

Motivasi *Switching Intention* Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Wilayah Maluku Utara Pasca Merger di Era Pandemi Covid-19

Hasbullah Hajar

Institut Agama Islam Negeri Ternate
Jl. Lumba-Lumba, Kel. Dufa Dufa, Kec. Kota Ternate Utara, Kota Ternate, Maluku Utara, Indonesia
hasbullahhajar@iain-ternate.ac.id

Diterima: 30-01-2024 | Disetujui: 02-06-2024 | Dipublikasi: 01-03-2025

How to cite: Hajar, H. (2025). Motivasi switching intention nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) wilayah Maluku Utara pasca merger di era pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 22(1), 58–80. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v22i1.645>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

ABSTRAK

Disrupsi teknologi akibat Covid-19 merubah *best practice* model layanan bisnis sektor perbankan yang semula berfokus di layanan *offline* menjadi *online* demi untuk menjaga sustainabilitas bisnis perbankan. Beberapa Bank Syaria'ah BUMN yang bahkan melakukan *merger* menjadi BSI sembari menguatkan layanan *E-channel* agar nasabahnya tetap dapat menikmati layanan perbankan secara optimal sehingga *switching intention* nasabah dapat diminimalisir. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel pelayanan *E-channel* terhadap *switching intention* nasabah BSI di Maluku Utara, dengan dimoderasi Covid-19. Populasi penelitian ini adalah nasabah BSI Maluku Utara. Metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dan ditemukan total responden sejumlah 212. Penelitian ini menggunakan metode analisis SEM-PLS dengan pertimbangan bahwa penelitian ini cenderung bersifat eksploratori. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pelayanan *E-channel* mampu menurunkan *switching intention* nasabah BSI di Maluku Utara. Sementara, memberikan kemudahan pelayanan *E-channel* pada saat kondisi Covid-19 mampu membantu menurunkan *switching intention* nasabah BSI tapi dianggap tidak cukup signifikan secara statistik sehingga mengakibatkan hipotesis kedua ditolak. Rekomendasi dari penelitian ini, bahwa BSI perlu untuk tetap konsisten dalam meningkatkan layanan *E-Channel*-nya meskipun Covid-19 telah selesai, mengingat preferensi nasabah untuk loyal (rendahnya niat pindah) terhadap bank BSI Maluku Utara adalah karena kemudahan layanan *E-channel* itu sendiri.

Kata Kunci:

Covid-19, kemudahan pelayanan *e-channel*, niat beralih

ABSTRACT

Technological disruption due to Covid-19 is a challenge for banking sector businesses to maintain business sustainability, considering that offline services, which were initially the focus of best practice, then had to be changed to online services. To maintain business sustainability, several state-owned Sharia banking companies merged to become Bank Syariah Indonesia (BSI), and this is interesting because the merger was carried out at the beginning of COVID-19 in Indonesia. This research aims to identify the influence of E-channel service variables on BSI customers' switching intention in North Maluku, moderated by Covid-19. The population is BSI North Maluku customers. The sampling method used was purposive sampling, and 212 respondents were found. This research uses the SEM-PLS analysis method with the consideration that this research tends to be exploratory research. This research shows that ease of E-channel service can reduce the switching intention of BSI customers in North Maluku. Meanwhile, providing easy E-channel services during Covid-19 force majeure conditions was able to help reduce BSI customers' switching intention. Still, it was deemed not statistically significant enough, resulting in the second hypothesis being rejected. The findings in the research show that BSI does not have to consider certain factors to improve its E-channel service, considering that the optimality of the E-channel service itself fundamentally influences customer loyalty.

Keywords:

Covid-19, ease of *e-channel* service, switching intention

PENDAHULUAN

Selama masa Pandemi *Corona Virus Disease* (COVID-19), yang mulai pada 11 Maret 2020 ditetapkan sebagai pandemi global oleh organisasi kesehatan dunia WHO (WHO Director-General, 2020), hingga masa transisi menuju era *New Normal* telah mengakibatkan kelumpuhan di hampir semua sektor ekonomi utama (Kompas, 2021). Kondisi ini menuntut para pelaku “kartel” ekonomi tersebut untuk dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19 dan bangkit kembali setelah memasuki era *New Normal* pasca Covid-19.

Berbagai macam daya dan upaya dilakukan oleh para pelaku ekonomi agar bisa bertahan di era Pandemi Covid-19 (Kapoor *et al.*, 2022). Dan diantara upaya tersebut, merger dan akuisisi menjadi instrumen strategis yang sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif pada beberapa sektor ekonomi tertentu di era Pandemi Covid-19. Seperti yang kita ketahui, di awal tahun 2021 terdapat 3 bank syariah yaitu BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah yang bersatu menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Oleh pemerintah, diharapkan dengan kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat mempertahankan ataupun meningkatkan pertumbuhan perbankan dan perekonomian syariah di era Pandemi Covid-19 dan nantinya BSI akan didukung oleh lebih dari 1.200 cabang dengan total 1.700 Anjungan Tunai Mandiri dan 2.000 karyawan (BSI, 2021).

Penambahan jumlah cabang dan karyawan, secara logika seharusnya dapat meningkatkan mutu pelayanan. Akan tetapi ditahap awal proses merger akan muncul banyak tantangan, khususnya bagi manajemen yang mana akan ada tendensi fokus manajemen akan lebih mengarah ke pemecahan masalah internal. Masalah internal tersebut diantaranya adalah integrasi sumber daya, dimana hal tersebut akan menjadi tantangan utama bagi manajemen. Selain itu pada saat pra merger, ke 3 bank tersebut memiliki sistem dan filosofi yang berbeda dalam operasionalnya. Sehingga potensi munculnya *conflict of interest* akan cenderung lebih tinggi mengingat internal ke 3 bank pasti memiliki ego visi dan misi. Dan kondisi-kondisi tersebut, secara harfiah bisa meningkatkan risiko kehilangan pelanggan.

Telah ada beberapa riset terdahulu terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat nasabah untuk beralih ke bank lain. Diataranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Qurniawati *et al.* (2022), Shahid *et al.* (2022) yang mengungkapkan bahwa kemudahan layanan *E-channel* dan motivasi keagamaan dapat memengaruhi niat nasabah untuk berpindah bank setelah merger. Pada kasus BSI, bentuk kemudahan layanan *E-channel* mula-mula yang harus diberikan kepada nasabahnya adalah memberikan kemudahan dan kelancaran transaksi ekonomi serta mengupayakan agar tidak muncul rasa khawatir oleh nasabah akan keamanan dana dan datanya, karena pada akhirnya, persoalan utama akibat merger yang akan dihadapi BSI adalah munculnya kekhawatiran akan keamanan dana dan data oleh nasabah (Jebarajakirthy & Shankar, 2021). Terlebih lagi, setelah merger tentu akan ada perubahan sistem dan proses integrasi, bahkan kode bank maupun nomor rekening juga akan berubah.

Pada penelitian lain yang diungkapkan oleh Ghamry & Shamma, (2022) menyatakan bahwa ketidaknyamanan memengaruhi niat nasabah untuk beralih ke bank lainnya. Ketidaknyamanan dalam

penelitian Zhao dkk. tersebut dapat diklasifikasikan sebagai ketidaknyamanan yang bersifat geografis dan ketidaknyamanan waktu. Nasabah cenderung merasa tidak nyaman ketika pelayanan yang diberikan membutuhkan waktu lama dan tempat pelayanan cukup jauh dari domisili nasabahnya. Faktor ini yang kemudian menjadi salah satu alasan harusnya entitas untuk memperkuat layanan berbasis *online*-nya, agar persoalan geografis dan waktu bisa diatasi.

Uraian teoritis sebelumnya secara garis besar mengungkapkan bahwa, preferensi nasabah dalam memilih suatu bank bisa dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap bank tersebut. Kondisi-kondisi ini sejatinya telah dipahami oleh Manajemen BSI sebagai suatu peluang dan juga sekaligus tantangan dikarenakan adanya wabah Covid-19 dan proses penyesuaian serta finalisasi manajerial akibat merger yang masih berlangsung. Hampir semua cabang dan cabang pembantu BSI menghadapi problematika yang sama, termasuk pada BSI Cabang Ternate. Dilansir dari wawancara yang telah dilakukan, internal BSI Ternate mengungkapkan bahwa “pasca merger, permasalahan terkait manajemen di BSI Ternate bisa diatasi dengan cepat karena kemampuan manajerial, pengalaman, serta gaya kepemimpinan yang dimiliki oleh Bapak Abdul Muin selaku pimpinan cabang BSI Ternate” (Rahmat, 2023).

BSI Ternate juga mengambil langkah cepat dan inovatif dengan melakukan edukasi kepada masyarakat terkait produk perbankan syariah yang dimiliki dan mengklarifikasi isu-isu yang beredar ditengah masyarakat terkait merger BSI. Selain itu, BSI Ternate juga melakukan promosi terkait keunggulan yang dimiliki dan pemaharuan yang dilakukan pasca merger melalui berbagai media daring dan luring. BSI Ternate juga melakukan edukasi dan promosi *door to door* kepada mitra baik itu instansi pemerintah maupun swasta.

Pasca edukasi dan promosi yang dilakukan, pihak BSI Ternate menemukan fakta bahwa di era pandemi Covid-19, kebutuhan pelayanan perbankan mengalami peningkatan yang pesat, akan tetapi adanya kebijakan PPKM membuat BSI Ternate harus membatasi dan mengurangi jumlah nasabah yang membutuhkan pelayanan perbankan secara tatap muka. Kondisi ini secara langsung memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan *E-channel* karena masyarakat cenderung enggan mengantri lama untuk mendapatkan pelayanan ditambah adanya kekhawatiran terkena virus covid-19 (Rahmat, 2023).

Masyarakat juga nampak tertarik dan antusias saat pihak BSI Ternate mempresentasikan fitur-fitur layanan perbankan yang dimiliki *mobile banking* sebagai bagian dari produk *E-channel* BSI. BSI melalui *mobile banking*-nya memberikan banyak opsi layanan transaksional umum dan juga layanan transaksional islami seperti pembayaran zakat, infaq, sedekah, dan lainnya yang notabene tidak dimiliki oleh layanan *E-channel* perbankan konvensional.

Hampir semua layanan perbankan pada BSI sudah bisa diakses secara *online* melalui *E-Channel*, akan tetapi layanan serta fitur-fitur yang dimiliki *E-channel* tersebut belum menarik minat beberapa kalangan pada nasabah BSI khususnya pada nasabah lansia. Ini mungkin disebabkan karena adanya faktor “gagap teknologi”, akan tetapi BSI menegaskan bahwa *E-channel* BSI dibuat agar *user*

friendly dengan rancangan *user interface* yang sederhana dan menarik, tujuannya semata-mata agar layanan ini mudah digunakan serta mudah dipahami oleh semua kalangan nasabah BSI tidak terkecuali untuk nasabah lansia (Rahmat, 2023).

Rani (2021) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa layanan *E-channel* ini menjadi sangat penting bagi perusahaan karena layanan tersebut bisa meminimalisir pelayanan tatap muka secara signifikan, yang notabene juga bisa meminimalisir biaya operasional seperti biaya kertas, biaya percetakan, biaya alat tulis, tele-banking, dan bahkan mengurangi turnover karyawan. Layanan *E-channel* ini juga dianggap sudah selaras dan mendukung kebijakan pemerintah terkait pembatasan kontak fisik untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Maka dari itu, nasabah mengharapkan pihak BSI Ternate untuk menggalakkan sosialisasi penggunaan *mobile banking* secara masif dan terus-menerus sampai bisa menyentuh semua kalangan nasabah termasuk lansia, dengan cara tersebut diharapkan nantinya nasabah BSI Ternate tidak hanya sekedar berminat, tapi juga betul-betul menggunakan *mobile banking* ini untuk aktifitas transaksional sehari-harinya.

Beberapa penelitian terdahulu di atas menunjukkan bahwa, kemudahan pelayanan yang diberikan kepada nasabah berpengaruh terhadap intensi nasabah untuk beralih bank. Namun demikian, pada beberapa penelitian relevan yang *time frame*-nya saat era Covid-19 seperti penelitian Ghamry & Shamma (2022) dan Qurniawati *et al.* (2022), Rohmawati (2016) tidak menggunakan Covid-19 sebagai variabel konstruk spesifik untuk memoderasi hubungan antara variabel pelayanan dengan *Intention Switching*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka, peneliti membentuk konstruk penelitian dengan Kemudahan layanan *E-channel* sebagai variabel independen yang dihubungkan dengan *Intention Switching* sebagai variabel dependen dan Covid-19 sebagai variabel pemoderasi. Berikut adalah rumusan masalah pada penelitian ini: (1) Apakah kemudahan layanan *E-channel* BSI pasca merger berpengaruh terhadap *Switching Intention* nasabah BSI di Wilayah Maluku Utara?; (2) Apakah kemudahan layanan *E-channel* BSI pasca merger berpengaruh terhadap *Switching Intention* nasabah BSI di Wilayah Maluku Utara dengan Pandemi Covid-19 sebagai variabel pemoderasi?

Pengaruh kemudahan layanan *e-channel* terhadap *switching intention*

Perspektif pelanggan atau nasabah terhadap suatu pelayanan adalah suatu hal yang sangat sensitif. Hal ini dikarenakan pelayanan secara tendensius dapat memberikan kesan psikologis yang kuat kepada seseorang. Teori *planned behaviour* beranggapan bahwa ketika seseorang sedang dilayani dia cenderung akan melakukan penilaian atas pelayanan yang diterimanya (Ajzen, 1991). Dari penilaian atas layanan tersebut, kemudian akan muncul kesan positif atau negatif. Manakala orang mendapatkan kesan yang negatif atas layanan yang diterimanya, maka akan muncul niat untuk tidak akan menerima lagi layanan dari orang tersebut, terlebih jika dia memiliki *perceived power of control* atau kebebasan atas kendali untuk bertindak. Selanjutnya, merujuk pada Teori *planned behaviour*, jika orang yang menerima layanan tersebut dari awal memiliki *perceived power of control* atau kebebasan atas kendali

untuk bertindak, maka orang tersebut akan mewujudkan niatnya dengan tidak akan lagi meminta pelayanan tersebut (Nasri & Charfeddine, 2012).

Dalam konteks penelitian ini, teori *planned behaviour* akan dijadikan pedoman untuk menjelaskan tentang apakah kemudahan layanan *E-channel* yang diterima oleh nasabah bank BSI pasca *merger* akan memunculkan kesan tertentu. Dan apakah kesan dari kemudahan layanan *E-channel* tersebut bisa memunculkan *switching intention* mengingat layanan yang diterima adalah layanan *daring*, bukan layanan tatap muka yang sudah sering diteliti sebelumnya. Dalam peneliti ini juga akan menguji salah satu prediktor teori *switching behaviour* yakni *perceived power of control*, sebagaimana dalam penelitian Souiden & Rani, (2015) yang menemukan bahwa jika pelanggan memiliki kendali penuh atas atas keputusannya untuk beralih maka, *switching intention* dari nasabah akan semakin besar. Dan sebaliknya, jika pelanggan tidak memiliki kendali penuh atas keputusan mereka untuk beralih, bahkan dengan bentuk pelayanan yang sulit peluang terjadinya *switching intention* akan semakin berkurang. Dengan merujuk kerangka teoritis di atas, maka proposisi hipotesis yang dibuat adalah:

H₁ : Kemudahan layanan *E-channel* BSI nasabah pasca merger berpengaruh positif terhadap *switching intention* nasabah.

Pengaruh pandemi covid-19 sebagai pemoderasi hubungan antara variabel kemudahan layanan *e-channel* dengan *switching intention*

Menurut Farah (2017) merger dapat membuat semua pihak yang terlibat menjadi lebih kuat karena bisa meningkatkan efisiensi bank dengan melakukan diversifikasi usaha untuk meningkatkan aliran pendapatan. Terlebih ditengah merebaknya Pandemi Covid-19 yang secara signifikan menggerus berbagai sektor usaha khususnya sektor perbankan. Kondisi ini dibuktikan dengan meningkatnya penarikan dana pihak ketiga oleh nasabah, yang secara signifikan memengaruhi kesehatan keuangan bank tersebut. Maka dari itu, salah satu langkah inisiasi terbaik yang dilakukan oleh jasa perbankan adalah melakukan merger dan/atau akuisisi.

Di Indonesia, langkah *merger* ditengah pandemi Covid-19 ini dilakukan oleh 3 bank syariah di bawah naungan BUMN, yakni Bank Syariah Mandiri, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah yang bertransformasi menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Dan oleh pemerintah, diharapkan dengan terbentuknya BSI dapat mempertahankan ataupun meningkatkan pertumbuhan perbankan dan perekonomian syaria'ah di era Pandemi Covid-19.

Dalam perjalannya, proses transformasi BSI tidak serta merta berjalan secara mulus tanpa kendala. Ditahap awal proses merger muncul banyak tantangan, khususnya bagi manajemen yang mana akan ada tendensi fokus manajemen akan lebih mengarah ke pemecahan masalah internal, sehingga kualitas pelayanan kepada nasabah cenderung akan menurun. Padahal sangat penting bagi bank untuk memperhatikan kemudahan pelayanan khususnya layanan *E-Channel*-nya, mengingat layanan ini menjadi faktor kunci untuk mengatasi masalah sulitnya pelayanan tatap muka dikarenakan aturan pembatasan kontak fisik akibat Covid-19. Bank dituntut agar semua layanan *offline* yang dibutuhkan

bisa dinikmati melalui layanan *E-Channel*. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi bank BSI mengingat di tengah sibuknya menata sistem, manajemen, dan keuangan pasca merger, bank BSI juga dituntut untuk tetap memperhatikan kebutuhan nasabah di tengah kondisi Covid-19. Jika bank BSI cenderung apatis akan kebutuhan layanan *E-channel* nasabahnya, maka ada potensi terjadinya *switching intention* oleh nasabah untuk beralih ke bank lain. Terlebih jika nasabah merasa memiliki kuasa penuh atas kehendaknya untuk beralih bank. Berdasarkan fakta yang diungkap sebelumnya maka, hipotesis yang tarik adalah:

H₂ : Pandemi Covid-19 Memoderatori hubungan kemudahan layanan *E-channel* BSI pasca merger terhadap *switching intention* nasabah.

METODE RISET

Pada tahap awal analisis data dilakukan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan data dalam bentuk frekuensi dan persentase identitas serta jawaban responden atas kuesioner terdistribusi baik secara *offline* maupun *online*. Setelah dilakukan uji deskriptif pada data terkumpul, selanjutnya dilakukan uji statistik inferensial dengan menggunakan SEM-PLS sebagai basis analisis melalui aplikasi SmartPLS. Tahapan analisis SEM-PLS meliputi evaluasi model pengukuran yang bertujuan untuk menilai validitas serta reliabilitas dari model pengukuran yang digunakan. Pada penelitian ini digunakan indikator reflektif, sehingga evaluasi model pengukuran dilakukan dengan mengacu pada *convergent validity* dengan menggunakan instrumen *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), lalu uji *composite reliability* yang diperkuat dengan *Cronbach's Alpha*, dan *discriminant validity* dengan menggunakan *Heterotrait-Monotrait* (HTMT), *Fornell-Larcker*, dan *cross loading* (Hair *et al.*, 2019). Masing-masing instrumen analisis memiliki tolok ukur angka penerimaan pengukuran.

Tahap SEM-PLS berikutnya adalah evaluasi model struktural. Namun, sebelum melakukan evaluasi model struktural, terlebih dahulu kita harus memastikan bahwa semua uji statistik untuk mengevaluasi model pengukuran telah dilakukan dan juga telah memenuhi asumsi yang ditentukan, mengingat bahwa valid tidaknya evaluasi model struktural yang akan dilakukan sangat ditentukan oleh evaluasi model pengukuran yang telah dilaksanakan.

Untuk rangkaian tahapan evaluasi model struktural mula-mula dilakukan uji multikolinearitas dengan instrumen uji *Inner VIF*. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan mengacu *output* hasil kalkulasi bootstrapping. Untuk mengetahui taraf signifikansi hubungan antar variabel dan kekuatan prediksinya, kita dapat mengacu pada *output path coefficient*. Selanjutnya, perlu juga untuk mengetahui potensi tingkat prediksi melalui confidence interval-nya dan juga *F-Square* untuk mengukur besarnya pengaruh antar variabel tapi dengan mengacu pada *effect size* (Hair *et al.*, 2019). Pun demikian pada evaluasi model struktural, masing-masing instrumen ujinya memiliki tolok ukur angka penerimaan pengukuran.

Tahap terakhir adalah evaluasi kecocokan model. Ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana model SEM cocok dengan data empiris yang diamati. Evaluasi kecocokan model akan menentukan validitas model penelitian yang dirancang disamping kecocokan secara teoritis. Pada penelitian ini digunakan 5 instrumen uji kecocokan model yaitu *R Square* dan *Q Square*, *standard root mean square residual (SRMR)*, *goodness of fit index (GoF)*, *PLS Predict*, dan *robustness check* yang terdiri dari uji linearitas dan uji endogenitas (Hair *et al.*, 2019). Sekelumit uji kecocokan model digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian eksploratori.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Evaluasi model pengukuran

Berikut ini adalah hasil evaluasi model pengukuran:

Convergent Validity

Loading Factor

Tabel 1. Outer Loading

| | <i>Outer loadings</i> | | <i>Outer loadings</i> | | <i>Outer loadings</i> |
|----------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|
| M.1 <- M | 0,716 | X.1 <- X | 0,872 | Y.1 <- Y | 0,753 |
| M.2 <- M | 0,864 | X.2 <- X | 0,868 | Y.2 <- Y | 0,778 |
| M.3 <- M | 0,788 | X.3 <- X | 0,650 | Y.3 <- Y | 0,923 |
| M.4 <- M | 0,838 | X.4 <- X | 0,804 | Y.4 <- Y | 0,869 |
| | | X.5 <- X | 0,818 | Y.5 <- Y | 0,870 |
| | | X.6 <- X | 0,916 | Y.6 <- Y | 0,843 |
| | | X.7 <- X | 0,918 | | |
| | | X.8 <- X | 0,777 | | |
| M x X -> M x X | 1,000 | | | | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Merujuk pada **Tabel 1** *outer loading* maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikator dari variabel laten penelitian yang perlu untuk dihapus, mengingat bahwa semua angka *loading factor* tertera telah memenuhi asumsi ambang batas minimal nilai *loading factor* penelitian eksploratori yakni diangka 0,6 (Ghozali, 2015).

Untuk variabel kemudahan layanan *E-channel* (X), angka *loading factor* tertinggi dimiliki oleh item pernyataan nomor 6 dan 7 dengan angka masing-masing 0,916 dan 0,918. Ini dapat dimaknai bahwa item tersebut paling representatif atau memiliki determinasi paling besar dalam menjelaskan variabel kemudahan layanan *E-Channel*. Dengan kata lain, tolok ukur mudah tidaknya layanan perbankan melalui *E-channel* BSI sangat ditentukan oleh item tersebut. Adapun item pernyataan yang dimaksud adalah bahwa “fitur pada layanan *E-channel* BSI mudah dimengerti” dan “fitur pada layanan *E-channel* BSI mudah untuk dikuasai”.

Fakta tersebut sejalan dengan penelitian Salisbury *et al.* (2001) dan Anggraeni, (2015) yang juga menggunakan faktor *skillfull* dan *understable* untuk mengukur kemudahan pelayanan. Secara garis besar, pengukuran variabel kemudahan penggunaan dalam penelitian ini dikembangkan dari teori *planned behavior* yang dicetuskan oleh Ajzen.

Untuk variabel Covid-19 (M), angka *loading factor* tertinggi dimiliki oleh item pernyataan nomor 2 dan 4 dengan angka masing-masing 0,864 dan 0,838. Dalam penelitian ini, variabel Covid-19 tidak diukur secara *biner* atau *dummy*, melainkan diukur dengan konstruk laten dengan beberapa indikator reflektif. Adapun indikatornya adalah penggunaan *E-channel* di era pandemi Covid-19 melalui ukuran representasi reflektif dan persepsi nasabah terkait keamanan dana dan data nasabah di masa pandemi Covid-19.

Pemaknaan dari angka *outer loading* yang ditunjukkan sebelumnya adalah bahwa alasan penggunaan *E-channel* BSI di masa Covid-19 sangat ditentukan oleh persepsi nasabah BSI yang menganggap layanan *E-channel* BSI bisa menjadi solusi untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Indikator ini juga dapat dimaknai bahwa, kepatuhan masyarakat terhadap aturan PPKM yang dicanangkan pemerintah menjadi faktor determinan penggunaan *E-channel* BSI.

Untuk persepsi terkait aman tidaknya nasabah BSI dalam menggunakan layanan *E-channel* BSI selama pandemi Covid-19, sangat ditentukan oleh *monitoring* dan *controlling* sistem keamanan *E-channel* yang dilakukan secara berkala. Kondisi ini juga dapat dimaknai bahwa, ketika nasabah mengetahui pihak BSI sering melakukan *update* sistem keamanan pada layanan *E-Channel*-nya maka, hal tersebut akan sangat mempengaruhi persepsi nasabah terkait keamanan dana dan datanya yang ada di BSI.

Uraian di atas sejalan dengan penelitian Hafizd (2020) dan Elfoza (2021), akan tetapi peneliti melakukan beberapa modifikasi untuk indikator persepsi keamanan dana dan data di era PPKM Covid-19 serta modifikasi pada beberapa item pernyataan yang ada dan digantikan dengan pernyataan lain yang dirasa lebih representatif, dengan tetap merujuk pada dinamika empiris terkait Covid-19. Dengan adanya variabel Covid-19, menjadikan penelitian ini bersifat eksploratif.

Untuk variabel *switching intention* (Y), angka *loading factor* tertinggi dimiliki oleh item pernyataan nomor 3 dan 5 dengan angka masing-masing 0,923 dan 0,870. Ini dapat dimaknai bahwa item tersebut paling representatif atau memiliki determinasi paling besar dalam menjelaskan variabel *switching intention*. Dengan kata lain, tolok ukur ada tidaknya *switching intention* nasabah BSI sangat ditentukan oleh item tersebut. Adapun item pernyataan yang dimaksud adalah bahwa “Setelah menggunakan layanan *E-Channel*, ada keinginan untuk beralih ke bank lain” dan “Setelah menggunakan layanan *E-Channel*, ada rencana untuk beralih”. Konstruk serupa digunakan oleh Elfoza (2021), dan Anggraeni, (2015) dengan merujuk pada teori *planned behaviour* yang dibangun Ajzen.

Average Variance Extracted (AVE)

| Tabel 2. Outer Loading | |
|---|-------|
| <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | |
| M | 0,646 |
| X | 0,692 |
| Y | 0,708 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Berdasarkan **Tabel 2**, nilai AVE dari variabel *switching intention*, Covid-19, dan kemudahan layanan *E-channel* adalah 0,708, 0,646, dan 0,692. Dari keseluruhan konstruk yang ada dalam model menunjukkan angka di atas 0,5. Maka, merujuk pada Ghozali (2015) dapat dimaknai bahwa *convergent validity* dari semua konstruk yang ada dapat dikategorikan memadai, yang artinya satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya dalam rata-rata.

Composite Reliability

Tabel 3. Composite Reliability

| | <i>Cronbach's alpha</i> | <i>Composite reliability (rho_a)</i> | <i>Composite reliability (rho_c)</i> |
|---|-------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| M | 0,821 | 0,856 | 0,879 |
| X | 0,935 | 0,937 | 0,947 |
| Y | 0,917 | 0,926 | 0,935 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Untuk ukuran *composite reliability* di gunakan ρ_a sebagai tolok ukuran, mengingat perkiraan ukuran yang pasti dari reliabilitas suatu konstruk berada diantara angka *cronbach's alpha* dan composite. Berdasarkan **Tabel 3**, nilai *cronbach's alpha* dari variabel *switching intention*, Covid-19, dan kemudahan layanan *E-channel* secara berurutan adalah 0,917, 0,821, dan 0,935 sementara untuk nilai *composite reliability* ρ_a berada pada angka 0,926, 0,856, dan 0,937. Dari kedua instrumen ukur reliabilitas menunjukkan angka yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk laten yang ada pada model adalah *reliable*.

Discriminant Validity

Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Tabel 4. Heterotrait-Monotrait (HTMT)

| | M | X | Y | M x X |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| M | | | | |
| X | 0,804 | | | |
| Y | 0,691 | 0,844 | | |
| M x X | 0,193 | 0,063 | 0,209 | |
| X <-> M | 0,804 | | | |
| Y <-> M | 0,691 | | | |
| Y <-> X | 0,844 | | | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Merujuk pada **Tabel 4** *Heterotrait-Monotrait (HTMT)*, diketahui bahwa rasio HTMT untuk variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan Covid-19 bernilai 0,804. Lalu untuk variabel *switching intention* dengan variabel Covid-19 bernilai 0,691. Rasio variabel *switching intention* dengan kemudahan layanan *E-channel* memiliki nilai 0,844. Ukuran normal HTMT adalah kurang dari 0,9 maka, dengan demikian item pada tiap-tiap indikator konstruk dapat dikatakan valid secara diskriminan.

Fornell-Larcker

Tabel 5. Fornell-Larcker test

| | M | X | Y |
|---|-------|-------|-------|
| M | 0,804 | | |
| X | 0,731 | 0,832 | |
| Y | 0,626 | 0,791 | 0,841 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Untuk *Fornell-Larcker test* pada **Tabel 5**, diketahui bahwa untuk variabel Covid-19 menunjukkan akar AVE yang lebih besar dibanding kekuatan korelasi dengan variabel lainnya ($0,804 > 0,731$ & $-0,626$), ini dapat dimaknai bahwa variabel Covid-19 dapat memenuhi asumsi validitas diskriminan. Untuk variabel kemudahan layanan *E-channel* juga menunjukkan akar AVE yang lebih besar dengan kekuatan korelasinya terhadap variabel *switching intention* yaitu $0,832 > -0,791$. Dengan demikian, secara uji *Fornell-Larcker* semua variabel dapat memenuhi asumsi validitas diskriminan.

Cross Loading

Tabel 6. Cross Loading

| | M | X | Y | M x X |
|-------|----------|----------|----------|--------------|
| M.1 | 0.716 | 0.408 | -0.302 | 0.311 |
| M.2 | 0.864 | 0.606 | -0.608 | 0.081 |
| M.3 | 0.788 | 0.483 | -0.455 | 0.130 |
| M.4 | 0.838 | 0.777 | -0.562 | 0.043 |
| X.1 | 0.602 | 0.872 | -0.671 | -0.002 |
| X.2 | 0.650 | 0.868 | -0.706 | 0.051 |
| X.3 | 0.326 | 0.650 | -0.643 | 0.175 |
| X.4 | 0.554 | 0.804 | -0.597 | -0.009 |
| X.5 | 0.706 | 0.818 | -0.660 | 0.074 |
| X.6 | 0.635 | 0.916 | -0.676 | -0.061 |
| X.7 | 0.709 | 0.918 | -0.687 | -0.002 |
| X.8 | 0.656 | 0.777 | -0.603 | 0.027 |
| Y.1 | 0.449 | 0.463 | 0.753 | -0.207 |
| Y.2 | 0.508 | 0.674 | 0.778 | 0.088 |
| Y.3 | 0.484 | 0.758 | 0.923 | -0.067 |
| Y.4 | 0.658 | 0.681 | 0.869 | -0.172 |
| Y.5 | 0.454 | 0.734 | 0.870 | -0.263 |
| Y.6 | 0.607 | 0.630 | 0.843 | -0.211 |
| M x X | 0.144 | 0.038 | 0.160 | 1.000 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Uji diskriminan pada tingkat item, kita dapat merujuk pada instrumen *cross loading* yang ditunjukkan pada **Tabel 6**. Semua item pertanyaan yang pada variabel Covid-19 menunjukkan nilai korelasi yang lebih tinggi pada variabel yang diukurnya dibandingkan dengan variabel lainnya. Maka, semua item pertanyaan untuk variabel Covid-19 hanya fokus untuk menjelaskan variabel latennya. Demikian juga, item variabel kemudahan layanan *e-channel* dengan *switching intention* menunjukkan nilai yang lebih tinggi pada variabel yang diukurnya dibanding variabel lainnya. Ini menunjukkan bahwa semua item masing-masing variabel laten hanya fokus untuk menjelaskan variabelnya masing-masing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item masing-masing variabel valid secara diskriminan.

Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural dilakukan setelah memastikan bahwa semua uji statistik untuk mengevaluasi model pengukuran telah dilakukan dan juga telah memenuhi asumsi yang ditentukan, mengingat bahwa valid tidaknya evaluasi model struktural yang akan dilakukan sangat ditentukan oleh evaluasi model pengukuran yang telah dilaksanakan. Rangkaian tahapan evaluasi model struktural mula-mula dilakukan uji multikolinearitas dengan instrumen uji *Inner VIF*. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan mengacu *output* hasil kalkulasi bootstrapping. Untuk mengetahui taraf signifikansi

hubungan antar variabel dan kekuatan prediksinya, kita dapat mengacu pada *output path coefficient*. Selanjutnya, perlu juga untuk mengetahui potensi tingkat prediksi melalui *confidence interval*-nya dan juga *F-Square* untuk mengukur besarnya pengaruh antar variabel tapi dengan mengacu pada *effect size* (Hair *et al.*, 2019).

Inner Variance Inflation Factor (VIF)

Tabel 7. Inner Variance Inflation Factor

| | X | Y | M x X |
|-------|---|-------|-------|
| M | | 2.210 | |
| X | | 2.167 | |
| Y | | | |
| M x X | | 1.031 | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Sebelum melakukan uji hipotesis dengan *path coefficient*, terlebih dahulu perlu untuk dilaksanakan uji VIF untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas pada tingkat struktural. Kriteria ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model dapat dilihat dari VIF, dimana jika nilai VIF di bawah 10 maka model dapat dikatakan normal atau tidak ada multikolinearitas (James *et al.*, 2017). Sebaliknya, jika nilai VIF bernilai di atas 10 maka model terindikasi mengalami multikolinearitas, atau dengan kata lain ada korelasi kuat antar variabel independen dalam model. Pada penelitian ini, digunakan model moderasi dimana variabel moderasi dianggap sebagai variabel independen ke 2, sehingga perlu dilakukan uji multikolinearitas (Sugiyono, 2019).

Pada **Tabel 7**, *inner VIF* menunjukkan nilai VIF sebesar 2,210 untuk variabel kemudahan layanan *E-channel* dan 2,167 untuk variabel Covid-19. Nilai VIF untuk kedua variabel berada di bawah angka 10, ini mengindikasikan bahwa tidak ada multikolinearitas antar konstruk dalam rancangan model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Path Coefficient

Tabel 8. Path coefficient

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| M -> Y | -0.071 | -0.164 | 0.306 | 0.234 | 0.815 |
| X -> Y | -0.735 | -0.677 | 0.195 | 3.775 | 0.000 |
| M x X -> Y | -0.138 | -0.086 | 0.169 | 0.819 | 0.413 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Jika asumsi multikolinearitas sudah terpenuhi, maka dapat dilanjutkan tahapan uji hipotesis. Hasil uji hipotesis menggunakan smartPLS dapat dilihat melalui **Tabel 8**, *path coefficient* yang diperoleh dari kalkulasi *bootstrapping*, kita dapat mengetahui nilai *original sample* untuk mengetahui kekuatan prediksi dari suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pada tabel juga disajikan *t-statistic* dan *p-value* untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Selain itu disajikan juga informasi *sample mean* serta standar deviasi dari pengukuran deskriptif data penelitian.

Berdasarkan **Tabel 8**, untuk hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention*, diketahui memiliki hubungan yang signifikan dengan ukuran *p-value* $0,000 < 0,05$. Ini dapat dimaknai bahwa hipotesis pertama yakni “kemudahan layanan *E-channel* nasabah pasca merger BSI berpengaruh positif terhadap *switching intention* nasabah” dapat diterima. Untuk *path coefficient* menunjukkan nilai $-0,735$ yang berarti arah hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* adalah berpengaruh negatif dimana jika variabel kemudahan layanan *E-channel* mengalami peningkatan satu satuan maka variabel *switching intention* dapat menurun 73,5%. Untuk pengaruh variabel Covid-19 dalam memoderasi hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention*, berdasarkan tabel *path coefficient* di atas diketahui tidak signifikan dengan ukuran *p-value* $0,413 < 0,05$. Ini dapat dimaknai bahwa hipotesis kedua yakni “pandemi Covid-19 memoderatori hubungan kemudahan layanan *E-channel* pasca merger BSI terhadap *switching intention* nasabah” adalah ditolak.

Pada hipotesis kedua ini, menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar $-0,138$ yang berarti Covid-19 sebagai variabel pemoderasi dapat memberikan kontribusi negatif terhadap hubungan variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* sebesar 13,8%.

Confidence Interval

Tabel 9. Confidence interval

| | <i>Original sample (O)</i> | <i>Sample mean (M)</i> | <i>Lower</i> | <i>Upper</i> |
|------------|----------------------------|------------------------|--------------|--------------|
| M -> Y | -0.071 | -0.164 | -0.684 | 0.317 |
| X -> Y | -0.735 | -0.677 | -0.999 | -0.304 |
| M x X -> Y | -0.138 | -0.086 | -0.389 | 0.244 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Berdasarkan **Tabel 9**, *confidence interval* disajikan informasi terkait potensi tingkat prediksi yang ditunjukkan oleh batas bawah dan batas atas dari kekuatan prediksi variabel eksogen terhadap endogen dalam model. *Original sample* dan *sample mean* untuk tolok ukur rerata dan kekuatan prediksi yang sebenarnya. Untuk pengaruh variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention*, pada tabel di atas dapat diketahui bahwa pada taraf *confidence interval* 95%, diketahui rentan kekuatan pengaruh variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention* dapat berkisar -0.304 sampai $-0,999$. Ini dapat dimaknai bahwa, jika variabel kemudahan layanan *E-channel* terus dikuatkan, maka secara statistik variabel tersebut dapat menurunkan *switching intention* nasabah BSI hingga 99,9%. Sebaliknya, jika variabel kemudahan layanan *E-channel* dilemahkan, maka dapat meningkatkan *switching intention* nasabah BSI hingga 30,4%.

Variabel Covid-19 sebagai pemoderasi hubungan kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention*, memiliki *confidence interval* sebesar $-0,389$ sampai $0,244$. Ini dapat dimaknai bahwa, jika variabel Covid-19 terus dikuatkan maka, secara statistik variabel tersebut dapat menguatkan hubungan negatif antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* nasabah BSI hingga 38,9%. Sebaliknya, jika variabel Covid-19 terus dilemahkan maka, secara statistik variabel

tersebut dapat melemahkan hubungan negatif antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* nasabah BSI hingga 24,4%.

F-Square

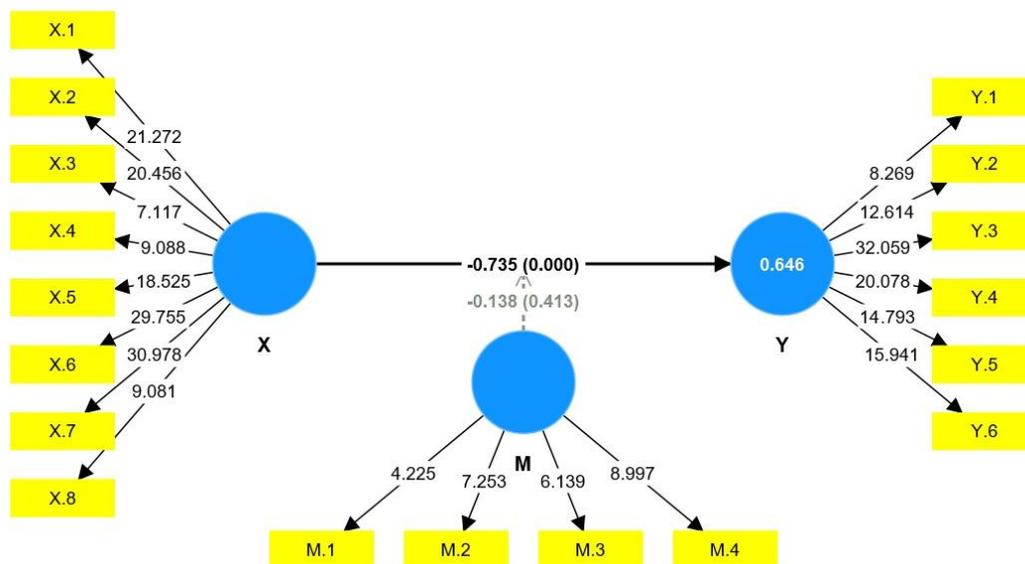
Tabel 10. F-Square

| | X | Y |
|--------------|---|-------|
| M | | 0.007 |
| X | | 0.703 |
| Y | | |
| $M \times X$ | | 0.041 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Untuk **Tabel 10**, *F-square* disajikan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel eksogen dengan endogen secara kualitatif dengan mengacu pada *effect size*, dalam artian untuk mengetahui kekuatan pengaruhnya apakah berada pada level kecil, medium, atau besar. Untuk hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention*, memiliki nilai *F-square* sebesar 0,703 dimana menurut Hair *et al.*, (2017) angka tersebut menunjukkan level pengaruh yang kuat. Sementara, untuk variabel Covid-19 sebagai pemoderasi hubungan variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention*, memiliki nilai *F-square* sebesar 0,041 dimana angka tersebut menunjukkan level pengaruh yang lemah.

Pada **Gambar 1**, diagram *path analysis* disajikan hasil *loading* dari *inner model* dan *outer model* serta *R-square*. Untuk *loading factor* dan *outer model* menunjukkan bahwa item pertanyaan, secara signifikan mampu menjelaskan variabelnya masing-masing. Ini menunjukkan bahwa *outer model*-nya fit. Sementara untuk *inner model*-nya, pada *direct effect* antara variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention* menunjukkan nilai yang signifikan dengan arah hubungan yang negatif. Dan untuk kekuatan moderasi variabel Covid-19 menunjukkan nilai yang tidak signifikan.



Gambar 1. Diagram Model Penelitian
 Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Evaluasi Kecocokan Model

R Square dan Q Square

Tabel 11. R Square dan Q Square

| | R-square | Q ² Predict |
|---|----------|------------------------|
| Y | 0,646 | 0,378 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

R-square bertujuan untuk mengetahui ukuran determinasi variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen. Tolok ukur kualitatif kekuatan determinasi variabel eksogen dapat mengacu pada Chin, (1998). Pada penelitian ini pada **Tabel 11**, *R-square* menunjukkan angka 0,646 yang berarti kekuatan determinasi variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogennya berada pada level moderat. Ini juga dapat dimaknai bahwa 64,6% variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yang ada dalam model, sementara 36,4% dijelaskan oleh variabel lain.

Fungsi *Q-square* adalah untuk mengukur akurasi prediksi variabel eksogen terhadap variabel endogen, atau dengan kata lain seberapa akurat ukuran path coefficient yang dihasilkan dalam model. Dalam penelitian ini, *Q-square* menunjukkan angka 0,378 dimana menurut Hair *et al.*, (2019) berarti akurasi prediksi dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model penelitian dapat dikategorikan moderat.

Standard Root Mean Square Residual (SRMR)

Tabel 12. Standard Root Mean Square Residual (SRMR)

| | Saturated model | Estimated model |
|------|-----------------|-----------------|
| SRMR | 0,064 | 0,061 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Standard Root Mean Square Residual adalah salah satu tolok ukuran kecocokan model, dimana nilai SRMR ini merupakan akar rata-rata kuadrat dari selisih antara korelasi antar item pernyataan dengan hasil korelasi tafsiran model. *Output* SRMR dapat dilihat pada opsi model fit dari kalkulasi PLS-SEM *algorithm*. Suatu model dapat dikatakan fit secara ideal jika nilai SRMR-nya berada di bawah angka 0,08 atau masih dapat juga dipertimbangkan fit jika berada di bawah angka 0,10 (Hu & Bentler, 1999). Pada penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 12**, bahwa nilai SRMR adalah 0,061 dimana nilai tersebut berada di bawah angka 0,08 sehingga model dalam penelitian ini dapat dikatakan **fit** secara ideal (Wetzels *et al.*, 2009).

Goodness of Fit Index (GoF)

Indeks *Goodness of Fit* (GoF) merupakan instrumen statistik untuk menguji kecocokan model secara keseluruhan, yakni model pengukuran dan model struktural. Indeks GoF diperoleh dari akar kuadrat rata-rata *communality* yang dikalikan dengan nilai *R-square*. Dalam penelitian ini diketahui bahwa pada **Tabel 13**, nilai GoF yang diperoleh adalah sebesar 0,661 dimana menurut Wetzels *et al.*, (2009), ukuran GoF tersebut dapat dikategorikan **GoF tinggi**.

Tabel 13. Goodness of Fit Index (GoF)

| Variabel | Indikator | Outer Loading | Communality | R Square | GoF |
|-------------------|-----------|---------------|-------------|----------|-------|
| Covid-19 | M.1 | 0,716 | 0,513 | 0,646 | 0,661 |
| | M.2 | 0,864 | 0,746 | | |
| | M.3 | 0,788 | 0,621 | | |
| | M.4 | 0,838 | 0,702 | | |
| Layanan E Channel | X.2 | 0,872 | 0,760 | | |
| | X.2 | 0,868 | 0,753 | | |
| | X.3 | 0,650 | 0,423 | | |
| | X.4 | 0,804 | 0,646 | | |
| | X.5 | 0,818 | 0,669 | | |
| | X.6 | 0,916 | 0,839 | | |
| | X.7 | 0,918 | 0,843 | | |
| | X.8 | 0,777 | 0,604 | | |
| Rata-Rata | | 0,677 | | | |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

PLS Predict

Tabel 14. PLS Predict

| | PLS-SEM_RMSE | PLS-SEM_MAE | LM_RMSE | LM_MAE |
|-----|--------------|-------------|---------|--------|
| Y.1 | 0.722 | 0.564 | 0.923 | 0.715 |
| Y.2 | 0.653 | 0.550 | 0.729 | 0.571 |
| Y.3 | 0.794 | 0.511 | 1.154 | 0.837 |
| Y.4 | 0.740 | 0.578 | 1.115 | 0.841 |
| Y.5 | 0.582 | 0.411 | 0.823 | 0.608 |
| Y.6 | 0.777 | 0.611 | 1.264 | 0.961 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Instrumen statistik berikutnya yang digunakan untuk mengukur kecocokan model adalah *PLS Predict*. Instrumen ini merupakan rangkaian prosedur evaluasi untuk memvalidasi apakah kekuatan model prediksi dari suatu penelitian itu kuat atau lemah (Mobilestatistik, 2018). Cara kerjanya adalah dengan membandingkan model regresi linear atau LM dengan model PLS-SEM, baik itu *Root Mean Square Error* (RMSE) ataupun *Mean Absolute Error* (MEA). Merujuk pada **Tabel 14**, *PLS predict* menunjukkan bahwa semua nilai item model PLS-SEM lebih kecil dibandingkan nilai item model LM, baik itu nilai RMSE maupun MAE dengan total jumlah 12 pengamatan. Berdasarkan hasil tersebut, maka disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kekuatan prediksi kuat (Hair *et al.*, 2019).

Robustness Check

Uji Linearitas

Tabel 15. Uji Linearitas

| | P-Value | Path Coefficient |
|--------|---------|------------------|
| X -> Y | 0.221 | -0,142 |
| M -> Y | 0.383 | 0.107 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model yang dibangun sudah “*robust*” atau belum. Uji linearitas dilakukan dengan memberikan *quadratic effect* pada korelasi antar variabel. Nilai uji linearitas diperoleh dari kalkulasi kuadrat pada variabel. Asumsi yang diharapkan adalah nilai dari *p-value* dari *quadratic effect* variabel menunjukkan nilai yang tidak signifikan, dimana jika tidak

signifikan maka disimpulkan hubungan antar variabel bersifat linier yang artinya model penelitian dapat dikatakan *robust*. Demikian juga sebaliknya.

Dari hasil uji linieritas pada **Tabel 15**, ditemukan bahwa *p-value* dari *quadratic effect* untuk hubungan antar variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* menunjukkan angka $0,221 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Demikian juga dengan hubungan antar variabel Covid-19 dengan *switching intention* menunjukkan angka $0,383 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Maka dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua korelasi variabel dalam model bersifat linier dan juga *robust*.

Uji Endogenitas

Tabel 16. Uji Endogenitas

| GC | P-Value | Path Coefficient |
|--------|---------|------------------|
| X -> Y | 0.469 | -0,556 |
| M -> Y | 0.210 | -1.600 |

Sumber: Hasil olah data peneliti (2024)

Uji endogenitas bertujuan untuk memastikan keamanan variabel endogen pada model penelitian, dalam artian untuk memastikan apakah variabel endogen dalam model merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel respon, bukan malah sebaliknya. Uji endogenitas dianjurkan untuk penelitian yang bertendensi ke penelitian eksploratori (Hair Joseph F. *et al.*, 2013). Asumsinya adalah jika *p-value* dari korelasional suatu variabel signifikan pada taraf 0,05 berarti terjadi masalah endogenitas. Sebaliknya, jika tidak signifikan berarti tidak ada masalah endogenitas. Pada aplikasi smartPLS 4, uji endogenitas dilakukan dengan instrumen statistik *gaussian copula*. Adapun interpretasinya yaitu jika nilai dari *p-value* dari *gaussian copula* menunjukkan nilai yang tidak signifikan maka, disimpulkan tidak ada masalah endogenitas yang artinya model penelitian dapat dikatakan *robust* (Hair *et al.*, 2019). Demikian juga sebaliknya.

Pada penelitian ini berdasarkan pada **Tabel 16**, untuk hubungan antar variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* menunjukkan nilai *gaussian copula* sebesar $0,469 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Demikian juga dengan hubungan antar variabel Covid-19 dengan *switching intention* menunjukkan nilai *gaussian copula* sebesar $0,210 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Maka dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah endogenitas dalam model penelitian yang artinya model penelitian dapat dikatakan *robust*.

Pembahasan

Hipotesis Pertama (H₁)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “kemudahan layanan *E-channel* BSI pasca merger berpengaruh positif terhadap *switching intention* nasabah”. Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, dinyatakan bahwa hipotesis pertama **diterima**. Ini ditunjukkan dengan signifikansi *p-value* $0,000 < 0,05$. Untuk *path coefficient* menunjukkan nilai $-0,735$ yang berarti arah hubungan langsung antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* adalah berpengaruh **negatif**

dimana jika variabel kemudahan layanan *E-channel* mengalami peningkatan satu satuan maka variabel *switching intention* dapat menurun 73,5%.

Untuk nilai *F-square* nya adalah sebesar 0,703 dimana menurut Hair, et.al (2017) angka tersebut menunjukkan level pengaruh yang **kuat**. Kemudian, pada taraf *confidence interval* 95%, diketahui rentan kekuatan pengaruh variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention* dapat berkisar -0.304 sampai -0,999. Maka dari itu, sangat perlu bagi manajemen BSI untuk meningkatkan kemudahan pelayanan *E-channel* nya mengingat peningkatan kemudahan pelayanan *E-channel* ini memiliki potensi untuk menurunkan *switching intention* dari nasabah BSI hingga 99%. Manajemen BSI dapat fokus pada aspek *clear and understandable* serta aspek *easy to become skillfull* dalam peningkatan *E-channel* nya, mengingat bahwa jika dilihat dari *factor loading*-nya, aspek tersebutlah yang paling representatif terhadap variabel kemudahan pelayanan *E-Channel*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Qurniawati (2021) dan (Adiningtyas & Auliani, 2024). Dalam penelitiannya diungkapkan bahwa kemudahan layanan *E-channel* yang diwakili variabel *inconvenience* berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berpindah nasabah. Secara teoritis, penelitian ini juga koheren dengan *theory of planned behavior* dimana item prediktor *perceived power of control* dalam konteks penelitian sangat memengaruhi niat berpindah nasabah BSI. Adapun item *perceived power of control* yang dimaksud adalah persepsi tentang kemudahan pelayanan *E-channel* BSI, dimana secara statistik telah dibuktikan bahwa semakin mudah pelayanan *E-channel* yang diberikan maka, semakin menurun niat nasabah untuk berpindah bank.

Hipotesis Kedua (H₂)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “pandemi Covid-19 memoderatori hubungan kemudahan layanan *E-channel* BSI pasca merger terhadap *switching intention* nasabah”. Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, dinyatakan bahwa hipotesis kedua **ditolak**. Ini ditunjukkan dengan signifikansi *p-value* $0,413 > 0,05$. Untuk *path coefficient* menunjukkan nilai -0,138 yang berarti Covid-19 sebagai variabel moderator memberikan kontribusi **negatif** terhadap hubungan variabel layanan *E-channel* dengan *switching intention*, dalam artian variabel Covid-19 bisa memberikan kontribusi sebesar 13,8% untuk menurunkan niat berpindah bank oleh nasabah BSI. Untuk nilai *F-square* nya adalah sebesar 0,041 dimana menurut Hair, et.al (2017) angka tersebut menunjukkan level pengaruh yang **lemah**. Dan untuk *confidence interval*-nya, variabel Covid-19 sebagai pemoderasi variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* berada pada taraf -0,389 sampai 0,244.

Yang perlu menjadi tanda kutip bahwa dalam penelitian ini, variabel Covid-19 tidak diukur secara biner atau *dummy*, melainkan diukur dengan konstruk laten dengan beberapa indikator reflektif. Adapun indikatornya adalah penggunaan *E-channel* di era pandemi Covid-19 dan persepsi nasabah terkait keamanan dana dan data nasabah di masa pandemi Covid-19. Untuk model pengukuran juga telah dipastikan bahwa evaluasi telah dilakukan sesuai prosedur dan telah valid secara statistik.

Penolakan hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat dimaknai bahwa, variabel Covid-19 sebagai variabel moderator belum mampu secara signifikan untuk memperkuat hubungan antara variabel kemudahan pelayanan *E-channel* dengan *switching intention*, meskipun secara parsial variabel Covid-19 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *switching intention* dengan *p-value* $0,03 < 0,05$. Akan tetapi walaupun tidak signifikan, variabel Covid-19 sebagai variabel pemoderasi tetap memberikan kontribusi linier dalam hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* dengan *switching intention* sebesar 13,8%.

Selain itu, peneliti juga memberikan 2 argumen teoritis atas penolakan hipotesis kedua ini. Yang pertama, bahwa penolakan ini bisa disebabkan karena variabel kemudahan layanan *E-channel* pada dasarnya sudah memiliki faktor determinan yang sangat tinggi terhadap niat pindah nasabah BSI yang ditunjukkan dengan angka R^2 sebesar 0,646 yang diperoleh hanya dari 1 variabel independen. Ini dapat dimaknai bahwa meskipun peningkatan layanan *E-channel* BSI dilakukan di luar masa Covid-19, niat pindah dari nasabah BSI di Maluku Utara akan tetap rendah. Atau dengan kata lain, nasabah BSI cenderung akan tetap loyal atau setia di BSI selama mereka mendapatkan kemudahan layanan *E-Channel*, terlepas kemudahan layanan tersebut diperoleh saat ada Covid-19 ataupun tidak.

Yang kedua, bahwa peneliti menemukan variabel Covid-19 tetap mampu memoderasi atau menguatkan hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention*, akan tetapi berada pada taraf kekuatan moderasi yang rendah. Atas lemahnya kekuatan moderasi dari variabel Covid-19, peneliti berpandangan bahwa hal ini bisa disebabkan karena indikator reflektif yang menjelaskan variabel Covid-19 masih belum kuat dan perlu untuk dilengkapi. Ini dapat dilihat dari arah pengaruh variabel Covid-19 terhadap variabel *switching intention* yang juga negatif jika diuji secara parsial tapi dengan angka statistik original sampel yang sangat minim. Ini mengindikasikan bahwa indikator penyusun variabel Covid-19 yang ada, bukan merupakan indikator utama yang bisa menjelaskan variabel Covid-19.

Di samping itu, Peneliti juga menemukan bahwa alasan nasabah BSI di Maluku Utara menggunakan layanan *E-channel* bukan semata-mata karena kondisi Covid-19, melainkan juga karena tingkat kepatuhan yang tinggi atas aturan PPKM yang saat itu memaksa masyarakat untuk membatasi kontak fisik. Ini dibuktikan dari data statistik yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik Maluku Utara yang menunjukkan bahwa 68,8% masyarakat patuh terhadap aturan PPKM dengan mengurangi mobilitas dan menghindari kerumunan, dan juga 9,2% perkantoran menerapkan pengaturan kerja kantor 75% WFH & 25% WFO termasuk BSI Ternate (Badan Pusat Statistik Maluku Utara, 2022). Secara teoritis, asumsi ini juga didukung melalui hasil penelitian Elfoza Rona (2021), yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel aturan pembatasan hubungan sosial terhadap peningkatan penggunaan *mobile banking* BSI. Atas dasar tersebut di atas, di penelitian lanjutan perlu untuk memperkuat konstruk variabel Covid-19 dengan memformulasi faktor “kepatuhan atas aturan PSBB” ke dalam variabel Covid-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kemudahan layanan *E-channel* BSI nasabah pasca merger berpengaruh positif terhadap *switching intention* nasabah. Secara teoritis, penelitian ini juga koheren dengan *theory of planned behavior* dimana item prediktor *perceived power of control* yang digunakan dalam penelitian ini sangat memengaruhi niat berpindah nasabah BSI. Hasil penelitian ini dapat dimaknai bahwa salah satu faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah bank BSI yang membuat mereka tidak memiliki niat pindah walaupun bank BSI baru saja *merger* adalah layanan *E-channel* yang prima yang memberikan jaminan kemudahan penggunaan dan keamanan. Hasil penelitian ini juga memperluas cakupan konstruk variabel layanan nasabah yang sebelumnya kebanyakan hanya membahas tentang pengaruh layanan *offline* terhadap niat berpindah bank.

Selanjutnya, untuk hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “pandemi Covid-19 memoderatori hubungan kemudahan layanan *E-channel* pasca merger BSI terhadap *switching intention* nasabah” menunjukkan hasil yang menarik, yakni bahwa hipotesisnya ditolak. Berdasarkan hasil uji statistik, sebenarnya variabel Covid-19 tetap mampu memoderasi atau menguatkan hubungan antara variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention*, akan tetapi berada pada taraf kekuatan moderasi yang rendah. Dengan kata lain, kondisi Covid-19 tidak begitu banyak memberikan kontribusi pengaruh atas hubungan positif variabel kemudahan layanan *E-channel* terhadap *switching intention* nasabah bank BSI. Ini juga dapat diartikan bahwa, meskipun tidak ada variabel Covid-19, niat berpindah bank oleh nasabah bank BSI akan cenderung rendah selama bank BSI bisa memberikan jaminan kemudahan penggunaan layanan *E-Channel*.

Terkait penolakan hipotesis kedua, ini bisa disebabkan karena variabel kemudahan layanan *E-channel* pada dasarnya sudah memiliki faktor determinan yang sangat tinggi atas niat berpindah nasabah ke bank lain, sehingga meskipun peningkatan layanan *E-channel* BSI dilakukan di luar masa Covid-19, niat pindah dari nasabah BSI di Maluku Utara akan tetap rendah. Atau dengan kata lain, nasabah BSI cenderung akan tetap loyal atau setia di BSI selama mereka mendapatkan kemudahan layanan *E-Channel*, terlepas kemudahan layanan tersebut diperoleh saat ada Covid-19 ataupun tidak.

Selain faktor tersebut di atas, penolakan hipotesis kedua bisa juga disebabkan karena indikator penyusun variabel Covid-19 yang ada bukan merupakan indikator utama yang bisa menjelaskan variabel Covid-19. Peneliti menemukan bahwa, alasan nasabah BSI menggunakan layanan *E-channel* bukan semata-mata karena kondisi Covid-19, melainkan juga karena tingkat kepatuhan yang tinggi dari masyarakat Maluku Utara atas aturan PPKM yang saat itu memaksa masyarakat untuk membatasi kontak fisik. Maka dari itu, untuk penelitian berikutnya peneliti menyarankan untuk mengembangkan konstruk variabel Covid-19 dengan memformulasi faktor “kepatuhan atas aturan PSBB” ke dalam variabel Covid-19.

Saran dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan yang membuka peluang untuk dilakukan penelitian lanjutan maupun penelitian tandingan untuk antitesanya. Maka dari itu, peneliti mengharapkan adanya penelitian lanjutan yang serupa tapi dengan lokus yang beragam, agar cakupan generalisasi penelitian ini bisa lebih luas. Selain itu, mengingat terjadi penolakan hipotesis kedua dalam penelitian ini, maka untuk penelitian selanjutnya peneliti merekomendasikan untuk mengembangkan konstruk variabel Covid-19 dengan memformulasikan faktor “kepatuhan atas aturan PSBB” ke dalam variabel Covid-19. Ini perlu dilakukan mengingat secara regresi variabel Covid-19 juga memiliki arah pengaruh negatif terhadap variabel *switching intention* jika diuji secara parsial tapi dengan angka statistik original sampel yang sangat minim. Ini mengindikasikan bahwa indikator reflektif yang menjelaskan variabel Covid-19 masih belum kuat dan perlu untuk dilengkapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, H., & Auliani, A. S. (2024). Sentiment analysis for mobile banking service quality measurement. *Procedia Computer Science*, 234, 40–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.02.150>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual layanan jejaring sosial berbasis lokasi (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Thesis*. Universitas Brawijaya
- Badan Pusat Statistik Maluku Utara. (2022). *Statistik Covid-19*.
- BSI. (2021). *Merger dengan dua bank BUMN, BRIS ganti nama jadi Bank Syariah Indonesia*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/merger-dengan-dua-bank-bumn-bris-ganti-nama-jadi-bank-syariah-indonesia>.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*.
- Elfoza, Rona. (2021). Pengaruh pandemi covid-19 terhadap penggunaan transaksi mobile banking, internet banking, dan e-money pada bank syariah indonesia KCP Ulak Karang Padang. *Thesis*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Farah, M. F. (2017). Application of the theory of planned behavior to customer switching intentions in the context of bank consolidations. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1), 147–172. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2016-0003>
- Ghamry, S., & Shamma, H. M. (2022). Factors influencing customer switching behavior in Islamic banks: evidence from Kuwait. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 688–716. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0021>
- Ghozali, Imam. (2015). *Partial Least Squares konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (VII)*. Universitas Diponegoro.
- Hafizd, J. Z. (2020). Peran bank syariah mandiri (BSM) bagi perekonomian indonesia di masa pandemi Covid-19. In *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* (Vol. 5, Issue 2).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications Inc. .

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair Joseph F., Hult G. Tomas M., Ringle Christian M., & Sarstedt Marko. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Inggar Dwi Rani. (2021). Pengaruh efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di masa pandemi Covid 19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Di Jawa Timur). *Thesis*. UII.
- James, G., Witten, D., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2017). *An introduction to statistical learning with applications in R*. Springer.
- Jebarajakirthy, C., & Shankar, A. (2021). Impact of online convenience on mobile banking adoption intention: A moderated mediation approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102323. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102323>
- Kapoor, A., Sindwani, R., Goel, M., & Shankar, A. (2022). Mobile wallet adoption intention amid COVID-19 pandemic outbreak: A novel conceptual framework. *Computers & Industrial Engineering*, 172, 108646. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108646>
- Kompas.com. (2021, June 23). *Meski menghancurkan ekonomi, pandemi Covid-19 cetak 5 juta orang kaya baru, bagaimana bisa?*. Kompas. <https://www.kompas.com/global/read/2021/06/23/125127270/Meski-Menghancurkan-Ekonomi-Pandemi-Covid-19-Cetak-5-Juta-Orang-Kaya-Baru>.
- Mobilestatistik. (2018). *Goodness of fit gof dalam structural equation modeling*. <https://www.mobilestatistik.com/goodness-of-fit-gof-dalam-structural-equation-modeling-sem/>.
- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior. *The Journal of High Technology Management Research*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.hitech.2012.03.001>
- Qurniawati, R., Nurohman, Y., & Fatharani, A. (2022). Determinants of customer switching intention: empirical evidence from sharia bank mergers in Indonesia. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 12(1), 17–37. <https://doi.org/10.15642/elqist.2022.12.1.17-37>
- Rahmat (2023, May 31). *Wawancara*.
-

- Rohmawati, V. (2016). Niat berpindah konsumen pada nasabah bank di Surabaya. *Thesis*. Universitas Airlangga.
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., & Miller, D. W. (2001). *Perceived security and World Wide Web purchase intention*. <http://www.emerald-library.com/ft>
- Shahid, S., Islam, J. U., Malik, S., & Hasan, U. (2022). Examining consumer experience in using m-banking apps: A study of its antecedents and outcomes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102870. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102870>
- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: The influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143–161. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, Gaby, Van Oppen, & Claudia. (2009). Using PLS Path Modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177–195.
- WHO Director-General. (2020, March 11). *Opening remarks at the media briefing on COVID-19*. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>