

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat dosen melakukan *customer switching intention* di bank syariah. Selain itu penelitian ini juga berusaha memperoleh data tentang pengaruh pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, dan loyalitas.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif. Jenis penelitian ini berupa penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Lokasi dan Subyek Penelitian

Lokasi adalah dimana fenomena geografi itu terjadi. Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sedangkan subyek atau informan adalah Dosen UMY.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 80). Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini

adalah Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjumlah 591 Dosen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2011: 81). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan Dosen UMY

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan, penarikan, atau pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan (*Judgement*) atau kriteria tertentu. Adapun sampel yang akan diambil harus memenuhi kriteria-kriteria dibawah ini:

- a) Merupakan Dosen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjumlah 591 Dosen.
- b) Dosen yang masih menggunakan Rekening Bank Konvensional adalah 53 Dosen
- c) Dosen yang bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini adalah 34 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket/kuesioner, dan SDM (Sumber Daya Manusia) dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Kuesioner / Angket

Menurut Sugiyono (2012: 142) mengatakan bahwa koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini disusun guna mengetahui pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, loyalitas dosen melakukan *customer switching intention* di bank syariah. Data ini akan diambil dari Dosen yang berada di UMY.

Setiap alternatif jawaban memiliki skor yang berbeda-beda. Pemberian nilai/skor pada setiap item atau pertanyaan untuk masing-masing alternatif jawaban, yaitu dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pedoman Penskoran

Alternatif Jawaban	Skor Untuk Pernyataan
	Pernyataan Positif (+)
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pengukuran pada kuesioner ini menggunakan skala *likert* 1 sampai 4 saja. Maksudnya disini agar mempermudah dan memperjelas penyusunan instrument berupa angket, maka peneliti menyusun kisi-kisi

instrument skala likert hanya 1 sampai 4 saja. Alasan penulis hanya memilih empat itu dikarenakan agar pada saat mengolah data nanti tidak terjadi data yang tidak valid.

2. Data dari Biro Sumber Daya Manusia UMY

Data ini diperoleh berdasarkan data yang dimiliki oleh Biro Sumber Daya Manusia UMY. Data yang diberikan semua bagian yang diajukan dapat dipublikasikan oleh peneliti. Karena tidak ada yang dianggap rahasia dan diketahui oleh umum.

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

1. Variabel Independen/Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengetahuan (X1)

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, dan

informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2012:149).

Menurut Peter dan Olson (1999) dalam Yuniarti (2015: 131) indikator dari pengetahuan konsumen yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan tentang atribut produk atau karakteristik subyektif produk.
- 2) Pengetahuan tentang manfaat produk/jasa.
- 3) Pengetahuan tentang kepuasan.

b. Sikap (X2)

Sikap adalah cara seseorang mengevaluasi, dan perasaan suka tidak suka terhadap suatu obyek, sikap juga memiliki faktor penting dalam mengambil suatu keputusan konsumen. Dalam hal ini konsep sikap berkaitan langsung terhadap kepercayaan dan perilaku. Kepercayaan konsumen ini dapat dilihat dari obyek, atribut dan manfaat yang dimiliki obyek tersebut Sumarwan (2011:165)

Dalam Yuniarti (2015: 145) Faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya sikap adalah sebagai berikut:

- 1) Kepercayaan.
- 2) Emosi, perasaan seseorang.
- 3) Tindakan.

c. Kualitas pelayanan (X3)

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi publik dapat dilihat dari sejauh mana pelanggan atau orang

yang dilayani menyatakan kepuasannya. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari persepsi mereka terhadap produk pelayanan yang telah diberikan. Persepsi pelayanan sangat penting dalam menilai kualitas pelayanan publik. Teknik pengukuran kepuasan pelanggan sebenarnya banyak berasal dari teknik yang dikembangkan di dalam pemasaran bagi perusahaan-perusahaan swasta yang berorientasi kepada profit Suranto (2013: 69).

Tjiptono (2005) dalam Sunyoto (2014: 242) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang kompleks, sehingga untuk menentukan sejauh mana kualitas dari pelayanan tersebut dapat dilihat dari 5 (lima) dimensi, yaitu:

- 1) *Tangibles* (bukti fisik): kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Penampilan petugas dalam melayani pelanggan, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan, penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- 2) *Realibility* (kehandalan): kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Kecermatan petugas dalam melayani, memiliki standart pelayanan yang jelas, kemampuan dan keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

- 3) *Responsiviness* (daya tanggap): kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan, petugas melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat, melakukan pelayanan dengan tepat, semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.
- 4) *Assurance* (jaminan): kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, jaminan biaya dalam pelayanan, jaminan legalitas dalam pelayanan, dan memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
- 5) *Emphaty* (empati): sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon, petugas melayani dengan sikap ramah, sikap sopan santun, melayani dengan tidak diskriminatif (membedakan), dan menghargai setiap pelanggan.

d. Loyalitas (X4)

Loyalitas adalah komitmen pelanggan dalam bertahan untuk melakukan langganan kembali atau melakukan pembelian uang terhadap suatu produk dan jasa secara konsisten untuk masa yang akan datang Hurriyati (2005) dalam Sopiah dan Sangadji (2013: 104).

Tjiptono (2005) dalam Sopiah dan Sangadji (2013: 115) mengemukakan 6 (enam) indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu:

- 1) Pembelian ulang.
- 2) Kebiasaan dalam mengonsumsi merek
- 3) Rasa suka yang besar terhadap merek
- 4) Ketetapan pada suatu merek
- 5) Keyakinan bahwa merek tersebut merek yang terbaik
- 6) Rekomendasi merek kepada orang lain

2. Variabel Dependen/Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat (Y).

Indikator dari minat dalam penelitian ini adalah:

- 1) Minat transaksional
- 2) Minat refrensial
- 3) Minat prefensial
- 4) Minat eksploratif

F. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini data mempunyai kedudukan paling tinggi, karena data merupakan penggambar variabel yang diteliti, benar tidaknya data menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada koesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut Gozali (2011:52)

Atau secara sederhana Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan r tabel untuk *degree offreedom* (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid Ghozali (2005: 45).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x^2)(\sum y^2)}{\sqrt{\{\sum x^2 - \sum x\}} \sqrt{\{\sum y^2 - \sum y\}}}$$

Kajian ini dilakukan dalam beberapa tahapan analisis sebagai berikut:

Keterangan:

R_{xy} : koefisien korelasi (r -hitung)

$\sum x$: Skor variabel independen

$\sum y$: Skor variabel dependen

$\sum xy$: Hasil kali skor butir dengan skor total

n : Jumlah responden

Selanjutnya r_{xy} yang diperoleh untuk masing-masing soal, dikonsultasikan dengan r product moment untuk taraf signifikan 0,05. Jika harga r_{xy} lebih dari atau sama dengan r tabel, maka item angket atau pertanyaan itu valid. Sebaliknya jika harga r_{xy} kurang dari r tabel maka item angket atau pertanyaan itu tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koefisien dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ Nunnally, 1967 dalam Ghazali (2011: 48).

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

α : koefisien reliabilitas

r : korelasi antar item

k : jumlah item

G. Analisis Data

Analisis data yaitu cara bagaimana data yang sudah diperoleh dan terkumpul kemudian dianalisa sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan. Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini digunakan analisis data kuantitatif. Analisis Kuantitatif adalah analisis data yang dinyatakan dalam bentuk angka dimana data tersebut adalah variabel-variabel yang dianggap berpengaruh terhadap minat Dosen UMY untuk melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Di UMY dalam kategori ini yang pada akhirnya akan menjadi total dari skor pengisian koefisien oleh responden.

Adapun alat analisis statistik dari metode kuantitatif ini melalui beberapa tahapan, seperti:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menghasilkan model regresi yang baik. Untuk menghindari kesalahan dalam pengujian asumsi klasik maka jumlah sampel yang digunakan harus bebas dari bias. Persamaan regresi linier berganda akan lebih baik apabila memenuhi pengujian normalitas,

tidak multikolinieritas, tidak linearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011: 103). Pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti residual normal. Untuk mengetahui nilai uji normalitas dikatakan normal jika uji tersebut $> 0,05$ maka dikatakan normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *P Plot*, uji *Chi Square*, *Skewness* dan Kurtosis atau uji *Kolmogorov Smirnov* Ghozali (2011:103).

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Jika $\text{sig.} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011:139).

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika nilai VIF yang didapat tidak lebih dari 10 dan lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari multikolinearitas Ghozali (2011:105).

4) Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui untuk apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik. Jika $\text{sig.} < 0,05$ maka dikatakan linear Ghozali (2011: 166).

2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2011) analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Untuk mengetahui pengaruh variabel terhadap pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, dan loyalitas, maka digunakan alat teknik regresi berganda yang dimasukkan

variabel independen dan dependen ke dalam model persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat

α = Konstanta

β_1 - β_4 = koefisien regresi

X1 = variabel pengetahuan

X2 = variabel sikap

X3 = variabel kualitas pelayanan

X4 = variabel loyalitas

E = *Error*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y, dengan kata lain apakah garis regresi tersebut bermakna sebagai penaksir. Uji koefisien regresi serentak dimaksudkan untuk menguji kemaknaan garis regresi atau menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Ghozali

(2011:65). Dalam pengujian hipotesis koefisien regresi secara serentak akan diuji dengan uji F.

- 1) Apabila $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, H_0 diterima berarti tidak ada pengaruh antara variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap minat dosen melakukan switching di bank syariah.
- 2) Apabila $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$, H_0 ditolak berarti ada pengaruh antara variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, dan loyalitas terhadap minat dosen melakukan switching di bank syariah. Selain itu juga dapat membandingkan probabilitas dengan taraf signifikan 5% (0,05), yaitu jika taraf signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan signifikan akan tetapi jika sebaliknya maka dikatakan tidak signifikan.

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji Koefisien determinasi pada intinya mengukur besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah diantara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen dalam penjelasan variabel dependen terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel dapat memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen Ghazali (2011:97)

Namun, kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi yaitu bisa terhadap jumlah variabel independen yang

dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjust* R^2 .

Nilai *Adjust* R^2 dapat naik atau turun apabila variabel independen ditambahkan kedalam model. Implikasi dari persamaan tersebut adalah:

- 1) Untuk $k > 1$ dan *Adjust* $R^2 < R^2$, bila jumlah variabel independen ditambah, maka *Adjust* R^2 naik dengan jumlah kenaikan kurang R^2 .
- 2) *Adjust* R^2 dapat bernilai negatif kendati R^2 selalu positif. Bila *Adjust* R^2 bernilai negatif maka nilainya dianggap nol.
- 3) Secara umum bila ditambahkan variabel independen merupakan prediktor yang baik, maka akan menyebabkan nilai varians naik pada gilirannya *Adjust* R^2 meningkat. Sebaliknya variabel baru tidak meningkatkan varians maka *Adjust* R^2 akan menurun. Artinya, tambahan variabel baru tersebut bukan merupakan prediktor yang baik bagi variabel dependen.

c. Uji Individu (Uji t)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji keterkaitan secara individual antara variabel bebas yaitu pengaruh pengetahuan (X1), sikap (X2), kualitas pelayanan (X3) dan loyalitas (X4) terhadap minat (Y). koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui kontribusi

variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria untuk menerima atau menolak hipotesis adalah:

Hipotesis diterima jika nilai sig (P value) < 0.05 (α) dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.