.

Pernyataan keempat mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih netral, dua puluh dua atau 23,9% responden memilih setuju, dan enam puluh sembilan atau 75% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah memilih penyedia jasa yang memiliki ketepatan jam kerja operasional, hal ini dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kelima mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih netral, empat puluh atau 43,5% responden memilih setuju dan lima puluh satu atau 55,4% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah yang tidak memilih penyedia jasa yang memiliki jam buka atau jam tutup yang buruk. Oleh karena itu, penyedia yang memiliki jam buka atau jam tutup yang buruk dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keenam mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju,

empat belas atau 15,2% responden memilih netral, lima puluh tujuh atau 62% responden memilih setuju, dan dua puluh atau 21,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa ketepatan waktu sesuai yang dijanjikan dalam memberikan pelayanan dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketujuh mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil delapan atau 8,7% responden memilih tidak setuju, dua puluh delapan atau 30,4% responden memilih netral, empat puluh satu atau 44,6% responden memilih setuju, dan lima belas atau 16,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa waktu tunggu janji temu pada bank konvensional terlalu lama, maka hal ini dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedelapan mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, dua puluh dua atau 23,9% responden memilih netral, empat puluh enam atau 50% responden memilih setuju, dan dua puluh dua atau 23,9% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pada bank konvensional dalam memberikan kemudahan untuk dihubungi dan ditemui masih kurang, maka hal ini dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesembilan mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil dua puluh lima atau 27,2% responden memilih setuju dan enam puluh tujuh atau 72,8% responden memilih

sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pegawai bank tidak boleh membatalkan perjanjian yang telah disepakati bersama tanpa alasan yang jelas, maka hal ini dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesepuluh mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih netral, dua puluh lima atau 27,2% responden memilih setuju, dan enam puluh enam atau 71,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa apabila pegawai bank konvensional tidak melaksanakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, maka hal ini dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesebelas mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih netral, tiga puluh enam atau 39,1% responden memilih setuju, dan lima puluh lima atau 59,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa mengantri terlalu lama atau terlalu panjang dapat menyebabkan ketidaknyamanan nasabah, maka hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua belas mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih tidak setuju, enam belas atau 17,4% responden memilih netral, lima puluh empat atau 58,7% responden memilih setuju, dan delapan belas atau 19,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik

kesimpulan bahwa terlalu lama dalam menyediakan layanan yang dijanjikan kepada nasabah dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga belas mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil empat puluh sembilan atau 53,3% responden memilih setuju dan empat puluh tiga atau 46,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa rasa jenuh akibat penundaan pelayanan dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keempat belas mengenai variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) didapatkan hasil sembilan atau 9,8% responden memilih tidak setuju, tujuh belas atau 18,5% responden memilih netral, empat puluh delapan atau 52,2% responden memilih setuju, dan delapan belas atau 19,6% rresponden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa waktu tunggu pelayanan pada bank konvensional terlalu lama, dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Berdasarkan nilai rata-rata total skor variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2) diketahui sebesar 4,2 yang berarti bahwa secara keseluruhan pengusaha di Kecamatan Kajen memilih berpindah karena merasakan ketidaknyamanan yang masuk dalam kategori baik atau tinggi. Pernyataan yang paling tinggi yaitu responden memilih penyedia jasa yang memiliki ketepatan jam kerja operasional dengan mean sebesar 4,74.

c. Kegagalan Layanan Inti

Variabel kegagalan layanan inti memiliki tiga indikator dengan jumlah empat belas pernyataan. Setiap indikator dibuat beberapa pernyataan berupa kalimat dan bahasa yang berbeda namun dengan maksud yang sama.

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kegagalan Layanan Inti (X_3)

No	Skor					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
1	0	1	1	38	52	92	4,53
	0%	1,1%	1,1%	41,3%	56,5%	100%	
2	0	6	16	46	24	92	3,96
	0%	6,5%	17,4%	50%	26,1%	100%	
3	0	23	33	17	19	92	3,35
	0%	25%	35,9%	18,5%	20,7%	100%	
4	0	32	26	16	18	92	3,22
	0%	34,8%	28,3%	17,4%	19,6%	100%	
5	0	3	13	46	30	92	4,12
	0%	3,3%	14,1%	50%	32,6%	100%	
6	0	1	16	48	27	92	4,10
	0%	1,1%	17,4%	52,2%	29,3%	100%	
7	0	11	33	38	10	92	3,51
	0%	12%	35,9%	41,3%	10,9%	100%	
8	0	30	27	18	17	92	3,24
	0%	32,6%	29,3%	19,6%	18,5%	100%	
9	0	5	27	43	17	92	3,78
	0%	5,4%	29,3%	46,7%	18,5%	100%	
10	0	0	4	49	39	92	4,38
	0%	0%	4,3%	53,3%	42,4%	100%	
11	0	7	15	44	26	92	3,97
	0%	7,6%	16,3%	47,8%	28,3%	100%	
12	0	0	2	32	58	92	4,61
	0%	0%	2,2%	34,8%	63%	100%	
13	0	7	29	33	23	92	3,78

	0%	7,6%	31,5%	35,9%	25%	100%	
14	0	7	24	43	18	92	3,78
	0%	7,6%	26,1%	46,7%	19,6%	100%	
Rata-Rata Total Skor							3,9

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pernyataan pertama mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, satu atau 1,1% responden memilih netral, tiga puluh delapan atau 41,3% responden memilih setuju, dan lima puluh dua atau 56,5% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa keterlambatan layanan yang tidak beralasan menyebabkan nasabah kecewa, maka hal ini dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil enam atau 6,5% responden memilih tidak setuju, enam belas atau 17,4% responden memilih netral, empat puluh enam atau 50% responden memilih setuju, dua puluh empat atau 26,1% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa respon negatif atas keluhan nasabah dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil dua puluh tiga atau 25% responden memilih tidak setuju, tiga puluh tiga atau 35,9% responden memilih netral, tujuh belas atau 18,5% responden memilih setuju, dan sembilan belas atau 20,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah meragukan jika pegawai bank konvensional tidak

menguasai produk-produk yang ada, namun dapat membuat beberapa nasabah melakukan perilaku berpindah.

Pernyataan keempat mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil tiga puluh dua atau 34,8% responden memilih tidak setuju, dua puluh enam atau 28,3% responden memilih netral, enam belas atau 17,4% responden memilih setuju, dan delapan belas atau 19,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa bank konvensional memberikan pengawasan terhadap setiap produk jasa perbankan, hal ini dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kelima mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil tiga atau 3,3% responden memilih tidak setuju, tiga belas atau 14,1% responden memilih netral, empat puluh enam atau 50% responden memilih setuju, dan tiga puluh atau 32,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa sikap kurang tanggap pegawai bank konvensional dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keenam mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, enam belas atau 17,4% responden memilih netral, empat puluh delapan atau 52,2% responden memilih setuju, dua puluh tujuh atau 29,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pegawai

bank konvensional yang tidak bertindak tegas dalam menangani suatu permasalahan dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketujuh mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil sebelas atau 12% responden memilih tidak setuju, tiga puluh tiga atau 35,9% responden memilih netral, tiga puluh delapan atau 41,3% responden memilih setuju, dan sepuluh atau 10,9% memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa kekeliruan dalam pencatatan dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedelapan mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil tiga puluh atau 32,6% responden memilih tidak setuju, dua puluh tujuh atau 29,3% responden memilih netral, delapan belas atau 19,6% responden memilih setuju, dan tujuh belas atau 18,5% memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pegawai bank konvensional tidak melakukan kelalaian yang menyebabkan kerugian nasabah, maka hal ini dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesembilan mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil lima atau 5,4% responden memilih tidak setuju, dua puluh tujuh atau 29,3% responden memilih netral, empat puluh tiga atau 46,7% responden memilih setuju, dan tujuh belas atau 18,5% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa daya tanggap lemah dalam melayani nasabah dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesepuluh mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih netral, empat puluh sembilan atau 53,3% responden memilih setuju, dan tiga puluh sembilan atau 42,4% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pegawai bank yang kurang memahami kebutuhan nasabah dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kesebelas mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil tujuh atau 7,6% responden memilih tidak setuju, lima belas atau 16,3% responden memilih netral, empat puluh empat atau 47,8% responden memilih setuju, dan dua puluh enam atau 28,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang kurang akurat dan memuaskan dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua belas mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih netral, tiga puluh dua atau 34,8% responden memilih setuju, dan lima puluh delapan atau 63% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa kesenjangan antara jasa yang diharapkan dengan yang dialami dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga belas mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil tujuh atau 7,6% responden memilih tidak setuju, dua puluh sembilan atau 31,5% responden memilih netral, tiga puluh tiga atau 35,9% responden memilih setuju, dan dua puluh tiga atau 25,0% responden memilih sangat setuju.

responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa kerumitan dalam menabung, melakukan pinjaman atau transaksi lainnya, hal ini dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keempat belas mengenai variabel kegagalan layanan inti (X_3) didapatkan hasil tujuh atau 7,6% responden memilih tidak setuju, dua puluh empat atau 26,1% responden memilih netral, empat puluh tiga atau 46,7% responden memilih setuju, dan delapan belas atau 19,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa sistem penyampaian jasa yang kurang baik dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Berdasarkan nilai rata-rata total skor variabel kegagalan layanan inti (X_3) diketahui sebesar 3,9 yang berarti bahwa secara keseluruhan pengusaha di Kecamatan Kajen memilih berpindah karena merasakan ketidaknyamanan yang masuk dalam kategori baik atau tinggi. Pernyataan yang paling tinggi yaitu responden berpindah karena terdapat kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan dengan mean sebesar 4,61.

d. Kebutuhan Mencari Variasi

Variabel kebutuhan mencari variasi memiliki tiga indikator dengan jumlah sepuluh pernyataan. Setiap indikator dibuat beberapa pernyataan berupa kalimat dan bahasa yang berbeda namun dengan maksud yang sama.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (Z)

No	Skor					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
1	0	4	18	41	29	92	4,03
	0%	4,3%	19,6%	44,6%	31,5%	100%	
2	0	28	23	32	9	92	3,24
	0%	30,4%	25%	34,8%	9,8%	100%	
3	0	6	21	50	15	92	3,80
	0%	6,5%	22,8%	54,3%	16,3%	100%	
4	0	0	8	41	43	92	4,38
	0%	0%	8,7%	44,6%	46,7%	100%	
5	0	0	7	35	50	92	4,47
	0%	0%	7,6%	38%	54,3%	100%	
6	0	6	25	52	9	92	3,70
	0%	6,5%	27,2%	56,5%	9,8%	100%	
7	0	1	18	44	29	92	4,10
	0%	1,1%	19,6%	47,8%	31,5%	100%	
8	0	0	8	49	35	92	4,29
	0%	0%	8,7%	53,3%	38%	100%	
9	0	2	19	62	9	92	3,85
	0%	2,2%	20,7%	67,4%	9,8%	100%	
10	0	4	25	49	14	92	3,79
	0%	4,3%	27,2%	53,3%	15,2%	100%	
Rata-Rata Total Skor							4,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pernyataan pertama mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih tidak setuju, delapan belas atau 19,6% responden memilih netral, empat puluh satu atau 44,6% responden memilih setuju, dan dua puluh sembilan atau 31,5% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa rasa bosan terhadap produk dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedua mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil dua puluh delapan atau 30,4% responden memilih tidak setuju, dua puluh tiga atau 25% responden memilih netral, tiga puluh dua atau 34,8% responden memilih setuju, dan sembilan atau 9,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa tidak ada gairah untuk melakukan pembelian ulang pada produk bank konvensional, hal ini dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan ketiga mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil enam atau 6,5% responden memilih tidak setuju, dua puluh satu atau 22,8% responden memilih netral, lima puluh atau 54,3% responden memilih setuju dan lima belas atau 16,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat inovasi pada suatu produk dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keempat mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil delapan atau 8,7% responden memilih netral, empat puluh satu atau 44,6% responden memilih setuju, dan empat puluh tiga atau 46,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang baru dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kelima mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil tujuh atau 7,6% responden memilih netral, tiga puluh lima atau 38% responden memilih setuju, dan lima puluh atau

54,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa produk yang tidak mengalami pembaharuan dapat menyebabkan terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan keenam mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil enam atau 6,5% responden memilih tidak setuju, dua puluh lima atau 27,2% responden memilih netral, lima puluh dua atau 56,5% responden memilih setuju, dan sembilan atau 9,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa timbulnya keinginan baru pada produk yang telah lama digunakan, maka hal ini dapat menyebabkan perilaku berpindah.

Pernyataan ketujuh mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, delapan belas atau 19,6% responden memilih netral, empat puluh empat atau 47,8% responden memilih setuju, dan dua puluh sembilan atau 31,5% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang seringkali ingin tahu mengenai produk dan layanan pada bank syariah, hal ini dapat menyebabkan perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah.

Pernyataan kedelapan mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil delapan atau 8,7% responden memilih netral, empat puluh sembilan atau 53,3% responden memilih setuju dan tiga puluh lima atau 38% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang memiliki rasa penasaran terhadap

produk dan layanan bank syariah, maka hal ini dapat menyebabkan perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah.

Pernyataan kesembilan mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, sembilan belas atau 20,7% responden memilih netral, enam puluh dua atau 67,4% responden memilih setuju, dan sembilan atau 9,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang aktif mencari saran atau rekomendasi dari orang lain mengenai produk dan jasa bank syariah, hal ini dapat menyebabkan perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah.

Pernyataan kesepuluh mengenai variabel kebutuhan mencari variasi (Z) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih tidak setuju, dua puluh lima atau 27,2% responden memilih netral, empat puluh sembilan atau 53,3% responden memilih setuju, dan empat belas atau 15,2% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa nasabah yang aktif mengunjungi situs *website* bank syariah untuk mengetahui *review* dari orang lain, hal ini dapat menyebabkan perilaku berpindah dari bank konvensional ke bank syariah.

Berdasarkan nilai rata-rata total skor variabel kebutuhan mencari variasi (Z) diketahui sebesar 4,0 yang berarti bahwa secara keseluruhan pengusaha di Kecamatan Kajen memilih berpindah karena memiliki kesadaran mengenai kebutuhan mencari variasi yang masuk dalam

kategori baik atau tinggi. Pernyataan yang paling tinggi yaitu responden menginginkan menggunakan produk yang mengalami pembaharuan untuk mencegah terjadinya perpindahan pelanggan dengan mean sebesar 4,47.

e. Perpindahan Pelanggan

Variabel perpindahan pelanggan memiliki tiga indikator dengan jumlah lima belas pernyataan. Setiap indikator dibuat beberapa pernyataan berupa kalimat dan bahasa yang berbeda namun dengan maksud yang sama.

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Variabel Perpindahan Pelanggan (Y)

No	Skor					Total	Mean
	STS	TS	N	S	SS		
1	0	4	14	52	22	92	4,00
	0%	4,3%	15,2%	56,5%	23,9%	100%	
2	0	1	10	34	47	92	4,38
	0%	1,1%	10,9%	37%	51,1%	100%	
3	0	15	40	30	7	92	3,32
	0%	16,3%	43,5%	32,6%	7,6%	100%	
4	0	2	12	51	27	92	4,12
	0%	2,2%	13%	55,4%	29,3%	100%	
5	0	0	6	41	45	92	4,42
	0%	0%	6,5%	44,6%	48,9%	100%	
6	0	0	13	48	31	92	4,20
	0%	0%	14,1%	52,2%	33,7%	100%	
7	0	0	9	44	39	92	4,33
	0%	0%	9,8%	47,8%	42,4%	100%	
8	0	1	7	51	33	92	3,26
	0%	1,1%	7,6%	55,4%	35,9%	100%	
9	0	17	31	31	13	92	3,43
	0%	18,5%	33,7%	33,7%	14,1%	100%	

10	0	16	22	40	14	92	3,57
	0%	17,4%	23,9%	43,5%	15,2%	100%	
11	0	4	26	41	21	92	3,86
	0%	4,3%	28,3%	44,6%	22,8%	100%	
12	0	2	7	48	35	92	4,26
	0%	2,2%	7,6%	52,2%	38%	100%	
13	0	21	40	25	6	92	3,17
	0%	22,8%	43,5%	27,2%	6,5%	100%	
14	0	2	27	56	7	92	3,74
	0%	2,2%	29,3%	60,9%	7,6%	100%	
15	0	4	21	49	18	92	3,9
	0%	4,3%	22,8%	53,3%	19,6%	100%	
Rata-Rata Total Skor							

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pernyataan pertama mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih tidak setuju, empat belas atau 15,2% responden memilih netral, lima puluh dua atau 56,5% responden memilih setuju, dan dua puluh dua atau 23,9% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah melakukan perilaku berpindah karena memiliki keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru.

Pernyataan kedua mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, sepuluh atau 10,9% responden memilih netral, tiga puluh empat atau 37% responden memilih setuju, dan empat puluh tujuh atau 51,1% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah melakukan perilaku berpindah karena mencari produk yang lebih baik.

Pernyataan ketiga mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil lima belas atau 16,3% responden memilih tidak setuju, empat puluh atau 43,5% responden memilih netral, tiga puluh atau 32,6% responden memilih setuju, dan tujuh atau 7,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah merasa ragu-ragu untuk melakukan berpindah ketika merasa jenuh terhadap produk pada bank konvensional, namun beberapa nasabah memilih berpindah ke bank syariah ketika merasa jenuh.

Pernyataan keempat mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, dua belas atau 13% responden memilih netral, lima puluh satu atau 55,4% responden memilih setuju, dan dua puluh tujuh atau 29,3% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah melakukan perilaku berpindah karena memiliki kesadaran akan kebutuhan variatif.

Pernyataan kelima mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil enam atau 6,5% responden memilih netral, empat puluh satu atau 44,6% responden memilih setuju, dan empat puluh lima atau 48,9% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah melakukan perilaku berpindah karena memiliki keinginan akan produk dengan teknologi yang lebih tinggi dan terbaru.

Pernyataan keenam mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil tiga belas atau 14,1% responden memilih netral, empat puluh delapan atau 52,2% responden memilih setuju, dan tiga puluh satu atau 33,7% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah melakukan perilaku berpindah karena terdapat produk bank syariah yang biaya administrasinya terjangkau.

Pernyataan ketujuh mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil sembilan atau 9,8% responden memilih netral, empat puluh empat atau 47,8% responden memilih setuju, dan tiga puluh sembilan atau 42,4% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah mendapatkan kepuasan yang setimpal dengan biaya yang mereka keluarkan untuk mendapatkan suatu produk dan pelayanan, hal ini dapat meminimalisir terjadinya perilaku berpindah.

Pernyataan kedelapan mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil satu atau 1,1% responden memilih tidak setuju, tujuh atau 7,6% responden memilih netral, lima puluh satu atau 55,4% responden memilih setuju, dan tiga puluh tiga atau 35,9% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah merasa kesesuaian harga dan manfaat yang didapat pada produk bank syariah, hal ini menyebabkan perilaku berpindah nasabah dari bank konvensional ke bank syariah.

Pernyataan kesembilan mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil tujuh belas atau 18,5% responden memilih tidak setuju, tiga puluh satu atau 33,7% responden memilih netral, tiga puluh satu atau 33,7% responden memilih setuju, dan tiga belas atau 14,1% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah berpindah karena terdapat biaya tambahan untuk penangguhan angsuran pada bank konvensional.

Pernyataan kesepuluh mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil enam belas atau 17,4% responden memilih tidak setuju, dua puluh dua atau 23,9% responden memilih netral, empat puluh atau 43,5% responden memilih setuju, dan empat belas atau 15,2% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah berpindah karena penurunan kinerja pada bank konvensional.

Pernyataan kesebelas mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih tidak setuju, dua puluh enam atau 28,3% responden memilih netral, empat puluh satu atau 44,6% responden memilih setuju, dan dua puluh satu atau 22,8% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah berpindah karena ketidakpuasan setelah membeli produk bank konvensional.

Pernyataan kedua belas mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, tujuh

atau 7,6% responden memilih netral, empat puluh delapan atau 52,2% responden memilih setuju, dan tiga puluh lima atau 38% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah berpindah karena mendapatkan pelayanan yang tidak memuaskan atau mengecewakan pada bank konvensional.

Pernyataan ketiga belas mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil dua puluh satu atau 22,8% responden memilih tidak setuju, empat puluh atau 43,5% responden memilih netral, dua puluh lima atau 27,2% responden memilih setuju, dan enam atau 6,5% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah melakukan pembelian ulang pada produk bank nasabah, namun beberapa nasabah sudah tidak ingin melakukan pembelian ulang.

Pernyataan keempat belas mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil dua atau 2,2% responden memilih tidak setuju, dua puluh tujuh atau 29,3% responden memilih netral, lima puluh enam atau 60,9% responden memilih setuju, dan tujuh atau 7,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah berpindah karena merasa ketidaknyamanan dalam menggunakan produk bank konvensional.

Pernyataan kelima belas mengenai variabel perpindahan pelanggan (Y) didapatkan hasil empat atau 4,3% responden memilih tidak setuju, dua puluh satu atau 22,8% rresponden memilih netral, empat puluh

sembilan atau 53,3% responden memilih setuju, dan delapan belas atau 19,6% responden memilih sangat setuju. memilih setuju, dan tujuh atau 7,6% responden memilih sangat setuju. Sehingga bila ditarik kesimpulan bahwa banyak nasabah berpindah karena merasa produk pada bank konvensional tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan nilai rata-rata total skor variabel perpindahan pelanggan (Y) diketahui sebesar 3,9 yang berarti bahwa secara keseluruhan perpindahan nasabah yang masuk dalam kategori baik atau tinggi. Pernyataan yang paling tinggi yaitu responden berpindah karena memiliki keinginan akan produk-produk dengan teknologi yang lebih tinggi dan terbaru dengan mean sebesar 4,42.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas membahas mengenai sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur suatu instrumen. Instrumen dapat dinilai valid saat dapat mengungkap data dari variabel secara tepat dan tidak menyimpang dari keadaan sebenarnya. Pengukuran validitas adalah dengan menentukan besarnya r tabel dengan ketentuan $df = N-2$, pada kasus penelitian ini $df = 92-2 = 90$, dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka diperoleh r tabel sebesar 0,1726. Hasil dari pengujian validitas instrumen secara rinci disajikan pada rekapitulasi tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_h	r_t	Keterangan
Masalah Etika (X_1)	1	0,224	0,1726	VALID
	2	0,298	0,1726	VALID
	3	0,316	0,1726	VALID
	4	0,354	0,1726	VALID
	5	0,451	0,1726	VALID
	6	0,382	0,1726	VALID
	7	0,467	0,1726	VALID
	8	0,272	0,1726	VALID
	9	0,241	0,1726	VALID
	10	0,397	0,1726	VALID
	11	0,342	0,1726	VALID
	12	0,292	0,1726	VALID
	13	0,300	0,1726	VALID
	14	0,365	0,1726	VALID
	15	0,353	0,1726	VALID
	16	0,322	0,1726	VALID
Ketidaknyamanan Pelanggan (X_2)	1	0,483	0,1726	VALID
	2	0,369	0,1726	VALID
	3	0,516	0,1726	VALID
	4	0,265	0,1726	VALID
	5	0,522	0,1726	VALID
	6	0,285	0,1726	VALID
	7	0,379	0,1726	VALID
	8	0,451	0,1726	VALID
	9	0,267	0,1726	VALID
	10	0,269	0,1726	VALID
	11	0,424	0,1726	VALID
	12	0,442	0,1726	VALID
	13	0,481	0,1726	VALID
	14	0,536	0,1726	VALID
Kegagalan Layanan Inti (X_3)	1	0,325	0,1726	VALID
	2	0,490	0,1726	VALID
	3	0,576	0,1726	VALID
	4	0,423	0,1726	VALID
	5	0,227	0,1726	VALID
	6	0,402	0,1726	VALID

	7	0,379	0,1726	VALID
	8	0,524	0,1726	VALID
	9	0,297	0,1726	VALID
	10	0,334	0,1726	VALID
	11	0,365	0,1726	VALID
	12	0,293	0,1726	VALID
	13	0,383	0,1726	VALID
	14	0,569	0,1726	VALID
Kebutuhan Mencari Variasi (Z)	1	0,489	0,1726	VALID
	2	0,503	0,1726	VALID
	3	0,523	0,1726	VALID
	4	0,435	0,1726	VALID
	5	0,519	0,1726	VALID
	6	0,461	0,1726	VALID
	7	0,479	0,1726	VALID
	8	0,547	0,1726	VALID
	9	0,426	0,1726	VALID
	10	0,461	0,1726	VALID
Perpindahan Pelanggan (Y)	1	0,372	0,1726	VALID
	2	0,234	0,1726	VALID
	3	0,512	0,1726	VALID
	4	0,273	0,1726	VALID
	5	0,331	0,1726	VALID
	6	0,444	0,1726	VALID
	7	0,411	0,1726	VALID
	8	0,442	0,1726	VALID
	9	0,388	0,1726	VALID
	10	0,505	0,1726	VALID
	11	0,469	0,1726	VALID
	12	0,399	0,1726	VALID
	13	0,434	0,1726	VALID
	14	0,449	0,1726	VALID
	15	0,335	0,1726	VALID

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item instrumen penelitian yang ada pada variabel masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2), kegagalan layanan inti (X_3), kebutuhan mencari variasi (Z), dan perpindahan pelanggan (Y)

dinyatakan valid karena nilai $r_{hit} > r_{tt}$, sehingga seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan layak untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya atau diandalkan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Kriteria dari suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila koefisien alpha lebih tinggi dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas secara rinci disajikan pada rekapitulasi tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Masalah Etika (X_1)	0,651	0,60	Reliabel
Ketidaknyamanan Pelanggan (X_2)	0,613	0,60	Reliabel
Kegagalan Layanan Inti (X_3)	0,610	0,60	Reliabel
Kebutuhan Mencari Variasi (Z)	0,622	0,60	Reliabel
Perpindahan Pelanggan (Y)	0,630	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan item dari instrumen penelitian yang ada pada variabel masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2), kegagalan layanan inti (X_3), kebutuhan mencari variasi (Z), dan perpindahan pelanggan (Y)

dinyatakan reliabel karena nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga seluruh item yang ada pada instrumen penelitian ini dikatakan layak untuk pengujian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan tes *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1.42505093
Most Extreme Differences	Absolute	0.054
	Positive	0.054
	Negative	-0.04
Test Statistic		0.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai sig = 0,200 $> 0,05$, maka

hipotesis diterima, artinya variabel *unstandardized* berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi berkorelasi, karena tidak ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi yang baik. Jika nilai $\text{tolerance} > 10\%$ dan nilai $\text{VIF} < 10$, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi adanya multikolinieritas antarvariabel bebas dalam model regresi. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Tolerance	VIF
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-26.582	9.780			
	Masalah Etika	15.566	2.980	.352	.100	9.976
	Ketidaknyamanan	.170	.041	.233	.143	6.981
	Kegagalan Layanan Inti	.186	.022	.402	.202	4.941
	Kebutuhan Mencari Variasi	.045	.019	.060	.741	1.349

a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan

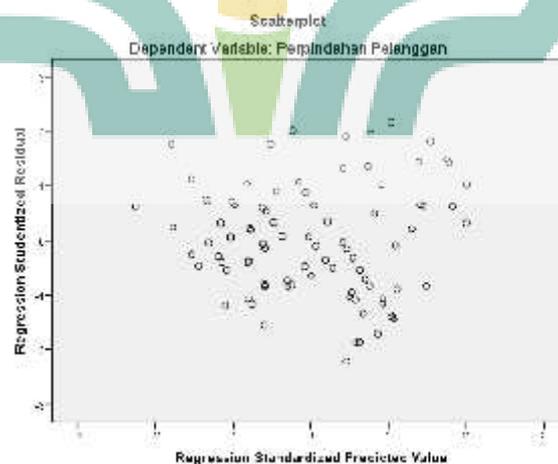
Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa pada variabel masalah etika mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,100, variabel ketidaknyamanan pelanggan mempunyai nilai *tolerance* 0,143, variabel kegagalan layanan inti mempunyai nilai *tolerance* 0,202, dan variabel kebutuhan mencari variasi mempunyai nilai *tolerance* 0,741. Adapun nilai tersebut $> 0,10$ atau 10% sehingga pada persamaan ini terbukti tidak terjadi masalah

multikolinieritas. Selain dilihat dari nilai *tolerance*, pengujian multikolinieritas juga dapat dilihat pada nilai VIF. Nilai VIF pada variabel masalah etika sebesar 9,976, nilai VIF pada variabel ketidaknyamanan pelanggan sebesar 6,981, nilai VIF pada variabel kegagalan layanan inti sebesar 4,941, dan nilai VIF pada variabel kebutuhan mencari variasi sebesar 1,349. Nilai tersebut < 10 yang artinya bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada persamaan ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah model regresi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain terjadi ketidaksamaan *variance* atau tidak. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Adapun hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1
Grafik Scatterplot

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul disalah satu garis atau tempat. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-26.582	9.78		-2.718	0.008
	Masalah Etika	15.566	2.98	0.352	5.223	0
	Ketidaknyamanan	0.17	0.041	0.233	4.133	0
	Kegagalan Layanan Inti	0.186	0.022	0.402	8.483	0
	Kebutuhan Mencari Variasi	0.045	0.019	0.06	2.415	0.018

a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan persamaan regresi linierr berganda di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = -26,582 + 15,566X_1 + 0,17X_2 + 0,186X_3 + 0,045X_4 + e$$

Berdasarkan perhitungan persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat disimpulkan:

- a. Nilai konstanta sebesar $-26,582$, menunjukkan bahwa jika variabel masalah etika, ketidaknyamanan, kegagalan layanan inti dan kebutuhan mencari variasi bernilai 0% , maka nilai perpindahan pelanggan adalah $-26,582$.
- b. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel masalah etika sebesar $15,566$ berarti apabila masalah etika meningkat sebesar 1% , maka perpindahan pelanggan akan meningkat sebesar $15,566$ dengan asumsi variabel independen yang lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel ketidaknyamanan pelanggan sebesar $0,17$ berarti apabila ketidaknyamanan pelanggan meningkat sebesar 1% , maka perpindahan pelanggan akan meningkat sebesar $0,17$ dengan asumsi variabel independen yang lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- d. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel kegagalan layanan inti sebesar $0,186$ berarti apabila kegagalan layanan inti meningkat sebesar 1% , maka perpindahan pelanggan akan meningkat sebesar $0,186$ dengan asumsi variabel independen yang lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- e. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel kebutuhan mencari variasi sebesar $0,045$ berarti apabila kebutuhan mencari variasi meningkat

sebesar 1%, maka perpindahan pelanggan akan meningkat sebesar 0,045 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dinyatakan sebagai koefisien determinasi. Artinya, sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen ditentukan oleh koefisien determinasi. Nilai *Adjusted R Square* untuk menentukan nilai koefisien determinasi. Hasil *output* dari SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.599	.572	2.51366
a. Predictors: (Constant), Kegagalan Layanan Inti, Ketidaknyamanan, Masalah Etika				
b. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan				

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,572 atau 57,2% menunjukkan bahwa variabel masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2), kegagalan layanan inti (X_3) dan memberikan kontribusi terhadap perpindahan pelanggan (Y) sebesar 57,2%. Sedangkan sisanya

sebesar 42,8% dipengaruhi oleh sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	0.807	0.798	1.457
a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Mencari Variasi, Kegagalan Layanan Inti, Ketidaknyamanan, Masalah Etika				
b. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan				

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,798 atau 79,8% menunjukkan bahwa variabel masalah etika (X_1), ketidaknyamanan pelanggan (X_2), kegagalan layanan inti (X_3) dan kebutuhan mencari variasi (Z) memberikan kontribusi terhadap perpindahan pelanggan (Y) sebesar 79,8%. Sedangkan sisanya sebesar 20,2% dipengaruhi oleh sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun dari hasil di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya variabel moderasi dapat meningkatkan nilai *Adjusted R Square* dari 0,572 atau 57,2% menjadi 0,798 atau 79,8%.

b. Uji Parsial (t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara individu/parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara signifikan atau tidak. Berdasarkan hasil perhitungan

didapat nilai t tabel sebesar 1,98729 dengan $df = n - k = 92 - 4$ sebesar 88 dan taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.434	1.197		17.905	.000
	Masalah Etika	.317	.050	.425	6.290	.000
	Ketidaknyamanan	.153	.042	.209	3.628	.000
	Kegagalan Layanan Inti	.176	.022	.381	7.939	.000

a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai:

- i. Nilai t hitung untuk variabel masalah etika sebesar $6,290 > t$ tabel ($6,290 > 1,98729$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa H_1 diterima, artinya **terdapat pengaruh antara masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.**
- ii. Nilai t hitung untuk variabel ketidaknyamanan pelanggan sebesar $3,628 > t$ tabel ($3,628 > 1,98729$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa H_2 diterima, artinya **terdapat pengaruh antara ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.**

- iii. Nilai t hitung variabel kegagalan layanan inti sebesar $7,939 > t$ tabel ($7,939 > 1,98729$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa H_3 diterima, artinya **terdapat pengaruh antara kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.**

c. Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tabel 4.18
Hasil Uji Moderasi (MRA)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.401	23.420		-.487	.628
	Masalah Etika	39.710	11.584	.824	3.428	.001
	Ketidaknyamanan	-3.105	.877	-3.897	-3.542	.001
	Kegagalan Layanan Inti	1.635	.494	3.242	3.310	.001
	x1z	-.714	.225	-3.918	-3.176	.002
	x2z	.084	.022	8.755	3.773	.000
	x3z	-.036	.012	-4.419	-2.961	.004

a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

membuktikan bahwasannya:

- i. Nilai signifikansi variabel masalah etika yang dimoderasi oleh kebutuhan mencari variasi (X_1Z) adalah $0,002 < 0,05$, kemudian harga mutlak dari t hitungnya adalah $3,176 >$ nilai t tabel $1,98729$. Data tersebut menunjukkan bahwasannya variabel kebutuhan mencari variasi berinteraksi dengan variabel masalah etika oleh karenanya kebutuhan mencari variasi pada uji MRA ini bertindak sebagai *quasi*

moderator (moderator semu). Berdasarkan angka signifikansi yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, artinya **kebutuhan mencari variasi memoderasi hubungan antara masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.**

ii. Nilai signifikansi variabel ketidaknyamanan pelanggan yang dimoderasi oleh kebutuhan mencari variasi (X_2Z) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitungunya $3,773 >$ nilai t tabel $1,98729$. Artinya, nilai t -statistik bernilai positif dan signifikan. Data tersebut menunjukkan bahwasannya variabel kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi pengaruh variabel ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan. Sehingga H_5 diterima, artinya **kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.**

iii. Nilai signifikansi variabel kegagalan layanan inti yang dimoderasi oleh kebutuhan mencari variasi (X_3Z) adalah $0,004 < 0,05$ dan harga mutlak dari t hitungunya adalah $2,961 >$ t tabel $1,98729$. Data tersebut menunjukkan bahwasannya variabel kebutuhan mencari variasi berinteraksi dengan variabel kegagalan layanan inti oleh karenanya kebutuhan mencari variasi pada uji MRA ini bertindak sebagai *quasi moderator* (moderator semu). Berdasarkan angka signifikansi yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa H_6 , artinya **kebutuhan mencari**

variasi memoderasi hubungan antara kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Masalah Etika terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah

Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel masalah etika sebesar $6,290 > t$ tabel ($6,290 > 1,98729$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian ini menerima H_1 yang menyatakan terdapat pengaruh antara masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa masalah etika berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Artinya, semakin meningkat atau menurunnya masalah etika akan memberikan dampak terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sirait et al. (2016) masalah etika menempati urutan kedua dari delapan faktor yang berpengaruh positif signifikan pada tindakan perpindahan pelanggan. Penelitian Selvi (2022) menyebutkan masalah etika berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer switching behavior* dari bank

konvensional ke bank syariah. Sedangkan penelitian Saputra (2012) menyebutkan empat faktor dari delapan faktor yang memengaruhi perilaku *brand switching* pada pelanggan minyak goreng di Indomaret Kaliurang km 8,5 Yogyakarta, empat faktor tersebut yaitu variabel harga, kondisi ketidaknyamanan, daya tarik pesaing dan masalah etika.

2. Pengaruh Ketidaknyamanan Pelanggan terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah

Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel ketidaknyamanan sebesar $3,628 > t$ tabel ($3,628 > 1,98729$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian ini menerima H_2 yang menyatakan terdapat pengaruh antara ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa ketidaknyamanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Artinya, semakin meningkat atau menurunnya ketidaknyamanan pelanggan akan memberikan dampak terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laurena R & Ferdinand J (2019) Ketidaknyamanan mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perpindahan merek pada penyedia

layanan seluler di Manado. Sedangkan penelitian Saputra (2012) menyebutkan empat faktor dari delapan faktor yang memengaruhi perilaku *brand switching* pada pelanggan minyak goreng di Indomaret Kaliurang km 8,5 Yogyakarta, empat faktor tersebut yaitu variabel harga, kondisi ketidaknyamanan, daya tarik pesaing dan masalah etika.

3. Pengaruh Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah

Hasil pengujian secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Melalui hasil perhitungan t hitung untuk variabel kegagalan layanan inti sebesar $7,939 > t$ tabel ($7,939 > 1,98729$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian ini menerima H_3 yang menyatakan terdapat pengaruh antara kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kegagalan layanan inti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah. Artinya, semakin meningkat atau menurunnya kegagalan layanan inti akan memberikan dampak terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulan Hijriany & Samsiyah Purwaningsih (2022) menunjukkan bahwa kegagalan layanan inti menjadi faktor tertinggi terhadap perilaku berpindah.

Noviana (2017) mengemukakan faktor kegagalan layanan inti, tanggapan karyawan atas kegagalan layanan, kemenarikan pesaing menjadi penyebab pengguna perpustakaan politeknik kemenkes Surabaya berpindah ke penyedia jasa lain.

4. Pengaruh Masalah Etika terhadap Perpindahan Pelanggan dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variasi Moderasi

Hasil pengujian masalah etika yang dimoderasi oleh variabel kebutuhan mencari variasi (X_1Z) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan harga mutlak dari t hitung adalah sebesar $3,176 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98729$. Data tersebut menunjukkan bahwasannya variabel kebutuhan mencari variasi berinteraksi dengan variabel masalah etika oleh karenanya kebutuhan mencari variasi pada uji MRA ini bertindak sebagai *quasi moderator* (moderator semu). Nilai *Adjusted R-Square* 0,798 di mana nilai tersebut lebih besar dari sebelumnya yaitu 0,572 yang berarti kebutuhan mencari variasi dapat memperkuat hubungan antara masalah etika terhadap perpindahan pelanggan. Berdasarkan angka signifikansi yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa kebutuhan mencari variasi memoderasi hubungan antara masalah etika terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah maka H_4 diterima.

Pada penelitian terdahulu tidak terdapat jurnal yang meneliti mengenai pengaruh masalah etika terhadap perpindahan pelanggan yang dimoderasi kebutuhan mencari variasi, namun penelitian yang dilakukan oleh Selvi (2022) menyebutkan masalah etika berpengaruh positif dan signifikan

terhadap *customer switching behavior* dari bank konvensional ke bank syariah. Sedangkan penelitian Firdaus (2017) menyebutkan bahwa kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi hubungan antara variabel persepsi harga, promosi, ketidakpuasan konsumen dan persepsi merek terhadap perpindahan merek. Penelitian Dwinanto & Suasana (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi mampu memperlemah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berpindah merek.

5. Pengaruh Ketidaknyamanan Pelanggan terhadap Perpindahan Pelanggan dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variasi Moderasi

Hasil pengujian ketidaknyamanan pelanggan yang dimoderasi oleh variabel kebutuhan mencari variasi (X_2Z) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,773 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98729$ sehingga dapat ditarik kesimpulan variabel kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi pengaruh variabel ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan. H_5 diterima artinya terdapat pengaruh antara kebutuhan mencari variasi dalam memoderasi ketidaknyamanan terhadap perpindahan pelanggan diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa kebutuhan mencari variasi berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi ketidaknyamanan terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah, maka semakin meningkat atau menurunnya kebutuhan mencari variasi dalam memoderasi

ketidaknyamanan pelanggan akan memberikan dampak terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah.

Pada penelitian terdahulu tidak terdapat jurnal yang meneliti mengenai pengaruh ketidaknyamanan terhadap perpindahan pelanggan yang dimoderasi kebutuhan mencari variasi, namun penelitian yang dilakukan oleh Zhao et al. (2022) menyebutkan biaya peralihan, iklan yang efektif dari pesaing, ketidaknyamanan, harga dan kegagalan layanan secara signifikan memengaruhi perilaku perpindahan pelanggan bank. Adhitya (2015) menunjukkan bahwa variabel harga, ketidaknyamanan, daya tarik pesaing dan masalah etika berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku beralih. Thaniedsa (2022) menunjukkan bahwa kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan *brand switching* pengguna *smartphone* samsung ke *smartphone* merek lain. Penelitian Dwinanto & Suasana (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi mampu memperlemah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berpindah merek.

6. Pengaruh Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variasi Moderasi

Hasil pengujian kegagalan layanan inti yang dimoderasi oleh variabel kebutuhan mencari variasi (X_3Z) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,0004 < 0,05$ dan harga mutlak dari t hitung adalah sebesar $2,961 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,98729$. Data tersebut menunjukkan bahwasannya variabel kebutuhan mencari variasi berinteraksi dengan variabel kegagalan layanan inti oleh

karenanya kebutuhan mencari variasi pada uji MRA ini bertindak sebagai *quasi moderator* (moderator semu). Nilai *Adjusted R-Square* 0,798 di mana nilai tersebut lebih besar dari sebelumnya yaitu 0,572 yang berarti kebutuhan mencari variasi dapat memperkuat hubungan antara kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan. Berdasarkan angka signifikansi yang dihasilkan dapat disimpulkan bahwa kebutuhan mencari variasi memoderasi hubungan antara kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah maka H_6 diterima.

Pada penelitian terdahulu tidak terdapat jurnal yang meneliti mengenai pengaruh kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan yang dimoderasi kebutuhan mencari variasi, namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviana (2017) mengemukakan faktor kegagalan layanan inti, tanggapan karyawan atas kegagalan layanan, kemenarikan pesaing menjadi penyebab pengguna perpustakaan politeknik kemenkes Surabaya berpindah ke penyedia jasa lain. Penelitian yang dilakukan oleh Hartati & Susanti (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi memperkuat hubungan antara ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek. Penelitian Dwinanto & Suasana (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi mampu memperlemah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berpindah merek.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Salah satu tugas pokok bank yaitu pembiayaan, pembiayaan dapat menimbulkan gairah usaha masyarakat. Akan tetapi, peningkatan usaha tidak selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuan. Oleh karena itu, pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perbankan syariah hingga bulan Juni 2019, Desember 2020, September 2021, dan Desember 2022 menunjukkan perkembangan positif dengan aset Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang terus bertumbuh. Kecamatan Kajen sebagai kawasan industri yang berada di Kabupaten Pekalongan mengalami peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 3,54% di tahun 2021 dan 5,11% di tahun 2022.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, faktor yang menyebabkan perilaku perpindahan pelanggan di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan yang memiliki nilai rata-rata total skor tertinggi adalah variabel ketidaknyamanan pelanggan (X_2), variabel kegagalan layanan inti (X_3) menempati urutan kedua, sedangkan yang memiliki rata-rata total skor terendah adalah variabel masalah etika (X_1). Hal ini mengindikasikan bahwa bank konvensional selama penyediaan layanan produk dan jasa masih melakukan kesalahan teknis yang mengakibatkan nasabah melakukan perpindahan pelanggan (*customer switching*).

Masalah etika berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selvi (2022) menyebutkan masalah etika berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer switching behavior* dari bank konvensional ke bank syariah. Dalam perilaku konsumen sangat menjunjung tinggi norma-norma sosial sehingga masalah etika menjadi bagian penting yang perlu diperhatikan. Para pengusaha sebagai entitas ekonomi yang akan selalu berhubungan dengan bank tentu lebih selektif dalam memilih penyedia jasa terbaik.

Ketidaknyamanan pelanggan berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laurena R & Ferdinand J (2019) Ketidaknyamanan mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perpindahan merek pada penyedia layanan seluler di Manado. Tingkat kenyamanan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan dan cenderung tidak baik, maka hal ini akan menyebabkan perilaku berpindah.

Kegagalan layanan inti berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulan Hijriany & Samsiyah Purwaningsih (2022) menunjukkan bahwa kegagalan layanan inti menjadi faktor tertinggi terhadap perilaku berpindah.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa kegagalan layanan inti dapat menimbulkan resiko kerugian pelanggan, ketidakpuasan pelanggan, hingga perpindahan pelanggan.

Kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi pengaruh masalah etika terhadap perpindahan pelanggan dengan menggunakan metode MRA pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selvi (2022) menyebutkan masalah etika berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer switching behavior* dari bank konvensional ke bank syariah.

Sedangkan penelitian Firdaus (2017) menyebutkan bahwa kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi hubungan antara variabel persepsi harga, promosi, ketidakpuasan konsumen dan persepsi merek terhadap perpindahan merek. Hal ini dikarenakan seorang pelanggan akan memilih penyedia jasa yang terbaik. Adapun perkembangan teknologi memudahkan pelanggan untuk menggali keunggulan dan kekurangan dari suatu produk atau jasa pada sebuah perusahaan. Semakin banyak pilihan, maka seorang pelanggan sangat mungkin untuk melakukan perilaku berpindah.

Kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi pengaruh ketidaknyamanan pelanggan terhadap perpindahan pelanggan dengan menggunakan metode MRA pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Thaniedsa (2022) menunjukkan bahwa kebutuhan mencari variasi dapat memoderasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan *brand switching* pengguna

smartphone samsung ke *smartphone* merek lain. Penelitian Dwinanto & Suasana (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi mampu memperlemah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berpindah merek.

Kebutuhan mencari variasi mampu memoderasi pengaruh kegagalan layanan inti terhadap perpindahan pelanggan dengan menggunakan metode MRA pada pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartati & Susanti (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi memperkuat hubungan antara ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek. Penelitian Dwinanto & Suasana (2018) menyebutkan kebutuhan mencari variasi mampu memperlemah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berpindah merek.

B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada empat variabel saja yaitu masalah etika, ketidaknyamanan pelanggan, kegagalan layanan inti, dan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi. Sementara itu, variabel lain yang diduga dapat berpengaruh terhadap perpindahan pelanggan selain variabel yang disebutkan di atas masih banyak seperti harga, keagalann pertemuan layanan, respon pegawai yang gagal terhadap kegagalan layanan, masalah persaingan, serta faktor-faktor yang tidak disengaja.

2. Sampel dalam penelitian ini masih terbatas pada pengusaha yang berada di Kecamatan Kajen dengan kurun waktu 2019-2022 sehingga terdapat beberapa tahun yang belum diteliti.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini akan menambah kepustakaan di bidang perilaku konsumen mengenai perpindahan pelanggan bank konvensional ke bank syariah yang dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan dan memperluas wawasan serta faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi perilaku perpindahan pelanggan, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi bagi peneliti selanjutnya.

2. Implikasi Praktis

- a. Hasil penelitian ini berguna sebagai sumber informasi bagi pihak manajemen bank agar nantinya lebih memperhatikan apa yang menjadi faktor utama perilaku berpindah pelanggan yang akan berakibat pada penurunan jumlah nasabah karena timbulnya ketidakpuasan pasca pembelian dengan adanya faktor-faktor tersebut. Bagi para pengusaha, diharapkan agar mengetahui mengenai perilaku konsumen dalam hal ini yaitu perpindahan pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian yang serupa pada lokasi yang berbeda, dengan menambahkan penggunaan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi terhadap perpindahan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, A. (2015). *Pengaruh Harga, Ketidaknyamanan, Daya Tarik Pesaing, Masalah Etika terhadap Brand Switching pada Produk Minyak Goreng (Survei pada Pelanggan Minyak Goreng Superindo Babarsari Depok Sport Center Yogyakarta)*. UPN Veteran Yogyakarta.
- Al-Eisa, A. S., & Alhemoud, A. . (2009). Using a multiple attribute approach for measuring customer satisfaction with retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 27, 294–314.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah*. Gema Insani.
- Arianto, D. B., & Miftahuddin, M. A. (2017). Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen Produk Air Mineral di Wilayah Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Nasional Ump*, 1–9.
- Bolton, R. N., & Bronkhurst, T. M. (1995). The relationship between customers' complains to the firm and subsequent exit behavior. *Advances in Customer Research*, 92–100.
- Chinnici, G., D'Amico, M., & Pecorino, B. (2002). A Multivariate Statistical Analysis on the Consumers of Organic Products. *British Food Journal*, 14, 187–199.
- Chuang, Yi-Fei, & Tai, Y.-F. (2016). reaserch on customer switching behavior in the service industry. *Management Reaserch Review*, 39.
- Colgate, M., & Hedge, R. (2001). An investigation into switching process in retail banking service. *International Journal of Bank Marketing*, 19, 201–212.
- dprd.jatengprov. (2022). *Usaha Konveksi Mampu Tumbuhkan Perekonomian Pekalongan*. Dprd.Jatengprov.Go.Id. <https://dprd.jatengprov.go.id/usaha-konveksi-mampu-tumbuhkan-perekonomian-pekalongan/>
- Dwinanto, R. R., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Kebutuhan Mencari Variasi Memoderasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung terhadap Niat Berpindah Merek di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7.
- Fagumi, M. A. (2016). Analisis Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi, Ketidakpuasan Konsumen, dan Harga terhadap Perilaku Perpindahan Merek Smartphone Berbasis Blackberry Android. *Jurnal Ekonomi*.
- Faiza, K. (2023). Determinants of Consumers' Decision to Switch to Islamic Banking System: A Case Study of Oman. *Contemporary Review of the Middle East*.

- Firdaus, D. R. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Ketidakpuasan Konsumen dan Persepsi Merek terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Variabel Variety Seeking sebagai Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 FEB UNSOED)*. Universitas Jenderal Soedirman.
- Gerrard, P., & Cunningham, J. . (2004). Consumer switching behavior in the Asian bank market. *Journal of Services Marketing*, 18, 215–223.
- Ghamry, S., & M. Shamma, H. (2020). Factors influencing customer switching behavior in Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Marketing*.
- Ghozali, I. (2005a). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Balai Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005b). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS*. Balai Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 19*. Undip.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018c). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace, D., & O’Cass, A. (2001). Attributions of Service Switching : A Study of Consumers and Provider’s Perceptions of Child-Care Deliver. *Journal of Service Marketing*, 15, 300–321.
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). Pengaruh Customer Review dan Influencer terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 106.
- Hartati, R., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi pada CV. MAX-INDO Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*, 1–16.
- Hartono. (2011). *Dalam Metodologi Penelitian*. Zanafa Publishing.

- Hatta, M., Baihaqi, & Ramahdaniati, R. (2017). Perilaku Berbagi Pengetahuan Akuntansi pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu: Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5, 29–30.
- Hermanita, & Hayati, S. (2022). Non-Muslim Customer Switching Behavior In Islamic Bank In Indonesia. *WSEAS Transactions on Environment and Development*.
- Iqbal Hasan, M. (2002). *Metodelogi Penelitian Dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Juniawan, J. E., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Customer Switching dari Taxi Konvensional ke Taxi Online. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6, 5460–5488.
- Keaveney, S. M. (1995). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 59(2).
- Khasanah, A. U., & Kuswati, R. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perpindahan Merek pada Produk. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laurena R, T., & Ferdinand J, T. (2019). Influence Inconvenience and Service Quality on Brand Switching of Service Provider in Manado. *Jurnal EMBA*, 7, 5739–5740.
- Liang, D., Zhenzhong, M., & Liyun, Q. (2013). service quality and customer switching behavior in China's mobile phone service sector. *Journal of Business Research*, 66, 1161–1167.
- Marlinda. (2022). *analisis perpindahan konsumen dari bank konvensional ke bank syariah (studi kasus pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2018 UIN FAS Bengkulu)*. Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Najib, M. (2019). analisis konsumen berpindah merk (brand switcher) pada bank syariah dan bank konvensional (study kasus pada nasabah di wilayah darmaga bogor). *Jurnal Madaniah*, 4, 5.
- Noviana, R. (2017). Analisis Penyebab Customers Switching Behavior Pada Pengguna Perpustakaan Politeknik Kesehatan Kemenkes Surabaya. *ADLN_PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA*.

- OJK. (2022). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022*. [Https://Ojk.Go.Id](https://ojk.go.id).
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-%2528LPKSI%2529-2022/Laporan%2520Perkembangan%2520Keuangan%2520Syariah%2520Indonesia%2520%2528LPKSI%2529%25202022.pdf&ved=2ahUKEwikkLXmnOqEAxXTS2cHHQjjBckQFnoECCEQAQ&usg=AOvVaw36-14Dq-XcvhGGP_BLzqG3
- Pertiwi, P. P. (2020). *PENGARUH SERVICE FAILURES TERHADAP PERILAKU BRAND SWITCHING KONSUMEN MELALUI KETIDAKPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Customer Churn Produk Telkom IndiHome di Malang Raya)*.
- Peter, & Olson. (2002). *Consumer Behavior* (6th ed.). McGraw-hill. m
- Prasetyo, L. (2012). Perkembangan Bank Syariah Pasca Uu 21 Tahun 2008. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 12(1), 43–62.
- Priyatno, D. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Putri, S. W., & Salim, M. (2017). Keterkaitan Faktor Demografi dengan Motif Berpindah Layanan Hotel Berbintang di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12.
- Rahayu, S. (2010). *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi*.
- Rahmah, G. (2023). *TUMBUH BERLIPAT PERBANKAN SYARIAH NASIONAL*. Koran Tempo. https://koran-tempo-co.cdn.ampproject.org/v/s/koran.tempo.co/amp/ekonomi-dan-bisnis/486287/kinerja-perbankan-syariah-2023?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17100889715722&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fkoran.tempo.co%2Fread%2Fekonomi-dan-bisnis%2F486287%2Fkinerja-perbankan-syariah-2023
- Rahman, A., & Anwar, S. (2013). *Analisis Faktor Perpindahan Konsumen (Customer Switching) Bank Konvensional ke Bank Syariah di Kota Bengkulu*. Universitas Bengkulu.

- Ratna. (2019). *Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pemakai Produk Kosmetik di Kota Makassar)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Reichheld, F. F. (1996). *The Loyalty Effect*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Rendy. (2009). *Tunggakan, Debt Collector dan Call Center Bank Mega*. DetikNews. <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-1075452/tunggakan-debt-collector-dan-call-center-bank-mega>
- Riduwan. (2004). *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta.
- Rimadias, S., & Pratiwi, L. K. (2017). *Planned Behavior pada E-Recruitment sebagai Penggerak Intention to Apply for Work (Kasus Fresh Graduate pada Universitas Swasta di Jakarta)*. *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 380.
- Rizaldi Makmur, M., Zulfita, Ode Alimusa, L., & Sukotjo, E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Nasabah Brand Switching Bank Konvensional ke Bank Syariah Mandiri Kendari*. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2, 220–230. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.86>
- Rosi, J., Farida, N., & Budiarmo, A. (2012). *Pengaruh Ketidakpuasan dan Iklan Produk Pesaing terhadap Perilaku Brand Switching dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderatingnya (Studi pada Mantan Pengguna Kartu Pra Bayar IM3 di Lingkungan Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Santoso, H., & Ismail, H. (2019). *PERILAKU BERPINDAH (SWITCHING BEHAVIOUR) NASABAH NON MUSLIM DI BANK SYARIAH MANDIRI KOTA METRO LAMPUNG*. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5, 22–41.
- Saputra, A. B. (2012). *pengaruh variabel harga, kondisi ketidaknyamanan, daya tarik pesaing dan masalah etika terhadap perpindahan merek (brand switching) merek minyak goreng*. UPN Veteran Yogyakarta.
- Saputro, S. D. (2015). *Sejarah Dan Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Islam*, 3, 100.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen)* (7th ed.). PT. Indeks.

- Selvi, A. (2022). *Pengaruh Physical Evidence, Islamic Branding, Ethical Problem dan Religiusitas Intrinsik terhadap Customer Switching Behavior dari Bank Konvensional ke Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kotabumi)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Siddiqui, D. K. (2011). Personality Influence Consumers Switching. *Journal of Contemporary Research in Business*, 2, 363–370.
- Sirait, R., Purwanggono, B., & Susanty, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Berpindah serta Independensi antara Perilaku Berpindah dengan Karakteristik Demografi pada Konsumen TV Berlangganan di Kota Semarang. *Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro*.
- Siswanto, N, A., & R, S. (2020). The Switching behavior determinants of sharia banking: Roles of gender and education. *Journal of Archarology of Egypt/Egyptogy (PJAEE)*, 17, 34–49.
- Sugiyono. (2011a). *Dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *(Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (mixed Methods). In *Alfabet* (Vol. 6, Issue 1).
- Suharseno, T., Hidayat, R., & Dewi, D. A. L. (2013). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Karakteristik Kategori Produk terhadap Keputusan Perpindahan Merek dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 18, 176–182.
- Suryadi, D. (2020). SERVICE QUALITY IN CASE : KEGAGALAN LAYANAN (SERVICE FAILURE) PERBANKAN SYARIAH DAN STRATEGI PEMULIHAN LAYANAN (SERVICE RECOVERY). *Jurnal Asy- Syukriyyah*, 21, 95.
- Syafi'i, A. (2005). *Dalam Metodologi Penelitian Pendidika*. eLKAF.
- Tamon, L. R., & Tumewu, F. J. (2019). Influence of inconvenience and Service Quality on Brand Switching of Service Provider in manado. *Emba*, 7, 5733–5742.

- Thaniedsa, S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Brand Switching dengan Variety Seeking sebagai Moderasi (Studi Kasus Brand Switching Pengguna Smartphone Samsung ke Smartphone lain di DKI Jakarta)*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Triyono. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Pekalongan Naik 5,11 persen*. Radar Pekalongan.
- Widyasari, S. (2008). Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk Sepeda Motor. *Junal Bisnis Dan Ekonomi*, 15, 107–127.
- Wulan Hijriany, R., & Samsiyah Purwaningsih, S. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Perpindahan Merek pada Konsumen (Studi Kasus Produk IndiHome di Wilayah Bandung Raya). *Applied Business and Administration Journal*, 1, 112–127.
- Zhang, D. (2009). *Customer Switching Behaviour in the Chines Retail Banking Industry*.
- Zhao, C., Noman, A. H. M., & Asiaei, K. (2022). Exploring the Reasons for Bank-Switching Behavior in Retail Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 242–262.
- Zhao, C., Noman, A., & Hassan, M. (2023). Bank's service failures and bank customers' switching behavior: does bank reputation matter? *International Journal of Bank Marketing*.

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Kepada Yth.

Saudara/i Pengusaha

Di Tempat

Dengan Hormat,

Izinkan saya memperkenalkan diri, saya Siti Nariah mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Di sini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuisioner guna penelitian dalam skripsi saya yang berjudul *“Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan Pelanggan dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi”*. Semua data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian. Mohon untuk menjawab semua pernyataan sesuai dengan keadaan yang dirasakan oleh Bapak/Ibu. Atas bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Jenis Usaha :
4. Tahun berpindah ke bank syariah :

B. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dengan memberi tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.
2. Pernyataan-pernyataan berkaitan tentang pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi, di mana :

- a. Jawaban SS (Sangat Setuju) : skor 5
 b. Jawaban S (Setuju) : skor 4
 c. Jawaban N (Netral) : skor 3
 d. Jawaban TS (Tidak Setuju) : skor 2
 e. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) : skor 1

A. Masalah Etika

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS
1	<p>Indikator tidak jujur</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional tidak bersikap jujur. 2. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional menyarankan layanan yang sebenarnya tidak diperlukan oleh nasabah. 3. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional kurang memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan fakta. 4. Menurut Saya, kejujuran pegawai bank dalam setiap transaksi sangat penting. 				
2	<p>Indikator mengintimidasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional bersikap mengintimidasi atau bersikap kasar. 2. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional berbicara terlalu keras dengan nasabah. 3. Perilaku pegawai bank konvensional semacam mengancam nasabah yang terlambat melakukan pembayaran. 4. Saya merasa, beberapa pegawai bank konvensional dalam berbicara pernah menyinggung. 				
3	<p>Indikator tidak aman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memilih penyedia jasa yang memiliki prosedur yang aman. 2. Menurut saya, bank konvensional tidak memiliki komitmen yang kuat dalam memperkuat pertahanan dan keamanan <i>cyber</i> atau kejahatan digital. 3. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional kurang menjaga kerahasiaan identitas pelanggan guna menjamin rasa aman. 4. Saya mengutamakan penyedia jasa yang memiliki tanggung jawab sosial. 				
4	<p>Indikator konflik kepentingan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengutamakan penyedia jasa yang memiliki kinerja yang objektif. 2. Saya merasa pelayanan di bank syariah tidak membeda- 				

	<p>bedakan dengan nasabah lain.</p> <p>3. Saya merasa beberapa pegawai bank konvensional kurang memberikan pelayanan yang adil ke setiap nasabah</p> <p>4. Saya tidak memilih penyedia layanan yang memiliki kepentingan pribadi sehingga dapat memengaruhi kualitas dan kinerja yang semestinya.</p>					
--	---	--	--	--	--	--

B. Ketidaknyamanan Pelanggan

No	Pernyataan	ST	TS	N	SS
1	<p>Indikator lokasi penyedia layanan/jam operasi</p> <p>1. Saya memilih penyedia jasa yang lokasinya mudah untuk dijangkau.</p> <p>2. Menurut Saya, tempat parkir di bank konvensional tidak terlalu luas.</p> <p>3. Menurut Saya, ruang tunggu pelayanan di bank konvensional kurang luas, bersih dan rapi.</p> <p>4. Saya memilih penyedia jasa yang memiliki ketepatan jam kerja operasional.</p> <p>5. Menurut Saya, nasabah tidak memilih penyedia jasa yang memiliki jam buka atau tutup yang buruk.</p>				
2	<p>Indikator waktu tunggu janji temu</p> <p>1. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional dalam memberikan pelayanan kurang tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan.</p> <p>2. Saya merasa waktu tunggu janji temu di bank konvensional terlalu lama.</p> <p>3. Menurut Saya, pada bank konvensional kurang memberikan kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.</p> <p>4. Menurut Saya, pegawai bank tidak boleh membatalkan perjanjian yang telah disepakati bersama tanpa alasan yang jelas.</p> <p>5. Menurut saya, pegawai bank harus melaksanakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.</p>				
3	<p>Indikator waktu tunggu layanan</p> <p>1. Saya enggan menghabiskan waktu untuk mengantri terlalu lama atau terlalu panjang.</p> <p>2. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional terlalu lama menyediakan layanan yang dijanjikan kepada nasabah.</p> <p>3. Saya merasa jenuh jika pegawai bank konvensional menunda-nunda pelayanan.</p> <p>4. Saya merasa waktu tunggu pelayanan pada bank konvensional terlalu lama.</p>				

C. Kegagalan Layanan Inti

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	SSS
1	<p>Indikator kesalahan layanan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa kecewa dengan adanya keterlambatan layanan yang tidak beralasan yang diberikan oleh bank konvensional. 2. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional memberikan tanggapan negatif atas keluhan pelanggan. 3. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional kurang menguasai produk-produk yang ada. 4. Menurut saya, bank konvensional tidak memberikan pengawasan terhadap setiap produk jasa perbankan yang ditawarkan ataupun digunakan oleh nasabah. 5. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional kurang tanggap dalam mengatasi masalah pelanggan. 					
2	<p>Indikator kesalahan tagihan/penagihan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa beberapa pegawai bank konvensional tidak bertindak tegas dalam menangani permasalahan seperti kredit macet. 2. Saya pernah mengalami pencatatan transaksi yang keliru oleh pegawai bank konvensional. 3. Nasabah mengalami kerugian saldo terpotong akibat kesalahan pada sistem ATM ataupun kelalaian yang dilakukan oleh bank konvensional sebagai penyelenggara layanan jasa. 4. Daya tanggap pegawai bank konvensional yang lemah dalam melayani transaksi nasabah. 					
3	<p>Indikator bencana pelayanan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berpindah karena ketidaktahuan beberapa pegawai bank konvensional terhadap kebutuhan pelanggan. 2. Menurut Saya, beberapa pegawai bank konvensional kurang memiliki kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 3. Saya berpindah karena terdapat kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. 4. Saya berpindah karena kerumitan dalam menabung dan melakukan pinjaman atau transaksi lain yang ada di bank konvensional. 5. Menurut Saya, sistem penyampaian jasa di bank konvensional yang kurang baik. 					

D. Perpindahan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	SSS
1	<p>Indikator mencoba sesuatu yang baru</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya pindah karena selalu memiliki keinginan mencoba sesuatu yang baru. 2. Saya pindah karena mencari produk yang lebih baik. 3. Saya pindah karena merasa jenuh terhadap produk pada bank konvensional. 4. Saya pindah karena memiliki kesadaran akan kebutuhan variatif. 5. Saya pindah karena memiliki keinginan akan produk-produk dengan teknologi yang lebih tinggi dan terbaru. 					
2	<p>Indikator harga</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada bank syariah terdapat produk yang biaya administrasinya terjangkau. 2. Saya memilih penyedia jasa yang memberikan kepuasan yang sebanding atau bahkan lebih besar daripada biaya yang Saya keluarkan untuk dapat menggunakannya. 3. Menurut Saya, bank syariah menetapkan biaya administrasi (harga) sesuai dengan manfaat yang dirasakan. 4. Menurut Saya, pada bank konvensional memberikan biaya tambahan untuk penangguhan pembayaran angsuran. 					
3	<p>Indikator ketidakpuasan pasca konsumsi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya beralih layanan karena kinerja bank konvensional lebih rendah atau menurun. 2. Saya beralih layanan karena ketidakpuasan saat membeli produk di bank konvensional. 3. Saya beralih karena pernah mendapatkan pelayanan dari bank konvensional yang tidak memuaskan atau mengecewakan. 4. Saya beralih karena sudah tidak ingin melakukan pembelian ulang pada bank konvensional. 5. Saya merasa kurang nyaman dalam penggunaan produk di bank konvensional. 6. Saya merasa produk pada bank konvensional tidak sesuai dengan harapan pelanggan. 					

E. Kebutuhan Mencari Variasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	SSS
1	<p>Indikator rasa bosan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mencari kebutuhan variasi karena merasa bosan dengan produk sebelumnya. 2. Saya mencari variasi karena sudah tidak bergairah untuk melakukan pembelian ulang pada bank konvensional. 3. Saya mencari variasi karena tidak ada inovasi produk yang digunakan. 					
2	<p>Indikator keinginan memperoleh pengalaman yang baru</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mencari kebutuhan variasi karena ingin mendapatkan pengalaman baru pada suatu produk. 2. Saya menginginkan menggunakan produk yang mengalami pembaharuan. 3. Timbulnya keinginan baru pada produk yang telah lama digunakan. 					
3	<p>Indikator rasa penasaran</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya seringkali ingin tahu produk atau layanan yang ada pada bank syariah. 2. Saya penasaran dengan produk-produk dan layanan yang ada di bank syariah. 3. Saya aktif mencari saran atau rekomendasi dari orang lain mengenai produk atau jasa yang ada di bank syariah. 4. Saya aktif mengunjungi situs bank syariah untuk mengetahui <i>review</i> dari orang lain. 					



Lampiran 2

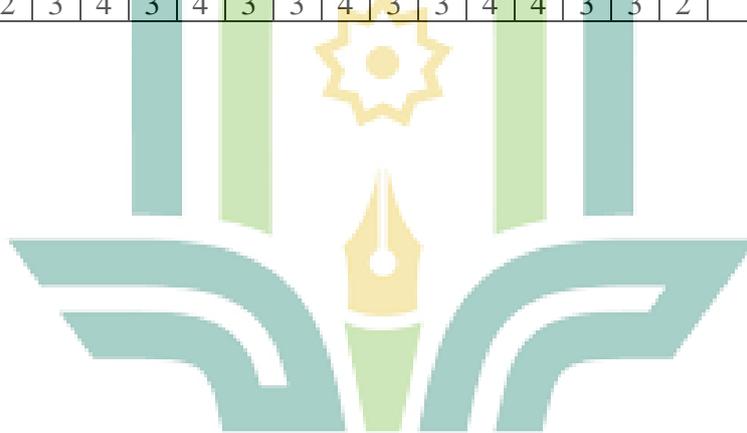
Data Mentah Kuesioner Skala Likert

1. Masalah Etika (X_1)

X1.1				X1.2				X1.3				X1.4				TOTAL
P 1	P 2	P 3	P 4													
3	3	4	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	4	3	5	65
4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	64
3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	61
3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	68
2	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	68
3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	61
4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	63
3	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	61
4	3	3	4	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	62
3	3	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	5	63
3	3	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5	63
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62
4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	65
3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	67
4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	4	3	4	67
3	4	4	4	3	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	62
4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	63
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	62
4	3	3	5	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	60
3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	5	5	3	5	65
4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	64
3	3	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	5	3	62
2	4	4	5	3	3	4	5	2	4	5	5	4	5	5	5	65
2	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	67
3	4	3	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	3	3	61
3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	56
4	4	4	5	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	3	5	64
4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	2	5	4	3	4	4	62
4	2	3	2	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3	63
3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	62
4	3	4	2	4	3	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	62
4	4	3	5	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	3	2	60
2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	53

3	3	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	63	
4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	63	
3	3	5	4	3	5	3	4	3	5	5	4	3	4	3	3	60	
3	3	4	5	3	3	5	2	4	4	3	4	4	4	5	4	60	
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4	2	4	57	
4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	62	
4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	60	
3	3	3	5	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	58	
3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	60	
2	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	62	
4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	60	
3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	62	
2	4	2	5	3	3	2	4	4	3	4	5	4	4	4	5	58	
3	4	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	57	
4	3	4	5	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	58
2	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	60	
3	4	5	5	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	58	
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	5	5	57	
2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	60	
3	2	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	58	
3	3	3	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	58	
3	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	63	
4	3	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	55	
2	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	58	
3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	5	4	3	4	4	58	
3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	64	
3	2	5	4	3	4	3	4	2	3	4	4	5	4	4	5	59	
3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	64	
4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
3	4	4	4	2	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	58	
4	3	3	5	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	58	
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	2	58	
4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	58	
3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	60	
3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	54	
2	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	57	
3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	5	5	58	
2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	56	
3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	5	4	2	4	3	55	
3	3	4	4	2	3	2	4	3	4	4	4	5	3	3	4	55	
3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	58	

4	3	3	5	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	55
3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	55
4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	4	62
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	55
4	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	62
3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	2	54
3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	3	5	3	4	3	57
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	55
3	2	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	52
4	2	3	4	4	3	2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	56
3	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	55
4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	55
3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	54
4	2	3	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	55
4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	2	3	3	55
3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	53
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	52
2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	50

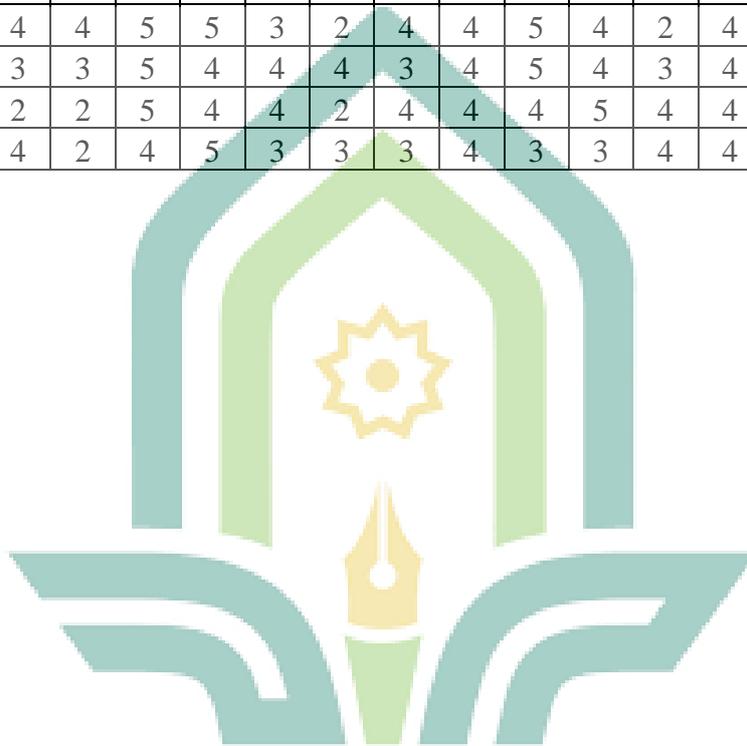


2. Ketidaknyamanan (X_2)

X2.1					X2.2					X2.3				TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	
5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	65
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	63
4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	61
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	67
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	66
5	4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	61
5	4	2	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	62
5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	61
4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	62
5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	62
5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	62
4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	62
4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	64
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	66
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	66
4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	62
5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	63
5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	62
4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	60
5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	64
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	66
4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	59
5	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	58
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	66
4	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	59
4	4	2	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	58
5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	64
5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	62
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	62
5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	59
5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	59
4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	60
4	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	53
5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	65
5	5	4	5	5	4	2	4	5	5	5	4	5	4	62
5	4	3	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	59
5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	2	58

4	3	2	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	56
5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	3	61
4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	59
5	4	2	5	4	3	3	3	5	5	4	5	4	3	55
5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	60
5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	63
4	3	2	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	56
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	60
5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	54
5	3	2	5	4	4	2	3	5	4	4	4	5	4	54
4	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4	58
5	4	3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	3	56
5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	5	4	5	2	57
4	4	2	5	4	3	4	3	5	5	4	3	5	3	54
5	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5	3	4	4	58
5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	54
4	3	2	5	4	4	2	5	5	4	4	4	5	2	53
5	4	2	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	60
5	4	3	5	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	56
5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	2	4	2	57
5	3	2	5	5	3	4	2	5	5	5	4	5	4	57
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	64
4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	59
4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	60
5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	62
4	2	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	3	57
4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	55
5	2	3	4	5	4	3	4	5	5	5	3	4	4	56
5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	2	4	5	58
4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	59
4	4	2	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	54
5	2	3	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	60
5	4	3	4	5	4	2	4	5	5	5	3	5	4	58
5	4	3	5	4	3	4	3	5	5	4	3	4	4	56
5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	2	54
5	3	2	4	5	3	4	3	5	4	5	4	4	4	55
4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	3	4	2	55
5	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	56
4	3	2	4	5	4	2	3	5	5	4	4	4	2	51
5	3	3	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	4	60
4	2	3	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	55

5	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	60
4	3	2	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	53
5	4	2	5	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	57
4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	55
2	3	3	5	4	4	3	4	4	4	5	2	4	2	49
5	3	2	5	5	4	4	2	5	5	4	5	4	3	56
5	4	3	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	3	57
4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	55
4	3	2	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	52
4	4	3	3	5	4	3	5	4	4	5	5	4	3	56
5	4	4	5	5	3	2	4	4	5	4	2	4	3	54
4	3	3	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	2	52
5	2	2	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5	54
5	4	2	4	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	51

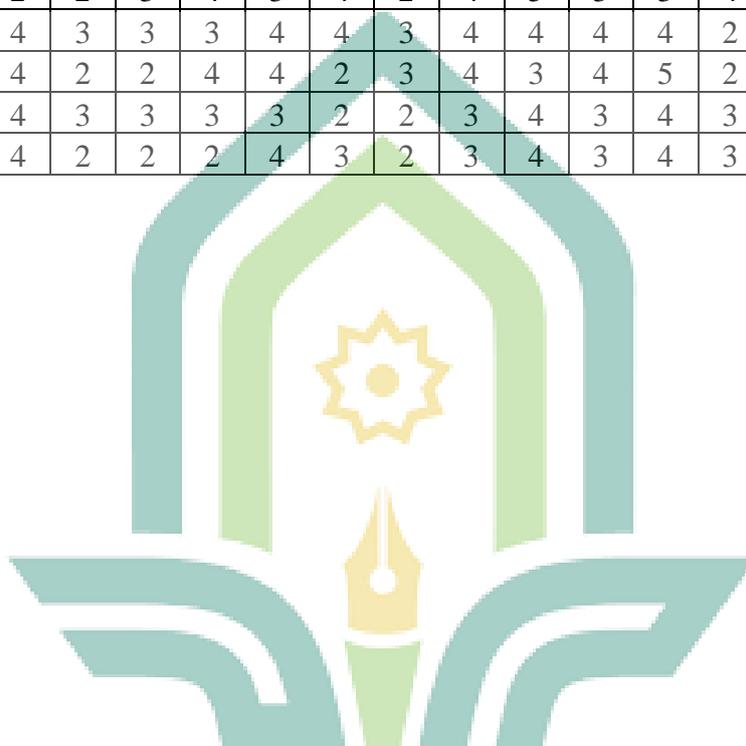


3. Kegagalan Layanan Inti (X_3)

X3.1					X3.2				X3.3					TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5	
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	65
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	65
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	62
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	66
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	67
4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	60
5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	3	5	62
5	4	3	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	60
5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	3	4	61
5	5	4	3	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	62
5	4	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	64
4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	64
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	65
5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	65
5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	65
5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	63
5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	63
4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	62
4	4	5	5	5	5	2	5	3	4	4	5	4	5	60
5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	5	4	63
4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	64
5	5	5	2	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	62
5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	4	5	64
5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	65
5	5	3	2	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	56
5	4	2	3	3	4	3	2	3	4	5	4	4	3	49
4	4	2	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	58
5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	53
5	5	5	2	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	58
5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	3	5	58
4	4	5	3	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	57
4	5	3	2	4	4	3	3	5	4	3	5	4	3	52
4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	5	4	3	47
5	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	53
5	4	3	2	5	4	3	2	4	5	5	5	4	4	55
4	4	2	2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	51
5	4	2	2	4	5	4	2	4	5	4	5	3	4	53

5	5	4	2	5	4	4	2	2	4	3	5	3	3	51
5	4	2	3	5	4	3	2	3	4	4	5	4	4	52
5	4	3	2	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	55
5	3	5	3	4	2	3	4	3	4	5	4	4	3	52
4	5	4	3	5	4	4	2	4	5	3	5	4	4	56
5	4	3	2	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	54
4	5	3	2	4	3	3	3	4	5	4	5	5	4	54
5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	3	5	58
4	5	3	4	2	3	3	3	4	5	4	4	3	4	51
5	3	2	2	4	5	2	4	3	4	4	5	3	4	50
4	4	4	3	5	3	4	2	3	5	3	5	3	3	51
4	4	3	4	5	4	2	4	5	4	4	4	2	3	52
5	3	2	2	4	4	3	2	4	5	4	5	3	4	50
5	2	2	3	5	3	4	2	4	5	3	5	4	2	49
5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	51
5	5	4	2	4	4	2	3	4	5	4	5	3	2	52
5	4	3	3	3	4	3	2	3	4	5	5	2	3	49
4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	56
4	3	3	2	4	5	3	3	5	3	3	5	2	3	48
5	2	2	3	4	5	3	2	4	4	4	5	5	3	51
4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	48
5	4	3	2	5	4	3	2	4	5	2	5	4	4	52
4	4	2	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	54
5	5	5	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	61
5	4	4	2	5	4	4	4	3	4	2	5	3	5	54
5	3	2	3	5	4	3	2	3	4	4	5	4	2	49
4	5	3	2	4	5	3	3	5	3	3	5	4	3	52
4	4	4	3	4	3	3	5	2	4	4	4	4	3	51
4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	52
5	3	3	2	5	4	3	2	4	3	5	5	4	4	52
4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	2	5	3	4	48
5	4	4	3	4	4	4	2	3	4	5	4	4	3	53
4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	50
5	3	2	2	4	5	2	3	3	5	4	5	3	4	50
4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	49
5	3	2	4	4	4	3	2	2	4	2	5	4	3	47
4	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	4	2	2	48
5	3	2	3	3	3	2	2	3	4	5	4	4	3	46
4	2	3	3	4	3	4	2	4	5	3	4	3	4	48
5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	57
4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	47

5	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	59
4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	5	4	4	3	45
4	5	3	4	2	4	3	3	4	5	4	4	3	4	52
4	3	2	2	4	4	2	2	3	4	4	5	3	4	46
4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	2	47
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	50
5	3	2	2	4	5	2	2	3	4	2	5	3	4	46
4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	49
4	4	2	2	3	4	3	5	3	4	4	4	4	2	48
4	2	2	3	4	3	4	2	4	5	3	3	4	3	46
5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	50
5	4	2	2	4	4	2	3	4	3	4	5	2	3	47
3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	2	42
2	4	2	2	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4	42

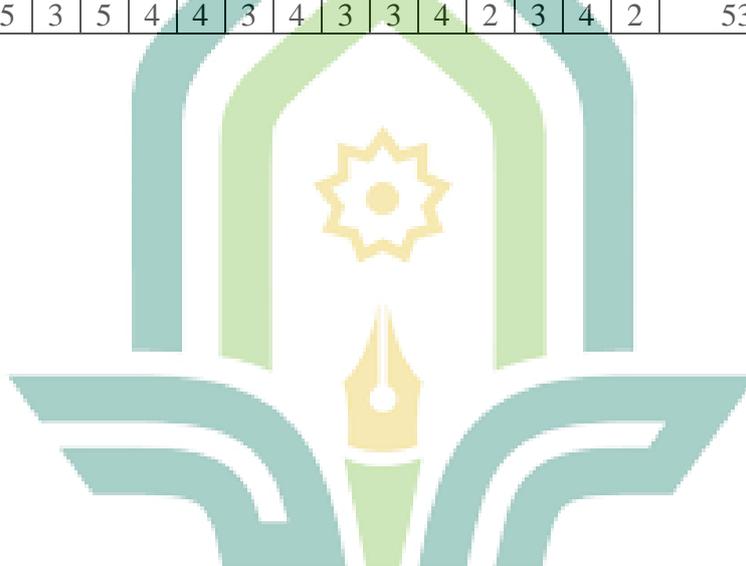


4. Kebutuhan Mencari Variasi (Z)

Y.1					Y.2				Y.3						TOTAL
P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 1	P 2	P 3	P 4	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	66
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
4	4	3	5	5	4	3	5	4	4	3	4	3	4	5	60
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	65
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	66
4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	2	4	4	3	60
3	5	4	5	4	3	4	5	3	5	4	4	3	4	4	60
2	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	58
3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	59
4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	63
5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	62
5	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	2	4	4	61
4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	62
5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5	4	65
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	66
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	60
4	4	4	4	5	4	5	5	2	5	3	4	3	5	3	60
5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	60
4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	59
3	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	2	4	4	64
4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	2	5	5	64
5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	4	64
4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	2	5	65
5	5	3	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	66
4	5	4	5	5	4	5	5	3	2	4	5	2	4	2	59
4	5	3	2	5	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	57
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	65
5	4	2	5	5	4	5	4	5	2	5	5	3	4	4	62
4	4	4	4	5	3	5	5	5	2	4	5	4	3	5	62
4	5	3	4	4	5	4	5	3	3	4	5	4	3	4	60
3	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	60
5	5	2	5	4	5	5	4	2	4	5	4	2	4	4	60
4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	54
4	5	2	5	4	4	4	5	4	5	3	5	2	4	4	60
4	5	3	4	5	5	5	3	3	4	4	5	3	4	3	60
4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	5	4	3	3	4	60

5	5	2	5	5	4	5	4	4	2	3	4	3	3	4	58	
5	5	3	4	4	3	5	5	2	2	2	4	5	4	5	58	
4	5	4	3	3	5	4	3	2	4	5	5	4	4	5	60	
4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	59	
3	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	4	3	58	
4	5	3	4	4	5	4	5	2	4	3	4	3	4	5	59	
4	5	2	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	63	
5	5	5	4	3	4	5	4	2	3	4	5	4	3	5	61	
2	4	4	5	5	4	5	4	4	2	4	5	3	3	5	59	
4	4	3	2	4	5	4	5	4	3	5	4	2	4	4	57	
3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	2	4	4	55	
4	5	2	5	5	4	5	5	3	3	2	4	4	3	4	58	
4	5	3	3	4	5	4	4	3	3	4	5	3	4	3	57	
5	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5	4	2	2	4	60	
4	5	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	58	
5	5	2	5	5	4	5	4	4	2	4	5	5	3	2	60	
4	5	3	4	3	5	5	4	2	2	4	4	3	4	4	56	
4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	55	
5	5	2	4	5	5	5	5	2	4	3	5	2	4	3	59	
5	5	3	4	4	3	5	4	4	2	3	3	3	4	4	56	
4	3	3	5	3	4	4	4	2	4	5	5	4	3	3	56	
3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	56	
3	5	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	59	
5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	2	3	5	3	3	4	59
4	5	3	4	5	3	5	4	4	2	4	5	4	3	5	60	
4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	3	58	
4	4	2	4	4	4	3	5	5	4	3	4	2	4	5	57	
4	5	2	5	5	3	5	5	3	3	2	4	4	4	4	58	
4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	2	4	4	3	3	57	
5	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	5	3	4	3	57	
3	5	3	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	3	4	4	58
4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	55
5	2	2	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	57	
2	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	3	3	55	
4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	56	
3	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	2	3	2	56	
4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	5	2	3	4	56	
4	5	2	4	5	4	3	5	3	2	4	4	5	3	3	56	
4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	2	3	4	4	54	
4	5	3	4	4	5	5	4	2	2	5	3	4	3	3	56	
5	5	4	4	5	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	57	

2	5	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	56
5	4	3	4	5	4	5	5	5	2	4	5	5	3	4	63
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	5	54
4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	59
4	5	3	4	5	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	55
3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3	3	4	56
4	4	4	3	4	5	4	4	2	4	5	3	4	4	3	57
3	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	55
3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	57
4	5	2	5	4	5	5	3	3	2	3	4	4	3	4	56
4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	5	3	4	5	55
4	4	2	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	4	57
4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	3	4	2	4	3	56
3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	54
4	5	3	5	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	2	53

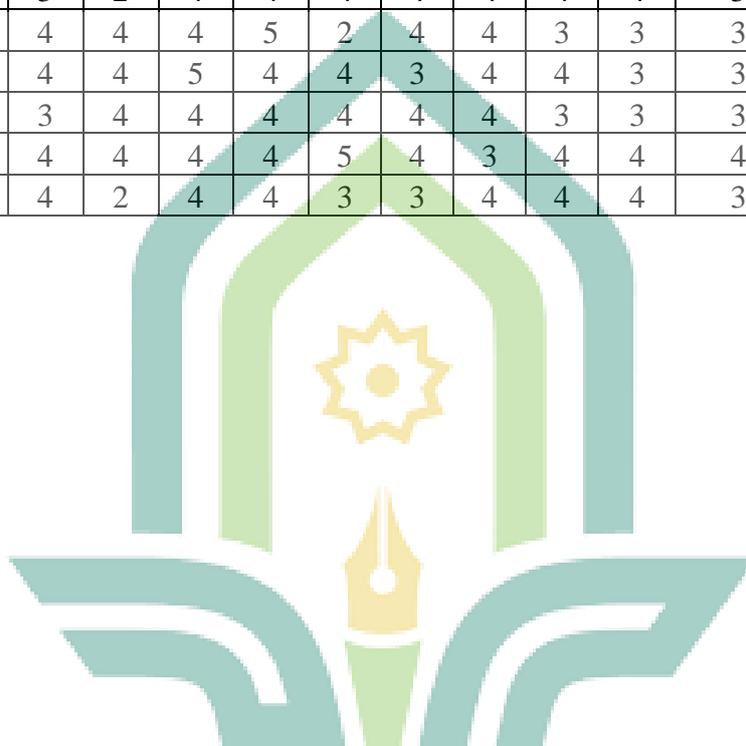


5. Perpindahan Pelanggan (Y)

Z.1			Z.2			Z.3				TOTAL
P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P4	
4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	39
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	44
4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
4	4	3	5	3	3	4	5	3	3	37
5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	41
3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	34
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
4	4	3	5	5	3	4	5	4	4	41
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	45
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
5	2	4	5	5	5	5	4	4	5	44
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	41
3	2	4	5	4	4	5	5	4	5	41
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	35
4	2	3	5	5	2	5	5	4	4	39
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	41
5	2	2	5	5	3	3	4	3	3	35
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
5	2	5	5	4	5	5	5	4	5	45
5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	45
5	4	5	5	5	3	4	5	5	3	44
4	2	5	5	5	4	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	44
4	3	5	4	5	3	4	4	3	3	38
5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	42
3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	31
5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	45

5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	45
4	3	3	5	5	2	5	5	4	2	38
4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	40
5	2	4	4	5	4	3	4	3	3	37
4	2	4	5	5	3	5	5	4	4	41
5	2	3	4	4	4	4	4	4	3	37
4	3	3	5	5	4	3	5	4	4	40
2	2	3	5	4	3	2	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
3	3	4	3	5	4	5	5	4	4	40
5	3	4	5	5	4	5	4	3	3	41
4	2	5	5	5	3	4	5	4	4	41
5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	41
3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	39
4	3	4	5	5	4	5	5	4	2	41
3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	43
3	2	4	5	5	4	5	4	3	3	38
4	2	4	5	5	3	4	5	4	4	40
4	2	5	5	5	4	4	5	4	4	42
5	3	4	4	4	3	4	4	3	2	36
3	2	2	4	4	2	4	3	3	3	30
4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	42
5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	41
3	2	4	4	5	4	5	5	5	4	41
5	3	3	4	4	5	4	5	4	5	42
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
3	2	4	5	5	5	4	4	4	3	39
2	4	3	5	3	4	3	4	3	4	35
3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	34
4	3	4	5	5	3	5	5	4	3	41
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
2	3	4	4	5	2	4	3	2	3	32
4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	36
4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	2	4	5	4	3	4	3	4	3	36
4	4	5	4	5	2	4	5	4	3	40
5	2	4	4	3	3	3	4	3	5	36
3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	37
4	4	2	3	5	4	5	5	4	4	40
5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	36
4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	39

4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	36
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	34
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
4	2	4	3	5	4	3	4	4	4	37
3	3	4	4	5	3	5	3	4	4	38
3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	37
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	5	2	4	4	3	3	37
4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	39
3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	36
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	34



X16	Pearson Correlation	-.170	.136	.085	.167	-.069	-.136	.141	.181	-.030	.067	.050	.159	.110	.229*	.014	1	.322*
	Sig. (2-tailed)	.105	.195	.419	.111	.512	.196	.180	.084	.779	.527	.637	.129	.298	.028	.893		.002
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TOTAL	Pearson Correlation	.224*	.298**	.316*	.354**	.451**	.382**	.467**	.272*	.241*	.397*	.342**	.292**	.300*	.365**	.353**	.322**	1
	Sig. (2-tailed)	.031	.004	.002	.001	.000	.000	.000	.009	.021	.000	.001	.005	.004	.000	.001	.002	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																		
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																		



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

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



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

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



Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (Z)

Correlations												
		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	TOTAL
Z1	Pearson Correlation	1	.251*	.098	.035	.070	.298**	-.078	.025	.196	.140	.489**
	Sig. (2-tailed)		.016	.350	.741	.507	.004	.457	.814	.061	.182	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z2	Pearson Correlation	.251*	1	.089	.124	-.005	.154	.067	.080	.251*	.147	.503**
	Sig. (2-tailed)	.016		.397	.240	.965	.141	.527	.448	.016	.162	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z3	Pearson Correlation	.098	.089	1	.108	.372**	.134	.235*	.343**	-.034	.175	.523**
	Sig. (2-tailed)	.350	.397		.304	.000	.204	.024	.001	.745	.094	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z4	Pearson Correlation	.035	.124	.108	1	.399**	.021	.227*	.329**	.085	.009	.435**

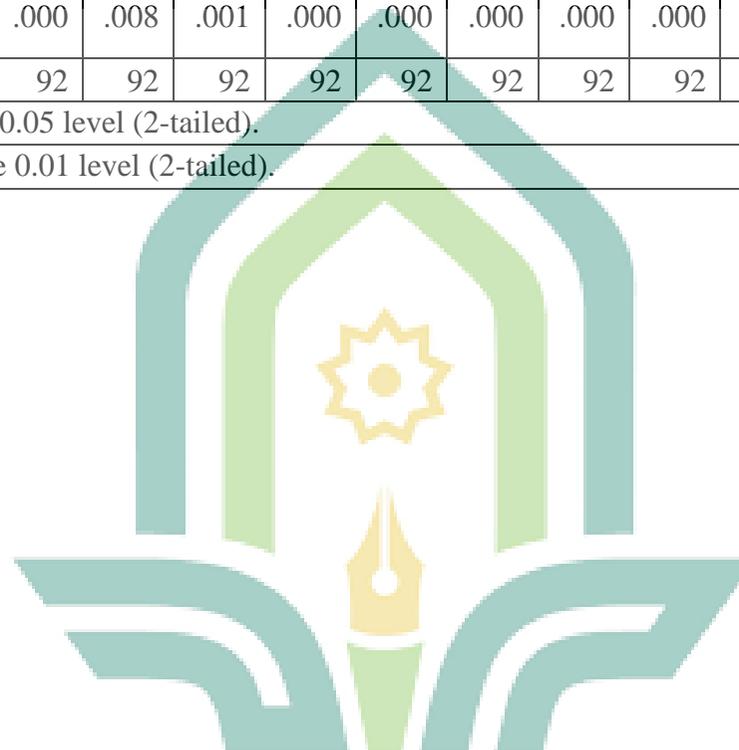
	Sig. (2-tailed)	.741	.240	.304		.000	.844	.029	.001	.422	.935	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z5	Pearson Correlation	.070	-.005	.372**	.399**	1	.037	.378**	.396**	.106	.057	.519**
	Sig. (2-tailed)	.507	.965	.000	.000		.729	.000	.000	.317	.592	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z6	Pearson Correlation	.298**	.154	.134	.021	.037	1	-.009	-.021	.103	.345**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.004	.141	.204	.844	.729		.936	.842	.330	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z7	Pearson Correlation	-.078	.067	.235*	.227*	.378**	-.009	1	.520**	.178	.023	.479**
	Sig. (2-tailed)	.457	.527	.024	.029	.000	.936		.000	.089	.829	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z8	Pearson Correlation	.025	.080	.343**	.329**	.396**	-.021	.520**	1	.220*	.076	.547**

	Sig. (2-tailed)	.814	.448	.001	.001	.000	.842	.000		.035	.469	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z9	Pearson Correlation	.196	.251*	-.034	.085	.106	.103	.178	.220*	1	.177	.426**
	Sig. (2-tailed)	.061	.016	.745	.422	.317	.330	.089	.035		.091	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Z10	Pearson Correlation	.140	.147	.175	.009	.057	.345**	.023	.076	.177	1	.461**
	Sig. (2-tailed)	.182	.162	.094	.935	.592	.001	.829	.469	.091		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TOTAL	Pearson Correlation	.489**	.503**	.523**	.435**	.519**	.461**	.479**	.547**	.426**	.461**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

TOTAL	Pearson Correlation	.372**	.234*	.512**	.273**	.331**	.444**	.411**	.442**	.388**	.505**	.469**	.399**	.434**	.449**	.335**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.000	.008	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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



Lampiran 4

Hasil Uji Reliabilitas Masalah Etika (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.651	17

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketidaknyamanan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.613	14

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kegagalan Layanan Inti (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.610	14

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan Mencari Variasi (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	10

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perpindahan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.630	15

Lampiran 5

Hasil Uji Normalitas

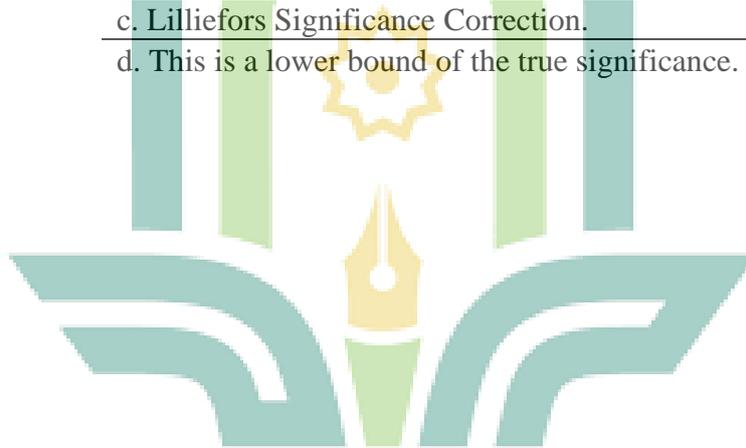
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1.42505093
Most Extreme Differences	Absolute	0.054
	Positive	0.054
	Negative	-0.04
Test Statistic		0.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

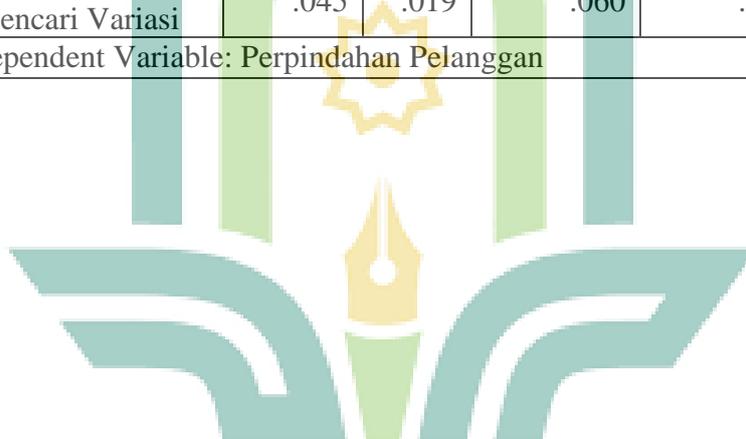
d. This is a lower bound of the true significance.



Lampiran 6

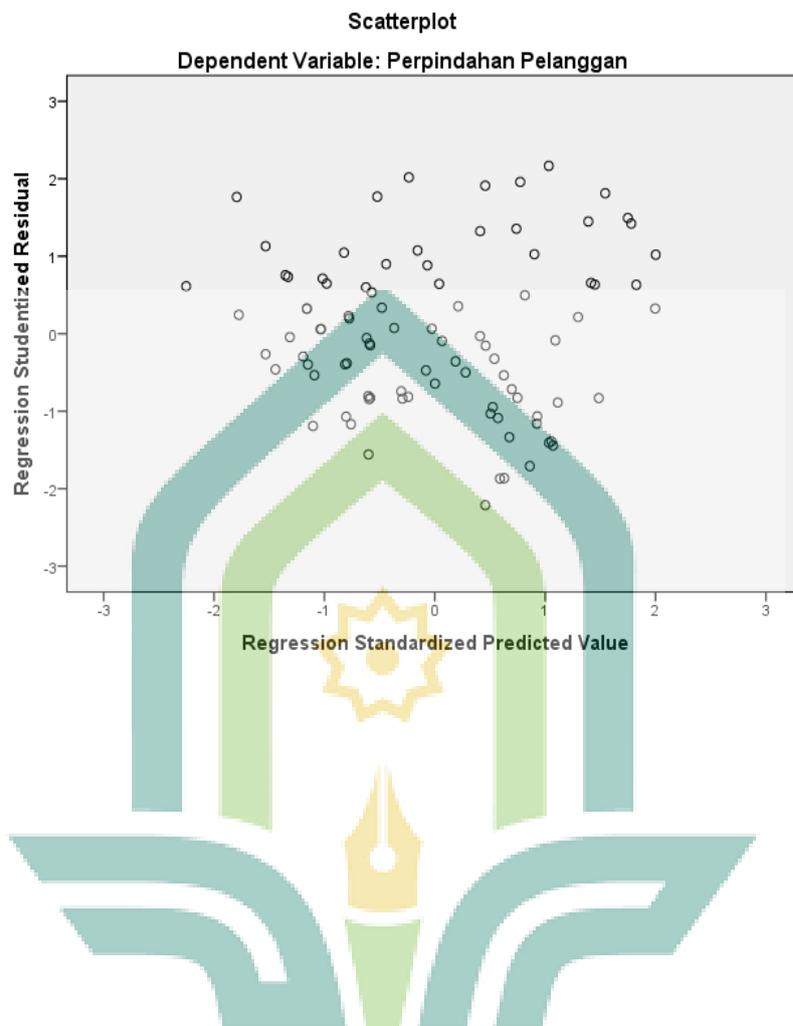
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-26.582	9.780			
Masalah Etika	15.566	2.980	.352	.100	9.976
Ketidaknyamanan	.170	.041	.233	.143	6.981
Kegagalan Layanan Inti	.186	.022	.402	.202	4.941
Kebutuhan Mencari Variasi	.045	.019	.060	.741	1.349
a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan					



Lampiran 7

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-26,582	9,78		-2,718	0,008
	Masalah Etika	15,566	2,98	0,352	5,223	0
	Ketidaknyamanan	0,17	0,041	0,233	4,133	0
	Kegagalan Layanan Inti	0,186	0,022	0,402	8,483	0
	Kebutuhan Mencari Variasi	0,045	0,019	0,06	2,415	0,018
a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan						



Lampiran 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

a. Sebelum dimoderasi *Variety Seeking*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.599	.572	2.51366
a. Predictors: (Constant), Kegagalan Layanan Inti, Ketidaknyamanan, Masalah Etika				
b. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan				

b. Setelah dimoderasi *Variety Seeking*

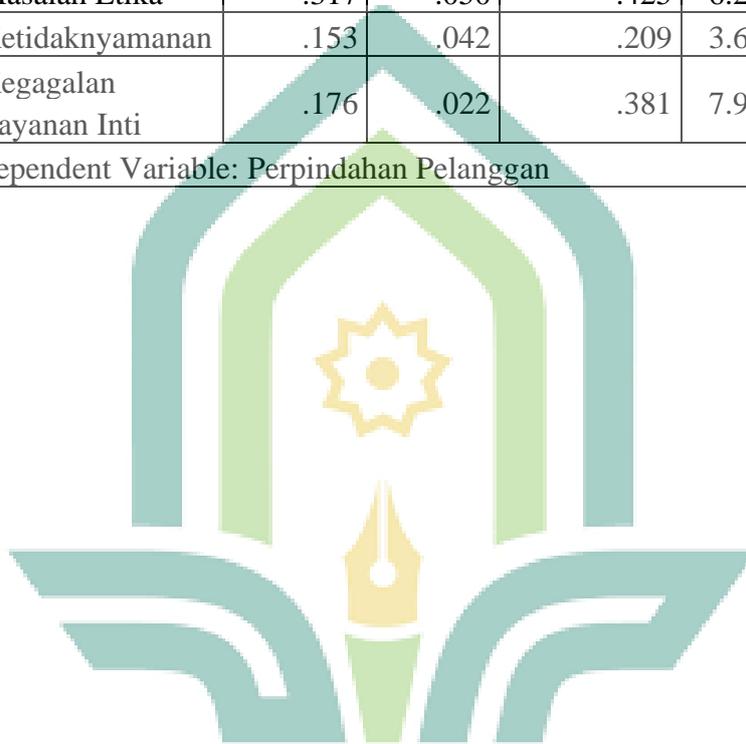
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	0.807	0.798	1.457
a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Mencari Variasi, Kegagalan Layanan Inti, Ketidaknyamanan, Masalah Etika				
b. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan				

Lampiran 10

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.434	1.197		17.905	.000
	Masalah Etika	.317	.050	.425	6.290	.000
	Ketidaknyamanan	.153	.042	.209	3.628	.000
	Kegagalan Layanan Inti	.176	.022	.381	7.939	.000

a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan



Lampiran 11

Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.401	23.420		-.487	.628
	Masalah Etika	39.710	11.584	.824	3.428	.001
	Ketidaknyamanan	-3.105	.877	-3.897	-3.542	.001
	Kegagalan Layanan Inti	1.635	.494	3.242	3.310	.001
	x1z	-.714	.225	-3.918	-3.176	.002
	x2z	.084	.022	8.755	3.773	.000
	x3z	-.036	.012	-4.419	-2.961	.004

a. Dependent Variable: Perpindahan Pelanggan

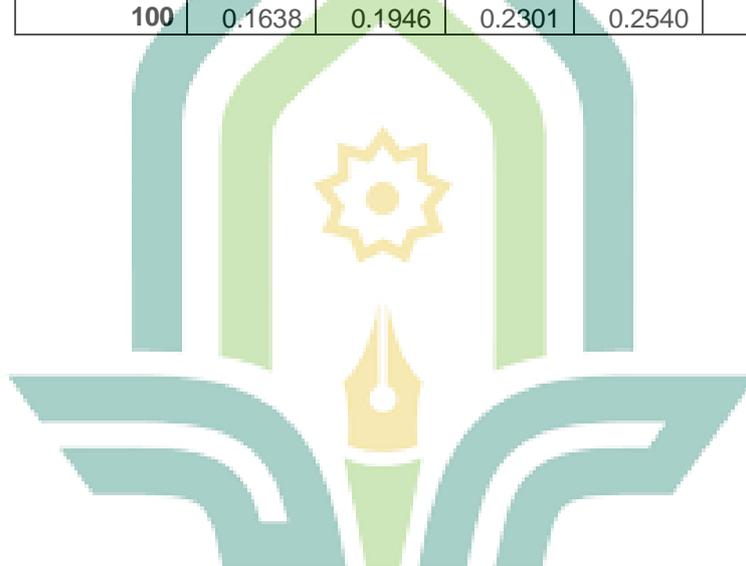


Lampiran 12

Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Lampiran 13

Tabel t

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81		0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82		0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83		0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84		0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85		0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86		0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87		0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88		0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89		0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90		0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91		0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92		0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93		0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94		0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95		0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96		0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97		0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98		0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99		0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100		0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101		0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102		0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103		0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104		0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105		0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106		0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107		0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108		0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109		0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110		0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111		0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112		0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113		0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114		0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115		0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116		0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117		0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118		0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119		0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120		0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 14

Surat Pengantar Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uiningsudur.ac.id email: febi@uingsudur.ac.id

Nomor : B-1449/Un.27/F.IV/TL.00/08/2023 29 Agustus 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Surat Izin Penelitian

Yth. Kepala Pimpinan Dinas koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Tenaga Kerja Kab. Pekalongan
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Siti Nariah
NIM : 4220070
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul
"Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan, Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen)"

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Balai Sertifikasi Elektronik

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh:

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
NIP. 197502201999032001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



Lampiran 15

Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

SURAT KETERANGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuri Kamaliyah

Alamat : Nyamok Kec. Kajen

Jenis Usaha : Rumah Makan

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Siti Nariah

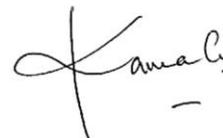
NIM : 4220070

Judul Skripsi : Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan, dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen)

Benar-benar telah melakukan penelitian mulai dari tanggal 23 September-10 November 2023 di Kecamatan Kajen untuk menyusun skripsi dengan judul **"Pengaruh Masalah Etika, Ketidaknyamanan, dan Kegagalan Layanan Inti terhadap Perpindahan Pelanggan Bank Konvensional ke Bank Syariah dengan Kebutuhan Mencari Variasi sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen)"**. Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 15 Desember 2023



Nuri Kamaliyah

Pengusaha Rumah Makan

Lampiran 16

Dokumentasi Penelitian



Lampiran 17

Data Pengusaha di Kecamatan Kajen

NO.	BADAN USAHA	NAMA PERUSAHAAN	NAMA PEMILIK	RT/RW	ALAMAT/DESA	KELURAHAN	KECAMATAN	JENIS PRODUK
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	PERSEORANGAN		MUNINGGAR	001/002	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Penggilangan Padi
2	USAHA DAGANG	AL-POTO	AGUS BUDIHARTO	003/001	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Percetakan
3	PERSEORANGAN		CASIO	002/001	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Konveksi
4	PERSEORANGAN		NUR HIDAYAH	003/001	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Susu Kedelai
5	PERSEORANGAN		SITI UMAROH	003/002	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Peyek
6	PERSEORANGAN		SITI ERIYAH	003/002	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Krupuk
7	PERSEORANGAN		PATRIYAH	002/002	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Kasur
8	PERSEORANGAN		ANDIKA K	004/003	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Air Minum
9	PERSEORANGAN		DWI KARYANTO	001/004	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Percetakan
10	PERSEORANGAN	FARA FASHION	JUNAEDI	002/004	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Konveksi
11	PERSEORANGAN		BUDI SUROYO	002/004	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Konveksi
12	PERSEORANGAN		HARYANTO W	003/002	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Percetakan
13	PERSEORANGAN		NAKAPI	003/005	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Susu Kedelai
14	PERSEORANGAN		ANTO MULYO	001/006	Sin.prend	Sin.prend	KAJEN	Konveksi
15	PERSEORANGAN	BANGUN INDAH	MULATI	09/05	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Pengggajian Kayu
16	PERSEORANGAN		SUYANTO	09/05	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
17	PERSEORANGAN		MUSTAKIM	10/05	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
18	PERSEORANGAN		WARTO	01/01	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
19	PERSEORANGAN		IMRON	02/01	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
20	PERSEORANGAN		MUSKAMAL	04/02	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
21	PERSEORANGAN		H.EDI HARYANTO	03/02	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
22	PERSEORANGAN	SANGKAR JAYA	IWINARNO	04/02	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Sangkar Burung
23	PERSEORANGAN		MUHLAR	04/02	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
24	PERSEORANGAN		KASIM	08/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
25	PERSEORANGAN		CHUMALDI	08/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
26	PERSEORANGAN		YUNIARTI	08/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
27	PERSEORANGAN	SAKA ALBA	HANDOYO	08/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Pengggajian Kayu
28	PERSEORANGAN		SUYANTO	07/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Krupuk
29	PERSEORANGAN		SUSILO	06/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
30	PERSEORANGAN		SURONO	06/04	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Konveksi
31	PERSEORANGAN		DESI ELISAH	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
32	PERSEORANGAN		TAMINI	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
33	PERSEORANGAN		UMIYAH	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
34	PERSEORANGAN		WAHYU	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Kusen
35	PERSEORANGAN		SRI	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
36	PERSEORANGAN		MIDAH	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
37	PERSEORANGAN		RAUMI	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
38	PERSEORANGAN		WAREM	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
39	PERSEORANGAN		SUDRI	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
40	PERSEORANGAN		RIPAHA	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
41	PERSEORANGAN		SUCI	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
42	PERSEORANGAN		ISRIYAH	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
43	PERSEORANGAN		SATI RAHAYU	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Anyaman Bambu
44	PERSEORANGAN		SRIAH	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Penggilangan Padi
45	PERSEORANGAN		JUMADI	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
46	PERSEORANGAN		DODG ALFIAN	05/03	Pek.Alit	Pek.Alit	KAJEN	Tempe
47	PERSEORANGAN		SUBECHE	01/01	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	TEMPE
48	PERSEORANGAN		AHMAD SOFI	01/01	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	TEMPE
49	PERSEORANGAN		SÜDIRMAN	01/01	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	TEMPE
50	PERSEORANGAN		DA'UMI	01/01	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KRUPUK
51	PERSEORANGAN		HARDEDI	02/01	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KONVEKSI
52	PERSEORANGAN		BISRI MUSTOFA	04/02	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KONVEKSI
53	PERSEORANGAN		SUTIONO	05/02	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KONVEKSI
54	PERSEORANGAN		RAHYOTO	06/03	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KONVEKSI
55	PERSEORANGAN		FERRI YANTO	03/02	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KONVEKSI
56	PERSEORANGAN		NUZID	05/02	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	KONVEKSI
57	PERSEORANGAN		MA'ISAH	03/02	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	TELOR ASIN
58	PERSEORANGAN		AHMAD ARIFIN	04/02	KAJONGAN	KAJONGAN	KAJEN	REYENG
59	PERSEORANGAN		WANTIN	02/01	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Kerupuk
60	PERSEORANGAN		HADI	02/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
61	PERSEORANGAN		MARDI	02/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Jahe Instan
62	PERSEORANGAN		RUSTONO	01/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
63	PERSEORANGAN		NINIK	01/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
64	PERSEORANGAN		LILIS	01/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
65	PERSEORANGAN		ROHSUKIM	02/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
66	PERSEORANGAN		SAMSUDIN	02/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Konveksi
67	PERSEORANGAN		YANTO/PEOT	03/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
68	PERSEORANGAN		YANTO	01/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Konveksi
69	PERSEORANGAN		TOPO	01/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Meubel
70	PERSEORANGAN		ISMONO	03/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
71	PERSEORANGAN		RIRIN	03/01	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit

72	PERSEORANGAN		DURYANI	03/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
73	PERSEORANGAN		SUYATMAN	03/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Es Kado
74	PERSEORANGAN		DARYO	01/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Meubel
75	PERSEORANGAN		NUR JAENAH	03/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
76	PERSEORANGAN		NASOKHA	02/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Konveksi
77	PERSEORANGAN		BANDIYAH	02/03	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
78	PERSEORANGAN		RESALI	03/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
79	PERSEORANGAN		RASIDI	03/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Penjahit
80	PERSEORANGAN		PURWANTO	01/02	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Roti bolu
81	PERSEORANGAN		GIYOTO	03/01	SANGKANJOYO	SANGKANJOYO	KAJEN	Konveksi
82	PERSEORANGAN		DAIMU	01/02	KEMANGGON	TANJUNGGULON	KAJEN	Telur Asin
83	PERSEORANGAN		BEJO	01/02	KEMANGGON	TANJUNGGULON	KAJEN	Olahan Kayu
84	PERSEORANGAN		SARIPUDIN	02/02	KEMANGGON	TANJUNGGULON	KAJEN	Konveksi
85	PERSEORANGAN		MARYONO	02/02	KEMANGGON	TANJUNGGULON	KAJEN	Konveksi
86	PERSEORANGAN		TRI SULIHATIN	03/02	KEMANGGON	TANJUNGGULON	KAJEN	Roti
87	PERSEORANGAN		MUKTI WIDDODO	01/01	KEMANGGON	TANJUNGGULON	KAJEN	Olahan Kayu
88	PERSEORANGAN		SUTARYO	02/10	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Konveksi
89	PERSEORANGAN		ROHIMI	02/10	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Rengginang Singkong
90	PERSEORANGAN		PURNOMO	03/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Rengginang Singkong
91	PERSEORANGAN		WARPUAH	03/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Opak Singkong
92	PERSEORANGAN		KASNI	03/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Rengginang Singkong
93	PERSEORANGAN		H. WAHABI	03/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Konveksi
94	PERSEORANGAN		FAUZI	03/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Konveksi
95	PERSEORANGAN		SAYUTI	04/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Opak Singkong
96	PERSEORANGAN		GIYOTO	04/01	TANJUNG	TANJUNGGULON	KAJEN	Konveksi
97	PERSEORANGAN		TABRI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Gula Merah
98	PERSEORANGAN		DARYASIH	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
99	PERSEORANGAN		KASRINI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
100	PERSEORANGAN		RUMINI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
101	PERSEORANGAN		TRAIYAH	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
102	PERSEORANGAN		WATINI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
103	PERSEORANGAN		SRI LESTARI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
104	PERSEORANGAN		SUWARNI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
105	PERSEORANGAN		SUKARNI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
106	PERSEORANGAN		DANUSRI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
107	PERSEORANGAN		KASMI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
108	PERSEORANGAN		RASIN	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
109	PERSEORANGAN		MARYUTI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
110	PERSEORANGAN		SUYANTI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
111	PERSEORANGAN		WMAWARTI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
112	PERSEORANGAN		SRI PUJOWATI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
113	PERSEORANGAN		RESMINI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
114	PERSEORANGAN		CASPINAH	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
115	PERSEORANGAN		KASRINI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
116	PERSEORANGAN		KIRNO	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
117	PERSEORANGAN		RESMINI	01	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Anyaman Bambu
118	PERSEORANGAN		KASMIJUN	02	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Rice Mill
119	PERSEORANGAN		HENI	02	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
120	PERSEORANGAN		SITI ISMAYA	02	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
121	PERSEORANGAN		TAIDI	02	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Anyaman Bambu
122	PERSEORANGAN		WARDAH	02	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Susu Kedelai
123	PERSEORANGAN		WAHADI	02	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Rice Mill
124	PERSEORANGAN		WARVASIH	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Susu Kedelai
125	PERSEORANGAN		KARNIK	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Kripiik Pisang
126	PERSEORANGAN		TARYONIO	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Rice Mill
127	PERSEORANGAN		KUAT SABAR	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Sempolan
128	PERSEORANGAN		RAHAYU	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
129	PERSEORANGAN		SURONO	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Penjahit
130	PERSEORANGAN		WAINAH	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
131	PERSEORANGAN		WAHYONO	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Penjahit
132	PERSEORANGAN		DASUMI	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
133	PERSEORANGAN		KURIAH	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Reyeng
134	PERSEORANGAN		EKO SUSWATO	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Penjahit
135	PERSEORANGAN		SUDARNO	03	BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	Rice Mill
136	PERSEORANGAN		M ZAINURI	08/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
137	PERSEORANGAN		KAMIL	08/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
138	PERSEORANGAN		SURONALI	08/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
139	PERSEORANGAN		A KHOLIQ	07/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
140	PERSEORANGAN		TAMBAR	11/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
141	PERSEORANGAN		CAHYO ARIFIN	11/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
142	PERSEORANGAN		RISHANAH	11/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
143	PERSEORANGAN		HADI P	11/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
144	PERSEORANGAN		WINARDI	11/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
145	PERSEORANGAN		DAROYAH	11/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
146	PERSEORANGAN		WIYANTI	09/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
147	PERSEORANGAN		WIWIN S	09/06	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI

148	PERSEORANGAN	SUMITRI	05/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
149	PERSEORANGAN	AGUS S	09/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
150	PERSEORANGAN	WASMAD	09/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
151	PERSEORANGAN	ROHANI	09/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
152	PERSEORANGAN	EDY C	06/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
153	PERSEORANGAN	CISWANTO	06/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
154	PERSEORANGAN	JUBAEDAH	06/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
155	PERSEORANGAN	ASIP H	05/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
156	PERSEORANGAN	MIFTAHUDIN	10/05	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	RICE MILL
157	PERSEORANGAN	SUKADI	08/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	BATA MERAH
158	PERSEORANGAN	DALARI	09/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	BATA MERAH
159	PERSEORANGAN	BAI	08/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	BATA MERAH
160	PERSEORANGAN	DOLALI	08/04	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	BATA MERAH
161	PERSEORANGAN	DARNO W	06/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	RICE MILL
162	PERSEORANGAN	KASMONO	07/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
163	PERSEORANGAN	MINAH	09/03	SAMBIROTO	SAMBIROTO	KAJEN	KONVEKSI
164	PERSEORANGAN	CASMARI	03/02	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
165	PERSEORANGAN	HERI SUSANTO	01/02	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
166	PERSEORANGAN	SUNDIROH	02/02	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
167	PERSEORANGAN	WIRJO	01/01	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	RICE MILL
168	PERSEORANGAN	SUGONDO	01/02	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	PENGGERGAJIAN
169	PERSEORANGAN	HERISANTOSO	01/02	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
170	PERSEORANGAN	HETI P	01/08	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	PISANG KRIPSI
171	PERSEORANGAN	KASRIN	01/08	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	TEMPE
172	PERSEORANGAN	SABUDI	02/08	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	PROFIL
173	PERSEORANGAN	MUNIRI	02/08	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
174	PERSEORANGAN	DASIAH	02/08	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
175	PERSEORANGAN	KAMSARI	03/06	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	TELOR ASIN
176	PERSEORANGAN	KAMSARI	03/06	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KAYU BAKAR
177	PERSEORANGAN	ALIM	03/06	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
178	PERSEORANGAN	TRI	03/06	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
179	PERSEORANGAN	SISWO	03/06	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KUSEN
180	PERSEORANGAN	MUNAJI	03/06	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
181	PERSEORANGAN	ROHYADI	03/03	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	TEMPE
182	PERSEORANGAN	ASMUNI	03/03	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KRUPIK
183	PERSEORANGAN	HARDI	02/02	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	MEUBEL
184	PERSEORANGAN	CUNAENAH	03/09	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KRIPIK
185	PERSEORANGAN	SOPIAH	01/010	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	LONTONG

186	PERSEORANGAN	REJEH R	04/012	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KUE
187	PERSEORANGAN	DIDI K	02/09	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
188	PERSEORANGAN	SUPRIYAH	03/09	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KAYU BAKAR
189	PERSEORANGAN	MEDI	02/010	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	GIPSUM
190	PERSEORANGAN	SAMSURI	01/010	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
191	PERSEORANGAN	AMINAH	02/010	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
192	PERSEORANGAN	SELANI	02/010	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
193	PERSEORANGAN	SUGIONO	02/010	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	TAYLOR
194	PERSEORANGAN	SYAEPUL	01/012	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
195	PERSEORANGAN	RUSADI	02/012	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	PERCETAKAN
196	PERSEORANGAN	H SUROTO	04/012	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	SABLON
197	PERSEORANGAN	H SAMSURI	02/09	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	RICE MILL
198	PERSEORANGAN	SRIATI	02/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KRIPIK
199	PERSEORANGAN	WIHANDOKO	02/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
200	PERSEORANGAN	RUSAN	01/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
201	PERSEORANGAN	CASMON	03/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
202	PERSEORANGAN	TARMUJI	01/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
203	PERSEORANGAN	RASMADI	02/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
204	PERSEORANGAN	GUSTIANI	02/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	KONVEKSI
205	PERSEORANGAN	YOGA SAPUTRA	02/011	GANDARUM	GANDARUM	KAJEN	TELOR ASIN
206	PERSEORANGAN	JASMARI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
207	PERSEORANGAN	TARJANI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
208	PERSEORANGAN	SUMARNO	02/02	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
209	PERSEORANGAN	TARYUDI	04/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
210	PERSEORANGAN	YONO	08/04	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
211	PERSEORANGAN	SUBEJO	08/04	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
212	PERSEORANGAN	SUHARDI	08/04	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
213	PERSEORANGAN	SAIFUL	07/04	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	RICE MILL
214	PERSEORANGAN	SAPYO	06/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	SAPU
215	PERSEORANGAN	BRAWIJAYA	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	SAPU
216	PERSEORANGAN	KASMANI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	SAPU
217	PERSEORANGAN	NUR JANAH	05/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	KOPI
218	PERSEORANGAN	SAYEM	02/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	KOPI
219	PERSEORANGAN	WONDO	04/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH
220	PERSEORANGAN	JONO	02/02	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH
221	PERSEORANGAN	SARYONO	02/02	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH
222	PERSEORANGAN	CASTAM	02/02	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH
223	PERSEORANGAN	ROHANI	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH

224	PERSEORANGAN	SLAMET	02/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH
225	PERSEORANGAN	KASIR	07/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	GULA MERAH
226	PERSEORANGAN	SLAMET K	08/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	KRIPIK
227	PERSEORANGAN	M TOYIB	02/02	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	KRIPIK
228	PERSEORANGAN	SURATMAN	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	KUSEN
229	PERSEORANGAN	SUWARDI	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	KUSEN
230	PERSEORANGAN	GATOT	02/02	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	PERCETAKAN
231	PERSEORANGAN	RAUNI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
232	PERSEORANGAN	CASTIRI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
233	PERSEORANGAN	KUSTINI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
234	PERSEORANGAN	TANJAH	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
235	PERSEORANGAN	CARTEM	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
236	PERSEORANGAN	NURUL F	07/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
237	PERSEORANGAN	SITI A	07/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
238	PERSEORANGAN	MUSRIATUN	07/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
239	PERSEORANGAN	LAILATUL M	07/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
240	PERSEORANGAN	SITI M	07/07	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
241	PERSEORANGAN	CARIAH	07/07	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
242	PERSEORANGAN	RAATI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
243	PERSEORANGAN	TRIMO	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
244	PERSEORANGAN	SRI UMENENG	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
245	PERSEORANGAN	DAMI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
246	PERSEORANGAN	WARYUMI	03/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
247	PERSEORANGAN	RUMIATUN	02/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
248	PERSEORANGAN	RONDEATI	02/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
249	PERSEORANGAN	TRI LESTARI	02/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
250	PERSEORANGAN	SAIYAH	02/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
251	PERSEORANGAN	DUMYALI	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
252	PERSEORANGAN	SITI S	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
253	PERSEORANGAN	RASMINAH	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
254	PERSEORANGAN	SRI K	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
255	PERSEORANGAN	WARTIYAH	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
256	PERSEORANGAN	HARTINI	01/01	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
257	PERSEORANGAN	DASEM	08/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
258	PERSEORANGAN	RIZKIYAH	08/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
259	PERSEORANGAN	INAYAH	08/03	LINGGO ASRI	LINGGO ASRI	KAJEN	REYENG
260	PERSEORANGAN	KUSWIRI	01 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
261	PERSEORANGAN	PUJI	01 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

262	PERSEORANGAN	WIWIK INDARTI	01 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
263	PERSEORANGAN	MUSRIPAH	01 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
264	PERSEORANGAN	SOPANIYAH	01 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
265	PERSEORANGAN	WARNITI	01 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
266	PERSEORANGAN	WARYONAH	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
267	PERSEORANGAN	TURIPAH	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
268	PERSEORANGAN	RANI	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
269	PERSEORANGAN	RAIYAH	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
270	PERSEORANGAN	MAIDAH	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
271	PERSEORANGAN	SOEMI	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
272	PERSEORANGAN	SUTARMI	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
273	PERSEORANGAN	SRIYATUN	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
274	PERSEORANGAN	DANUSRI	02 / 01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
275	PERSEORANGAN	ASJAH	03/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
276	PERSEORANGAN	ENI MEL PURWATI	02/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
277	PERSEORANGAN	MITRI	02/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
278	PERSEORANGAN	SRI MURNIASIH	01/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
279	PERSEORANGAN	SARIMPI	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
280	PERSEORANGAN	DANUMI	03/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
281	PERSEORANGAN	CASMARI	03/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	KONVEKSI
282	PERSEORANGAN	FUAD HASAN	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	PERCETAKAN
283	PERSEORANGAN	TOTO KUSNOTO	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	KONVEKSI
284	PERSEORANGAN	RUWIYAH	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
285	PERSEORANGAN	MUNARTI	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
286	PERSEORANGAN	KASTIYAH	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
287	PERSEORANGAN	KUSRI	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
288	PERSEORANGAN	RINTEN	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
289	PERSEORANGAN	INDUN	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
290	PERSEORANGAN	CASMUI	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
291	PERSEORANGAN	RANTAMAH	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
292	PERSEORANGAN	TARSANAH	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
293	PERSEORANGAN	DANUMI	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
294	PERSEORANGAN	NOKISAH	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
295	PERSEORANGAN	DASMARI	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	KONVEKSI
296	PERSEORANGAN	ROHYATIN	03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
297	PERSEORANGAN	KASTIRI	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
298	PERSEORANGAN	TUTININGSIH	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
299	PERSEORANGAN	WAJAH	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

300	PERSEORANGAN	SUYEKTI	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
301	PERSEORANGAN	SRI WASTUTI NINGSIH	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
302	PERSEORANGAN	KARNITI	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
303	PERSEORANGAN	DASMI	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
304	PERSEORANGAN	TOATI	04/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
305	PERSEORANGAN	SUPARTI	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
306	PERSEORANGAN	RANTIAH	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
307	PERSEORANGAN	MUNDASAH	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
308	PERSEORANGAN	DAISAH	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
309	PERSEORANGAN	RAYI	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
310	PERSEORANGAN	SARINAH	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
311	PERSEORANGAN	WAHYUNI	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
312	PERSEORANGAN	WIDIYATI	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
313	PERSEORANGAN	WINDARTI	05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
314	PERSEORANGAN	SAAMI	06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
315	PERSEORANGAN	DARYATI	06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
316	PERSEORANGAN	CAREM	06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
317	PERSEORANGAN	MUTI	06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
318	PERSEORANGAN	SURYATI	06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
319	PERSEORANGAN	SUCI	06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
320	PERSEORANGAN	SUSUMIYATI	07/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
321	PERSEORANGAN	MUNIRI	07/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
322	PERSEORANGAN	SRI KUKUH	07/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
323	PERSEORANGAN	SUMIRAH	07/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
324	PERSEORANGAN	SUPARIYAH	08/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
325	PERSEORANGAN	DARNOKNI	08/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
326	PERSEORANGAN	MUNTARNI	08/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
327	PERSEORANGAN	CARINAH	08/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
328	PERSEORANGAN	ISWANDIYAH	08/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
329	PERSEORANGAN	LESTARI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
330	PERSEORANGAN	KUSWANTI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
331	PERSEORANGAN	KUSMERI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
332	PERSEORANGAN	KUNDIYATI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
333	PERSEORANGAN	DAUPI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
334	PERSEORANGAN	DEWI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
335	PERSEORANGAN	DARMI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
336	PERSEORANGAN	SUWARNI	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
337	PERSEORANGAN	HANJAR	09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

376	PERSEORANGAN	FAHMI ALFIANSAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
377	PERSEORANGAN	SURYO NURIKSAN	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
378	PERSEORANGAN	DULMANAN	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
379	PERSEORANGAN	KOODIN	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
380	PERSEORANGAN	TOHIR	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
381	PERSEORANGAN	KASIRIN	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
382	PERSEORANGAN	SUMIRAH	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
383	PERSEORANGAN	KANDUNG	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
384	PERSEORANGAN	RUDU	10/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
385	PERSEORANGAN	KUNDRIYAH	10/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
386	PERSEORANGAN	SULAM	10/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
387	PERSEORANGAN	SUTARKO	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	KONVEKSI
388	PERSEORANGAN	MULYO	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	MEUBEL
389	PERSEORANGAN	TRİYATI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
390	PERSEORANGAN	TARMI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
391	PERSEORANGAN	SRIMULYANINGSIH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
392	PERSEORANGAN	KRISTIANI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
393	PERSEORANGAN	SIKUN	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
394	PERSEORANGAN	CAMI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
395	PERSEORANGAN	DISTRİ	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
396	PERSEORANGAN	BAWON	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
397	PERSEORANGAN	MIRI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
398	PERSEORANGAN	BEKTI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
399	PERSEORANGAN	WIHARTI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
400	PERSEORANGAN	YANTI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
401	PERSEORANGAN	HENI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
402	PERSEORANGAN	KUSNIAH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
403	PERSEORANGAN	DAIMU	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
404	PERSEORANGAN	CASRI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
405	PERSEORANGAN	SINAH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
406	PERSEORANGAN	KASIH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
407	PERSEORANGAN	DATRI	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
408	PERSEORANGAN	KASRI	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
409	PERSEORANGAN	PURWATI	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
410	PERSEORANGAN	SUNDIROH	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
411	PERSEORANGAN	KUSRIAH	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
412	PERSEORANGAN	NURI	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
413	PERSEORANGAN	WARUMIATI	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

414	PERSEORANGAN		DARYATI	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
415	PERSEORANGAN		SALMINAH	02/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
416	PERSEORANGAN		MUNIRI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
417	PERSEORANGAN		SAERAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
418	PERSEORANGAN		DARIYAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
419	PERSEORANGAN		DARIYAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
420	PERSEORANGAN		LOMI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
421	PERSEORANGAN		CATEM	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
422	PERSEORANGAN		TUTUR	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
423	PERSEORANGAN		YULANSARI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
424	PERSEORANGAN		RISAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
425	PERSEORANGAN		SUPI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
426	PERSEORANGAN		WAINAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
427	PERSEORANGAN		DUAH	03/1	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
428	PERSEORANGAN		WAHYUNI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
429	PERSEORANGAN		RATHI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
430	PERSEORANGAN		WAHYUNI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
431	PERSEORANGAN		RUSMINI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
432	PERSEORANGAN		TUMIRI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
433	PERSEORANGAN		ALIMI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
434	PERSEORANGAN		RAMI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
435	PERSEORANGAN		CATI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
436	PERSEORANGAN		CAREM	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
437	PERSEORANGAN		SULASTRI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
438	PERSEORANGAN		SIWEN	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
439	PERSEORANGAN		SURATHI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
440	PERSEORANGAN		WIWIN	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
441	PERSEORANGAN		NURI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
442	PERSEORANGAN		WARSITI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
443	PERSEORANGAN		NURIPAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
444	PERSEORANGAN		CASMAI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
445	PERSEORANGAN		MARWAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
446	PERSEORANGAN		DURIAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
447	PERSEORANGAN		DANIS	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
448	PERSEORANGAN		RANI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
449	PERSEORANGAN		CASMIRI	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
450	PERSEORANGAN		LIYA	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
451	PERSEORANGAN		DAMIRAH	03/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
452	PERSEORANGAN		CATEM	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
453	PERSEORANGAN		WARYONO	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
454	PERSEORANGAN		KISEM	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
455	PERSEORANGAN		KASTINI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
456	PERSEORANGAN		DEWI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
457	PERSEORANGAN		SUTI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
458	PERSEORANGAN		DARYI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
459	PERSEORANGAN		RESMI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
460	PERSEORANGAN		RAHAYU	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
461	PERSEORANGAN		DARMONAH	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
462	PERSEORANGAN		RATI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
463	PERSEORANGAN		SUNI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
464	PERSEORANGAN		KARNITI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
465	PERSEORANGAN		CASRI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
466	PERSEORANGAN		TUTININGSIH	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
467	PERSEORANGAN		CAYUMI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
468	PERSEORANGAN		KASTURI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
469	PERSEORANGAN		CASMINI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
470	PERSEORANGAN		RIJAH	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
471	PERSEORANGAN		ROHATI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
472	PERSEORANGAN		WASTIAH	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
473	PERSEORANGAN		RAHAYU	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
474	PERSEORANGAN		SARI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
475	PERSEORANGAN		RIWIS	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
476	PERSEORANGAN		WIRI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
477	PERSEORANGAN		WARSITI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
478	PERSEORANGAN		SUDRI	04/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
479	PERSEORANGAN		NURHAYATI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
480	PERSEORANGAN		SULASTRI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
481	PERSEORANGAN		TRİYAH	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
482	PERSEORANGAN		YUNI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
483	PERSEORANGAN		SUMARNI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
484	PERSEORANGAN		CAMI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
485	PERSEORANGAN		SIMUR	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
486	PERSEORANGAN		SINAH	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
487	PERSEORANGAN		MINI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
488	PERSEORANGAN		TARMONAH	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
489	PERSEORANGAN		SUNDARI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

528	PERSEORANGAN		REJEH	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
529	PERSEORANGAN		CASMIRAH	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
530	PERSEORANGAN		KUSNAENI	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
531	PERSEORANGAN		RADEM	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
532	PERSEORANGAN		SITI	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
533	PERSEORANGAN		RUTINAH	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
534	PERSEORANGAN		HARSHI	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
535	PERSEORANGAN		TAMARI	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
536	PERSEORANGAN		SUENI	06/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
537	PERSEORANGAN		CATI	05/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
538	PERSEORANGAN		SRI RAHAYU	09/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
539	PERSEORANGAN		CUSWATI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
540	PERSEORANGAN		ENDANG WATI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
541	PERSEORANGAN		DANIUS	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
542	PERSEORANGAN		RIDAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
543	PERSEORANGAN		KASMURI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
544	PERSEORANGAN		RAMISH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
545	PERSEORANGAN		DAONAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
546	PERSEORANGAN		KASTURI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
547	PERSEORANGAN		SUDRIYAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
548	PERSEORANGAN		TARMINI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
549	PERSEORANGAN		RUMANAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
550	PERSEORANGAN		WARTINI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
551	PERSEORANGAN		RAHAYU	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
552	PERSEORANGAN		LASMI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
553	PERSEORANGAN		RAMI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
554	PERSEORANGAN		WARNI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
555	PERSEORANGAN		MANIS	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
556	PERSEORANGAN		TUSRI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
557	PERSEORANGAN		KARYI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
558	PERSEORANGAN		KARSI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
559	PERSEORANGAN		RATMI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
560	PERSEORANGAN		CASIYAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
561	PERSEORANGAN		SUPARNI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
562	PERSEORANGAN		TINAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
563	PERSEORANGAN		DASI PON	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
564	PERSEORANGAN		DARYATI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
565	PERSEORANGAN		RUMINI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

566	PERSEORANGAN		SRI MULYATI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
567	PERSEORANGAN		TARIYAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
568	PERSEORANGAN		SUPARNI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
569	PERSEORANGAN		RAHAYU	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
570	PERSEORANGAN		DUANAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
571	PERSEORANGAN		SUKENI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
572	PERSEORANGAN		CALES	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
573	PERSEORANGAN		DASIH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
574	PERSEORANGAN		KASRI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
575	PERSEORANGAN		RUBI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
576	PERSEORANGAN		TARMINI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
577	PERSEORANGAN		TUMINAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
578	PERSEORANGAN		SUBUR	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
579	PERSEORANGAN		TARIPAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
580	PERSEORANGAN		MUNIRI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
581	PERSEORANGAN		MANIS	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
582	PERSEORANGAN		SUMIRAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
583	PERSEORANGAN		MONAH	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
584	PERSEORANGAN		NURYATI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
585	PERSEORANGAN		TARJUNI	09/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
586	PERSEORANGAN		MUNASRI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
587	PERSEORANGAN		TARMIYATI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
588	PERSEORANGAN		TARMINI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
589	PERSEORANGAN		RIMBI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
590	PERSEORANGAN		REJEH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
591	PERSEORANGAN		REWOHATI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
592	PERSEORANGAN		CASEM	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
593	PERSEORANGAN		KARTIYAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
594	PERSEORANGAN		SUNDRIYAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
595	PERSEORANGAN		CALEM	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
596	PERSEORANGAN		ENDANG WINARTI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
597	PERSEORANGAN		SUMIYATI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
598	PERSEORANGAN		WARSI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
599	PERSEORANGAN		RUBI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
600	PERSEORANGAN		RASIAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
601	PERSEORANGAN		SIDAR	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
602	PERSEORANGAN		WINDI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
603	PERSEORANGAN		SUNAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

604	PERSEORANGAN		WARNINGSIH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
605	PERSEORANGAN		SULASMI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
606	PERSEORANGAN		MURYATI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
607	PERSEORANGAN		DARIYAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
608	PERSEORANGAN		RUTINAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
609	PERSEORANGAN		SUTIN	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
610	PERSEORANGAN		CAMI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
611	PERSEORANGAN		CASTRI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
612	PERSEORANGAN		WATEM	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
613	PERSEORANGAN		WARNITI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
614	PERSEORANGAN		DARSIH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
615	PERSEORANGAN		CAMES	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
616	PERSEORANGAN		RAMI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
617	PERSEORANGAN		KARI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
618	PERSEORANGAN		CATEM	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
619	PERSEORANGAN		PINGAL	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
620	PERSEORANGAN		SUYATI	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
621	PERSEORANGAN		SUTIRAH	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
622	PERSEORANGAN		KASEM	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
623	PERSEORANGAN		DANIS	07/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
624	PERSEORANGAN		YATI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
625	PERSEORANGAN		MUR TNI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
626	PERSEORANGAN		CATEM	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
627	PERSEORANGAN		WASRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
628	PERSEORANGAN		NURATIJA	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
629	PERSEORANGAN		KARI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
630	PERSEORANGAN		TRININGSIH	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
631	PERSEORANGAN		KASEM	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
632	PERSEORANGAN		KASRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
633	PERSEORANGAN		CASUMI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
634	PERSEORANGAN		LASMIRAH	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
635	PERSEORANGAN		DAJEM	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
636	PERSEORANGAN		RAHAYU	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
637	PERSEORANGAN		DANUSRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
638	PERSEORANGAN		KASRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
639	PERSEORANGAN		RIYANTI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
640	PERSEORANGAN		WASRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
641	PERSEORANGAN		CASRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU

642	PERSEORANGAN		MANIS	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
643	PERSEORANGAN		KATIJAH	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
644	PERSEORANGAN		TURAH	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
645	PERSEORANGAN		DARYATI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
646	PERSEORANGAN		SUTRI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
647	PERSEORANGAN		RAMISI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
648	PERSEORANGAN		CASMNONAH	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
649	PERSEORANGAN		WASHI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
650	PERSEORANGAN		RUMINI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
651	PERSEORANGAN		MURYATI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
652	PERSEORANGAN		CAREM	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
653	PERSEORANGAN		JIAH	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
654	PERSEORANGAN		WARTINI	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
655	PERSEORANGAN		ARYA	08/02	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
656	PERSEORANGAN		TARYATI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
657	PERSEORANGAN		CARINAH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
658	PERSEORANGAN		SUCI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
659	PERSEORANGAN		KAYAH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
660	PERSEORANGAN		DARSITI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
661	PERSEORANGAN		NITI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
662	PERSEORANGAN		DANINGSIH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
663	PERSEORANGAN		CALES	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
664	PERSEORANGAN		RAIYAH	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
665	PERSEORANGAN		WASRI	01/01	TAMBAKROTO	TAMBAKROTO	KAJEN	ANYAMAN BAMBU
666	PERSEORANGAN		SURYI/ SIRENG	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
667	PERSEORANGAN		CASMIRI /CALEM	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
668	PERSEORANGAN		KASTURI/MANIS	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
669	PERSEORANGAN		BAWON/	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
670	PERSEORANGAN		TITI NURJAENAH	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
671	PERSEORANGAN		SUPRIHATIN	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
672	PERSEORANGAN		SUMARNI	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
673	PERSEORANGAN		DANI NURYATI	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
674	PERSEORANGAN		SARNI	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
675	PERSEORANGAN		KUSLIAH	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
676	PERSEORANGAN		YATI	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
677	PERSEORANGAN		CAREP	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
678	PERSEORANGAN		SUNARTI	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
679	PERSEORANGAN		DANUSRI TAWAR	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG

718	PERSEORANGAN	LINDA DWI FATMAH	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
719	PERSEORANGAN	BEKTI YANUARTI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
720	PERSEORANGAN	KUNAENI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
721	PERSEORANGAN	WARYUMI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
722	PERSEORANGAN	SITI AMINAH	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
723	PERSEORANGAN	SUPARMI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
724	PERSEORANGAN	CASRI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
725	PERSEORANGAN	KATIHAH	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
726	PERSEORANGAN	TARMI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
727	PERSEORANGAN	DANISIH	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
728	PERSEORANGAN	SULIS TIYONINGSIH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
729	PERSEORANGAN	MARTONAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
730	PERSEORANGAN	KUSNIYAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
731	PERSEORANGAN	SURATMI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
732	PERSEORANGAN	KAYEM	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
733	PERSEORANGAN	CAMEN	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
734	PERSEORANGAN	SULISTIYANINGSIH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
735	PERSEORANGAN	WARTIAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
736	PERSEORANGAN	TURI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
737	PERSEORANGAN	TARIAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
738	PERSEORANGAN	SRI HARTATI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
739	PERSEORANGAN	KASRI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
740	PERSEORANGAN	DATEM	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
741	PERSEORANGAN	SULISTIYOWATI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
742	PERSEORANGAN	SUMBUK	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
743	PERSEORANGAN	PUNIATON	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
744	PERSEORANGAN	SUMITRI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
745	PERSEORANGAN	DRYATI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
746	PERSEORANGAN	WARTIAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
747	PERSEORANGAN	NURYATI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
748	PERSEORANGAN	TUTI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
749	PERSEORANGAN	RSMIATI	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
750	PERSEORANGAN	CASMINAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
751	PERSEORANGAN	WARTIAH	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
752	PERSEORANGAN	SUTJAH	0,4	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
753	PERSEORANGAN	TARSINAH	0,4	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
754	PERSEORANGAN	TUTI HARNINGSIH	0,4	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
755	PERSEORANGAN	SENAH	0,4	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG

832	PERSEORANGAN	WAHYUNI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
833	PERSEORANGAN	SOYI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
834	PERSEORANGAN	RAMI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
835	PERSEORANGAN	TARIPAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
836	PERSEORANGAN	KASMIYAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
837	PERSEORANGAN	SRI YATI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
838	PERSEORANGAN	DURIPAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
839	PERSEORANGAN	SUPANI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
840	PERSEORANGAN	UMER	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
841	PERSEORANGAN	CASRI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
842	PERSEORANGAN	KARNITI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
843	PERSEORANGAN	WARMIL	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
844	PERSEORANGAN	ROHATI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
845	PERSEORANGAN	RUMINAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
846	PERSEORANGAN	TUTI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
847	PERSEORANGAN	DAMURI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
848	PERSEORANGAN	RUKIYAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
849	PERSEORANGAN	YASMI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
850	PERSEORANGAN	TJAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
851	PERSEORANGAN	CASMI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
852	PERSEORANGAN	SURATI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
853	PERSEORANGAN	RESMINI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
854	PERSEORANGAN	SUKIMI HARTI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
855	PERSEORANGAN	SITI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
856	PERSEORANGAN	MARNI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
857	PERSEORANGAN	MAWAR	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
858	PERSEORANGAN	KARTIAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
859	PERSEORANGAN	DURIPAH RASED	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
860	PERSEORANGAN	KARTIAH	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
861	PERSEORANGAN	WASTO	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
862	PERSEORANGAN	RESMINI DOLOS	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
863	PERSEORANGAN	DAREM	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
864	PERSEORANGAN	MULYATI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
865	PERSEORANGAN	DATRI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
866	PERSEORANGAN	CASMI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
867	PERSEORANGAN	SUPARTI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
868	PERSEORANGAN	DASUMI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
869	PERSEORANGAN	CAMI	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG

908	PERSEORANGAN	SARYU	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
909	PERSEORANGAN	SOEPI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
910	PERSEORANGAN	CAMI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
911	PERSEORANGAN	KASTURAH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
912	PERSEORANGAN	RITA SUSYANTI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
913	PERSEORANGAN	SITI PRICATI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
914	PERSEORANGAN	WARYUNI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
915	PERSEORANGAN	TAYIMAH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
916	PERSEORANGAN	SAMPEN	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
917	PERSEORANGAN	SUNDARI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
918	PERSEORANGAN	SUTYAH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
919	PERSEORANGAN	TITI NURYANTI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
920	PERSEORANGAN	CASRI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
921	PERSEORANGAN	WASMI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
922	PERSEORANGAN	KAYEM	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
923	PERSEORANGAN	NURI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
924	PERSEORANGAN	WARNINGSIH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
925	PERSEORANGAN	DASIROH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
926	PERSEORANGAN	RESMI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
927	PERSEORANGAN	SAKEM	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
928	PERSEORANGAN	DASRI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
929	PERSEORANGAN	MURNI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
930	PERSEORANGAN	SARYI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
931	PERSEORANGAN	RAMI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
932	PERSEORANGAN	KARNI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
933	PERSEORANGAN	CASUMI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
934	PERSEORANGAN	CARIDAH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
935	PERSEORANGAN	CLUCI NURIPAH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
936	PERSEORANGAN	DANISH	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
937	PERSEORANGAN	SRI HARTATI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
938	PERSEORANGAN	SUNARTI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
939	PERSEORANGAN	DEWI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
940	PERSEORANGAN	ROYATI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
941	PERSEORANGAN	RENITASARI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
942	PERSEORANGAN	SUENDANGKASTINI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
943	PERSEORANGAN	WARNITII	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
944	PERSEORANGAN	CASMU, JANISA FITRI	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	ANYUAMAN BAMB/ REYENG
945	PERSEORANGAN	KESWORO	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH

946	PERSEORANGAN	TARNO	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
947	PERSEORANGAN	SUPARNO	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
948	PERSEORANGAN	SIPON	0,7	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
949	PERSEORANGAN	TAMARI	0,2	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	PENGGILINGAN PADI
950	PERSEORANGAN	RASJO	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
951	PERSEORANGAN	SUMINTO	0,6	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
952	PERSEORANGAN	WAHADI	0,5	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
953	PERSEORANGAN	SUENI	0,5	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
954	PERSEORANGAN	TURAH	0,5	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
955	PERSEORANGAN	KASTINI	0,5	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
956	PERSEORANGAN	MUNIRI	0,5	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	GULA MERAH
957	PERSEORANGAN	SIAM KURNIANINGSIH	0,1	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	KRIPIK SINGKONG
958	PERSEORANGAN	SUNARJO	0,4	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	MEBELER
959	PERSEORANGAN	DARSONO	0,3	KUTOROJO	KUTOROJO	KAJEN	KRIPIK PISANG
960	PERSEORANGAN	TASRI	01/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	RENGGINANG
961	PERSEORANGAN	SRI LARASATI	02/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KRIPIK
962	PERSEORANGAN	RETNO KUSTIAH	01/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	SALE
963	PERSEORANGAN	MAMI	02/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	LONTONG
964	PERSEORANGAN	SUNARTO	01/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	TAYLOR
965	PERSEORANGAN	NARTO	01/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
966	PERSEORANGAN	WAHYUDI	01/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
967	PERSEORANGAN	SLAMET	04/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	TAYLOR
968	PERSEORANGAN	HAMBALI	04/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
969	PERSEORANGAN	SUWANTO	03/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	JAMUR TIRAM
970	PERSEORANGAN	DARMONO	03/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	TAYLOR
971	PERSEORANGAN	JOHAN	03/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KONVEKSI
972	PERSEORANGAN	SURAJI	04/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KONVEKSI
973	PERSEORANGAN	WARNIA	03/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KONVEKSI
974	PERSEORANGAN	SITI AMBARIA	03/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	JAMUR TIRAM
975	PERSEORANGAN	H SUTARYO	03/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	RICE MILL
976	PERSEORANGAN	TUSRI	01/01	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KASUR
977	PERSEORANGAN	DEWI SUSANTI	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	RICE MILL
978	PERSEORANGAN	SURATNO	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
979	PERSEORANGAN	KUNIARSIH	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	AIR MINUM
980	PERSEORANGAN	SUMI	03/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	PEYEK
981	PERSEORANGAN	DANUSRI	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	INTIP
982	PERSEORANGAN	DEWI SUPRIH	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	INTIP
983	PERSEORANGAN	TRIMO	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	INTIP

984	PERSEORANGAN		WASTIAH	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	INTIP
985	PERSEORANGAN		MAMI	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	INTIP
986	PERSEORANGAN		ERNA DESTI RATNA	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	INTIP
987	PERSEORANGAN		TARNUJI	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	RICE MILL
988	PERSEORANGAN		CASEWU	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
989	PERSEORANGAN		WARTONO	07/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
990	PERSEORANGAN		SUBAGYO	07/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
991	PERSEORANGAN		TARMUJI	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
992	PERSEORANGAN		TRI GLONDONG	07/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	KUSEN
993	PERSEORANGAN		EKA TILARSIH	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	ROTI
994	PERSEORANGAN		KAMARI	05/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	TELUR ASIN
995	PERSEORANGAN		TARMUJI	06/02	SABAR WANGI	SABAR WANGI	KAJEN	TELUR ASIN
996	PERSEORANGAN		Wahono	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Bengkel Las
997	PERSEORANGAN		Arif	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Bengkel Las
998	PERSEORANGAN		Saeudin	RT 10-05 Gerdu	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Bengkel Las
999	PERSEORANGAN		Yoyok	Gejlig RT03/02	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Bengkel Las
1000	PERSEORANGAN		Ari Tasmono	Gejlig RT 06/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Bengkel Las
1001	PERSEORANGAN		Niati	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1002	PERSEORANGAN		Warsinah	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1003	PERSEORANGAN		Raisah	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1004	PERSEORANGAN		Sri yatin	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1005	PERSEORANGAN		Taiyah	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1006	PERSEORANGAN		Carkiyah	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1007	PERSEORANGAN		Rimbi	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1008	PERSEORANGAN		Soemi	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1009	PERSEORANGAN		Mar'yah	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1010	PERSEORANGAN		Casumi	Gejlig RT03/02	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1011	PERSEORANGAN		Dasmuri	Gejlig RT03/02	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1012	PERSEORANGAN		Lukman	Gejlig RT03/02	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1013	PERSEORANGAN		Dasmui	Gejlig RT01/01	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Kue Basah
1014	PERSEORANGAN		kliwon	Gejlig RT 08/04	Gejlig	Gejlig	KAJEN	industri Kue Serabi
1015	PERSEORANGAN		Rohyati	Gejlig RT 08/04	Gejlig	Gejlig	KAJEN	industri Rengginang
1016	PERSEORANGAN		Kholik	Gejlig RT 07/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Pakaian Jadi
1017	PERSEORANGAN		H. Edi Mulyo	Gejlig RT 07/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Pakaian Jadi
1018	PERSEORANGAN		Nuriman	Gejlig RT 07/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Pakaian Jadi
1019	PERSEORANGAN		Kholik	Gejlig RT 07/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Pakaian Jadi
1020	PERSEORANGAN		Sohir	Gejlig RT 06/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Pakaian Jadi
1021	PERSEORANGAN		Toni	Gejlig RT 06/03	Gejlig	Gejlig	KAJEN	Pakaian Jadi

1060	PERSEORANGAN		joko	Dk.Gumanti RT.02/01	Kutorejo	Kutorejo	KAJEN	Kerupuk
1061	PERSEORANGAN		Dadang	Dk.Gumanti RT.02/01	Kutorejo	Kutorejo	KAJEN	Kerupuk
1062	PERSEORANGAN		Warti	Dk.Gumanti RT.01/02	Kutorejo	Kutorejo	KAJEN	Besek
1063	PERSEORANGAN		Raswoyo	Dk.Gumanti RT.02/02	Kutorejo	Kutorejo	KAJEN	Mebel
1064	PERSEORANGAN		Bambang	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Bengkel Las
1065	PERSEORANGAN		Rustani	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Bengkel Las
1066	PERSEORANGAN		Lis	Nyamok RT 03/02	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Bengkel Las
1067	PERSEORANGAN		Daru Khutni	Nyamok RT.10/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Gorong-gorong
1068	PERSEORANGAN		Dalip	Nyamok RT.01/01	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Kerupuk
1069	PERSEORANGAN		Andung	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Kusen-kusen
1070	PERSEORANGAN		Tumiarstih	Nyamok RT.02/01	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Lontong
1071	PERSEORANGAN		Surati	Nyamok RT 03/02	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Lontong
1072	PERSEORANGAN		Lastri	Nyamok RT 03/02	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1073	PERSEORANGAN		Sakhur	Nyamok RT 06/03	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1074	PERSEORANGAN		Suparti	Nyamok RT 07/03	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1075	PERSEORANGAN		Suharti	Nyamok RT 07/03	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1076	PERSEORANGAN		Rasumi	Nyamok RT 07/03	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1077	PERSEORANGAN		Ramunah	Dk.Tamber RT.03/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1078	PERSEORANGAN		Nurinten	Dk.Tamber RT.03/11	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1079	PERSEORANGAN		Murnirah	Dk.Tamber RT.03/13	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1080	PERSEORANGAN		Muharti	Dk.Tamber RT.03/15	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1081	PERSEORANGAN		B. Warno	Dk.Tambor RT.09/04	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1082	PERSEORANGAN		Riyati	Dk.Tambor RT.09/04	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1083	PERSEORANGAN		Warti'ah	Dk.Tambor RT.09/04	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1084	PERSEORANGAN		Sukani	Nyamok RT.10/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1085	PERSEORANGAN		Uci	Nyamok RT.10/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1086	PERSEORANGAN		Tariyah	Nyamok RT.10/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1087	PERSEORANGAN		Sumirah	Nyamok RT.10/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1088	PERSEORANGAN		Sri Winarni	Nyamok RT.11/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1089	PERSEORANGAN		Ramiah	Nyamok RT.11/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1090	PERSEORANGAN		Watik	Nyamok RT.12/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1091	PERSEORANGAN		Jariyah	Nyamok RT.12/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1092	PERSEORANGAN		Rahman	Nyamok RT.12/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1093	PERSEORANGAN		Tarmini	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1094	PERSEORANGAN		Sudaryi	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1095	PERSEORANGAN		Rini Budi	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1096	PERSEORANGAN		Rukun	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan
1097	PERSEORANGAN		Durujak	Nyamok RT.13/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Makanan Ringan

1136	PERSEORANGAN		Danusri	Nyamok RT.11/05	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Rengginang Singkong
1137	PERSEORANGAN		Surati	Nyamok RT.12/06	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Tempe
1138	PERSEORANGAN		Slamet M	Nyamok RT 07/04	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Tempe
1139	PERSEORANGAN		Sarinah	Nyamok RT 03/02	Nyamok	Nyamok	KAJEN	Tempe Kering
1140	PERSEORANGAN		M.Tolipin	Ds Krajan RT 01/01	Pekiringan ageng	Pekiringan ageng	KAJEN	Konveksi
1141	PERSEORANGAN		Suharso	Ds Dukuh RT 03/02	Pekiringan ageng	Pekiringan ageng	KAJEN	Pengrajin Kripih Pisang
1142	PERSEORANGAN		M Sada'i	Ds Krajan RT 03/01	Pekiringan ageng	Pekiringan ageng	KAJEN	Tukang Jahit
1143	PERSEORANGAN		Tri Dwiarti	RT 10/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Kripih
1144	PERSEORANGAN		Warniti	RT 09/04	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Rengginang
1145	PERSEORANGAN		Duryani	RT 06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Reyeng
1146	PERSEORANGAN		Budiono	RT 06/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Reyeng
1147	PERSEORANGAN		Teguh	RT 07/03	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Reyeng
1148	PERSEORANGAN		Riki	RT 05/02	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Reyeng
1149	PERSEORANGAN		Sirsak	RT 03/01	PRINGSURAT	PRINGSURAT	KAJEN	Reyeng
1150	PERSEORANGAN		Ismail	Rowolaku, RT 05/02	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Konveksi
1151	PERSEORANGAN		Sumitri	Rowolaku, RT 06/01	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Konveksi
1152	PERSEORANGAN		Muslimin	Rowolaku, RT 02/02	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Mebel
1153	PERSEORANGAN		Misbahul Munir	Rowolaku, RT 02/02	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Mebel
1154	PERSEORANGAN		Ghofur Darjo	Rowolaku, RT 05/02	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Pengggajian Kayu
1155	PERSEORANGAN		Dasuri	Rowolaku, RT 04/02	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Penjahit Baju
1156	PERSEORANGAN		Buchori	Rowolaku, RT 06/01	Rowolaku	Rowolaku	KAJEN	Percetakan
1157	PERSEORANGAN		Julali	RT. 02/01 salit	Salit	Salit	KAJEN	Batu bata
1158	PERSEORANGAN		Dero	RT.03/02 salit	Salit	Salit	KAJEN	Batu bata
1159	PERSEORANGAN		Kliwon	RT.05/03 salit	Salit	Salit	KAJEN	Batu bata
1160	PERSEORANGAN		Caswono	RT.05/03 salit	Salit	Salit	KAJEN	Batu bata
1161	PERSEORANGAN		Dati	RT.04/02 salit	Salit	Salit	KAJEN	Besek
1162	PERSEORANGAN		Suto Wijoyo	RT.04/02 salit	Salit	Salit	KAJEN	Pakaian Jadi
1163	PERSEORANGAN		Ruwah	RT.07/04 salit	Salit	Salit	KAJEN	Pembuatan Kerajinan Bambu
1164	PERSEORANGAN		Soetrisno	RT.04/02 salit	Salit	Salit	KAJEN	Ricemil
1165	PERSEORANGAN		Tuni	Sukoyoso RT 03/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Ceting
1166	PERSEORANGAN		Muniri	Sukoyoso RT 03/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Ceting
1167	PERSEORANGAN		Dahri	Sukoyoso RT 03/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Ceting
1168	PERSEORANGAN		Mardiah	Sukoyoso RT 04/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Ceting
1169	PERSEORANGAN		Casmia	Sukoyoso RT 05/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Ceting + jajan
1170	PERSEORANGAN		Tarmiah	Sukoyoso RT 05/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Ceting + sayur
1171	PERSEORANGAN		Wastiah	Sukoyoso RT 03/02	Sukoyoso	Sukoyoso	KAJEN	Rempyek
1172	PERSEORANGAN		Wati	RT 05/02 Wonorejo	Wonorejo	Wonorejo	KAJEN	Jasa Jahit
1173	PERSEORANGAN		Untung	RT 08/04 wonorejo	Wonorejo	Wonorejo	KAJEN	Pakaian Jadi

1174	PERSEORANGAN		Waryi	Dk.Karangtuang RT 01/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Rengginang
1175	PERSEORANGAN		Suyud	Dk.Karangtuang RT 01/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Peyek
1176	PERSEORANGAN		Syarifah	Dk.Karangtuang RT 01/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Mebel
1177	PERSEORANGAN		Ali Yitno	Dk.Karangtuang RT 02/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Rengginang
1178	PERSEORANGAN		Sudarni	Dk.Karangtuang RT 02/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Rengginang
1179	PERSEORANGAN		Suemi	Dk.Karangtuang RT 02/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Rengginang
1180	PERSEORANGAN		Tarmuni	Dk.Karangtuang RT 02/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Rengginang
1181	PERSEORANGAN		Rumdiyah	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Peyek
1182	PERSEORANGAN		Tri Lasmi	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Rengginang
1183	PERSEORANGAN		Katijah	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Peyek
1184	PERSEORANGAN		Tasripah	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Peyek
1185	PERSEORANGAN		Sayid	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Lemper
1186	PERSEORANGAN		Wasmad	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Konveksi
1187	PERSEORANGAN		Casiyem	Dk.Karangtuang RT 03/01	Tanjungsari	Tanjungsari	KAJEN	Peyek
1188	Perorangan	KOPI KUTOREJO	WAHYU SUSILO	RT 03/RW 02	KUTORGO	KUTORGO	KAJEN	KOPI
1189	Perorangan	SIDOMAJU	SUPARTO		JAMPANGAN	PRINGSURAT	KAJEN	KOPI
1190	Perorangan	RADJA KOPI (RADJA)	JARWANTO		BRENGKOLANG	BRENGKOLANG	KAJEN	KOPI

Lampiran 18**RIWAYAT HIDUP PENULIS****A. IDENTITAS**

1. Nama : Siti Nariah
2. Tempat, tanggal lahir : Pemalang, 2 Juni 2001
3. Alamat rumah : Desa Gombong RT 08 RW 03 Kec. Warungpring,
Kab Pemalang
4. Alamat tinggal : Pondok Pesantren Bustanul Mansuriyah
RT.1/RW.1, Rowolaku, Kajen, Kab. Pekalongan
5. Nomor handphone : 085325683235
6. Email : sitinariah26@gmail.com
7. Nama ayah : Tajeri
8. Nama ibu : Umaroh
9. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N 03 Warungpring
2. SMP : MTs Nurul Huda Mereng
3. SMA : SMAN 1 Randudongkal

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Anggota HMJ Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid
Pekalongan, 2022
2. Anggota PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H.
Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2021/2022

D. PRESTASI AKADEMIK DAN NON AKADEMIK

1. Juara harapan 1 lomba olimpiade IMAPSI 2022
2. Duta Perbankan Syariah 2021

Pekalongan, 25 Maret 2024



Siti Nariah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.uingusdur.ac.id Email : perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SITI NARIAH
NIM : 4220070
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
E-mail address : sitinariah26@gmail.com
No. Hp : 0853-2568-3235

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

PENGARUH MASALAH ETIKA, KETIDAKNYAMANAN PELANGGAN, DAN KEGAGALAN LAYANAN INTI TERHADAP PERPINDAHAN PELANGGAN BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH DENGAN KEBUTUHAN Mencari VARIASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Pengusaha di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database, mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 1 April 2024



SITI NARIAH
NIM 4220070