

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat dosen UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) untuk melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan alat analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS versi 21.0. populasi dalam penelitian ini adalah 591 Dosen UMY dengan sampel penelitian sebanyak 34 responden . teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria yang sudah ditentukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa koesioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,374 > 0,05$, (2) sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi sebesar $0,762 > 0,05$, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$, (4) loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, (5) pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, loyalitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah dengan nilai uji F sebesar 16,034 dan signifikansi sebesar 0,000.

Kata kunci: pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, loyalitas, customer swithing intention, minat

ABSTRACT

The aim of this research was to find out factors which influence the interest of UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) lecturers to do *customer switching intention* in Syariah Bank.

The research was a quantitative research, and the analysis instrument of this research was multiple linear regression with SPSS application of version 21.0. the population consisted of 591 lecturers of UMY with samples consisting of 34 respondents. The sampling technique used purposive sampling with determined criteria. The data collection technique was done using questionnaire. Pre-requisite analysis test consisted of normality test, heterocedasticity, linearity test, and multicollinearity test. The technique of data analysis used multiple linear regression.

The research result shows that: (1) knowledge does not have significant effect towards the interest of UMY lecturers in doing *customer switching intention* in Syariah Bank, with the significance value of $0,374 > 0,05$. (2) attitude does not have significant influence on the interest of UMY lecturers in doing *customer switching intention* in Syariah Bank, with significance value of $0,762 > 0,05$. (3) the quality of service has positive and significant effect towards the interest of UMY lecturers in doing *customer switching intention* in Syariah Bank, with significance value of $0,016 < 0,05$. (4) loyalty has positive and significant value towards the interest of UMY lecturers in doing *customer switching intention* in Syariah Bank, with significance value of $0,000 < 0,05$. (5) knowledge, attitude, quality of service, and loyalty simultaneously have positive and significant effect towards the interest of UMY lecturers in doing *customer switching intention* in Syariah Bank with value of F test 16,034 and significance 0,000.

Keywords: knowledge, attitude, quality of service, loyalty, customer switching intention, interest