

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh pengetahuan, religiusitas, aksesibilitas, dan program ekstra kurikuler islami terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional yang beralih ke perbankan syariah. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi yang menjadi nasabah perbankan konvensional dan beralih ke perbankan syariah, baik yang beralih secara penuh atau tidak beralih secara penuh. Objek penelitian ini adalah beberapa institusi perguruan tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 82 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi linier berganda menggunakan SPSS 24.0.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa pengetahuan dan program ekstra kurikuler islami tidak berpengaruh terhadap perilaku nasabah perbankan konvensional untuk beralih ke perbankan syariah. Sedangkan religiusitas dan aksesibilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci : Aksesibilitas, Program Ekstra Kurikuler Islami, dan Perilaku Konsumen Berpindah Merek.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze and prove empirically the influence of knowledge, religiosity, accessibility, and extra curricular islamic program to conventional banking customer behavior that switch to sharia banking. The subjects of this study are students of accounting study programs that become conventional banking customers and switch to sharia banking, whether really switching or not really switching. The object of this study is the institutions of college in the Special Region of Yogyakarta. In this study the sample of 82 respondents selected using purposive sampling method. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS 24.0.*

*Based on the analysis that has been done obtained the result that the knowledge and extra curricular islamic program does not affect the behavior of conventional banking customers to switch to sharia banking. While religiosity and accessibility proved to have a positive and significant effect.*

*Keywords: Accessibility, Extra Curricular Islamic Program, and Customer Behavior of Brand Switching.*