

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Awal mula didirikannya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, berawal dari suatu gerakan sosial keagamaan, yaitu Muhammadiyah. Muhammadiyah didirikan di kota Yogyakarta oleh KH. Ahmad Dahlan pada tahun 1912. Seiring berjalannya waktu, Muhammadiyah akhirnya mengalami kemajuan nan pesat, terutama dalam bidang pendidikan.

Para aktivis Muhammadiyah akhirnya berkeinginan buat mendirikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sebenarnya keinginan buat mendirikan UMY memang sudah lama dan pada saat itu, memang belum terlaksana. Sehingga Prof. Dr. Kahar Muzakir memberikan suatu pendapat buat mendirikan Universitas nan berjalur Muhammadiyah.

Pada tanggal 18 November 1960 telah diresmikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) di Yogyakarta oleh pimpinan Pusat Muhammadiyah Majelis pengajaran. Dengan demikian, secara tak langsung telah menjelaskan bahwa piagam pendiriannya, mencantumkan Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) sebagai bagian dari Universitas Muhammadiyah.

Mulai dari dicantumkan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) membuat para aktivis Muhammadiyah, seperti Drs. H. Mustafa Kamal Pasha, Drs. M. Alfian Darmawan, Hoeman Zainal, S.H., Brigjen. TNI. (Purn.) Drs. H. Bakri Syahid, K.H. Ahmad Azhar Basir, M.A., Ir.H.M Dasron Hamid, M.Sc., H.M. Daim Saleh, Drs.M.Amien Rais, H.M.H Mawardi, Drs. H. Hasan Basri, Drs.H.Abdul Rosyad Sholeh, Zuber Kohari, da Ir.H. Basit Wahid.

Mereka yang telah berusaha keras berjuang dengan gigih buat mencari mahasiswa, serta didukung oleh K.H. A.R. Fakhruddin nan pada saat itu merupakan Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah, dan H. Mukhlis Abror nan merupakan Ketua Pimpinan Wilayah Muhammadiyah DIY, dengan resmi telah mendirikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tanggal 1 maret 1981.

Pertama kali berdirinya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, orang nan diberi kepercayaan buat mengemban tugas sebagai rektor ialah Brigjen. TNI. (Purn) Drs. H. Bakri Syahid. Pada masa itu, Brigjen. TNI. (Purn.) Drs. H. Bakri Syahid telah menghabiskan masa jabatannya sebagai rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Setelah masa jabatan Brigjen. TNI. (Purn.) Drs. H. Bakri Syahid sebagai rektor UMY telah habis, kemudian rektor periode selanjutnya telah diserahkan kepada Ir. H.M Dasron Hamid, M.Sc

Akan tetapi sebab adanya prosen permintaan ijin menteri mam belum selesai, sehingga hal ini menyebabkan tertundanya Ir.H.M Dasron Hamid, M.Sc menjabat sebagai rektor pada saat itu. Sehingga buat menunggu proses

permintaan ijin menteri selesai, maka sementara waktu rektor UMY pada saat itu ialah H.M.H Mawardi nan merupakan sesepuh dari Muhamadiyah.

Kemudian setelah permintaan ijin menteri telah turun, maka ditetapkan Ir.H.M. Dasron Hamid, M.Sc menjadi rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Begitulah sejarah berdirinya UMY, dan sampai sekarang UMY semakin di kenal dan diminati oleh masyarakat luas. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta juga memiliki visi dan misi. (<http://www.binasyifa.com/339/51/27/niversitas-muhammadiyah-yogyakarta-sejarah-berdirinya.htm>).

2. Visi Misi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

a) Visi

Menjadi Universitas yang unggul dalam pengembangan ilmu dan teknologi dengan berlandaskan Nilai-nilai Islam untuk kemaslahatan umat.

b) Misi

- 1) Meningkatkan harkat manusia dalam upaya meneguhkan nilai-nilai kemanusiaan dan peradaban.
- 2) Berperan sebagai pusat pengembangan Muhammadiyah
- 3) Mendukung pengembangan Yogyakarta sebagai wilayah yang menghargai keragaman budaya.
- 4) Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengembangan masyarakat secara profesional.

- 5) Mengembangkan peserta didik agar menjadi lulusan yang berakhlak mulia, berwawasan dan berkemampuan tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.

3. Tujuan

c) Tujuan Umum

Terwujudnya sarjana umum yang berakhlak mulia, cakap, percaya diri, mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta berguna bagi umat, bangsa dan kemanusiaan.

d) Tujuan Khusus

- 1) Menguasai, mengembangkan dan mengamalkan ilmu pengetahuan dan Teknologi yang dijiwai oleh nilai kemanusiaan, akhlakul karimah dan etika yang bersumber pada ajaran Islam serta memupuk ke-Ikhlasan, melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* yang relevan dengan kebutuhan pembangunan bangsa.
- 2) Melaksanakan program pendidikan Ahli madya, Sarjana, Pascasarjana dan profesi yang menghasilkan lulusan yang memenuhi kebutuhan dunia kerja baik nasional maupun internasional.
- 3) Menghasilkan penelitian dan karya Ilmiah yang menjadi rujukan pada tingkat nasional dan internasional.
- 4) Mengembangkan kehidupan masyarakat akademik yang ditopang oleh nilai-nilai Islam yang menjunjung tinggi kebenaran, keadilan, kejujuran, kesungguhan dan tanggap terhadap perubahan.

- 5) Menciptakan iklim akademik yang dapat menumbuhkan pemikiran-pemikiran terbuka, kritis-konstruktif dan inovatif.
- 6) Menyediakan sistem layanan yang memuaskan bagi pemangku kepentingan/stakeholders.
- 7) Menyediakan Sumberdaya dan potensi Universitas yang dapat diakses oleh perguruan tinggi, lembaga-lembaga pemerintah swasta, industri, dan masyarakat luas untuk mendukung upaya-upaya pengembangan bidang agama Islam, sosial, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kesehatan, dan budaya di Indonesia.
- 8) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai institusi nasional maupun internasional untuk memajukan pendidikan, penelitian, manajemen dan pelayanan.
- 9) Menghasilkan lulusan yang memiliki integritas kepribadian dan moralitas yang islami dalam konteks kehidupan individual maupun sosial.

B. Analisa Profil Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah berupa koesioner/angket di UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Dalam penelitian ini jumlah koesiner yang disebarkan berjumlah 34 orang yaitu Dosen UMY. Koesioner yang disebarkan yaitu langsung kepada responden, kemudian koesioner yang sudah diisi dengan lengkap akan diambil kembali sebagai hasil penelitian. Berikut data responden yang diklasifikasikan menurut jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan nama rekening Bank Konvensional.

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan

KARAKTERISTIK RESPONDEN	KETERANGAN	TOTAL RESPONDEN	PERSEN TASE
JENIS KELAMIN	Perempuan	16	48%
	Laki-Laki	18	52%
	Total	34	100%
Usia	18-25 tahun	0	0 %
	26-35 tahun	2	6%
	36-45 tahun	10	29%
	Diatas 46 tahun	22	65%
	Total	34	100%
Pendidikan Terakhir	SMP	0	0%
	SMU	0	0%
	DIPLOMA	0	0%

	S1	0	0%
	S2	20	58,8%
	S3	14	41,2%
	Total	34	100%
Pekerjaan	Pelajar atau mahasiswa	0	0%
	Pegawai Swasta	32	94,1%
	Wiraswasta	0	0%
	PNS	2	5,9%
	Lain-lain sebutkan	0	0%
	Total	34	100%

Sumber: data primer yang diolah. 2017 hasil output SPSS

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 diatas, dari total responden 34 diatas, sebanyak 52 % adalah berjenis kelamin laki-laki dan 48 % adalah berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh laki-laki.

Berdasarkan data tabel 4.1 diatas, dari jumlah total 34 responden, responden 6 % berusia 23-35 tahun, 29 % berusia 36-45 tahun dan 65 % berusia diatas 46 tahun. Hal ini dapat diketahui bahwa responden didominasi yang menggunakan rekening Bank Konvensional adalah usia diatas 46 tahun.

Berdasarkan distribusi data pada tabel 4.1 diatas, pendidikan terakhir yang paling mendominasi adalah pendidikan S2 yaitu dengan jumlah 20 orang dengan presentase 58,8 % dan 14 orang dengan presentase 41,2 % adalah pendidikan S2.

Hal ini dapat diketahui bahwa responden didominasi yang menggunakan rekening Bank Konvensional adalah pendidikan S2.

Hasil tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden yang paling dominan adalah sebanyak 32 orang dengan presentase 94,1 % dan yang memiliki pekerjaan dari PNS sebanyak 2 orang dengan presentase 5,9 %.

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu koesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kemudian pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid, jika r hitung, $<$ dari r tabel maka item dinyatakan tidak valid Ghozali (2005: 45).

Tabel 4.2
Ringkasan Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	Person Correlation	Keterangan
Pengetahuan	P1	0,695	Valid
	P2	0,736	Valid
	P3	0,762	Valid
	P3	0,756	Valid
	P4	0,567	Valid
Sikap	P5	0,670	Valid
	S1	0,567	Valid
	S2	0,600	Valid
	S3	0,702	Valid
	S4	0,479	Valid
	S5	0,734	Valid
Kualitas Pelayanan	S6	0,733	Valid
	Kp1	0,727	Valid
	Kp2	0,720	Valid
	Kp3	0,790	Valid
	Kp4	0,722	Valid
	Kp5	0,802	Valid
	Kp6	0,732	Valid
	Kp7	0,765	Valid
	Kp8	0,641	Valid
	Kp9	0,872	Valid
Kp10	0,697	Valid	
Loyalitas	L1	0,903	Valid

Minat	L2	0,639	Valid
	L3	0,861	Valid
	L4	0,854	Valid
	L5	0,906	Valid
	L6	0,753	Valid
	M1	0,887	Valid
	M2	0,828	Valid
	M3	0,903	Valid
	M4	0,881	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017 hasil output SPSS

Berdasarkan uji validitas 4. 2 diatas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan pada semua variabel dinyatakan valid dilihat dari *person correlation* lebih dari angka r tabel =0,2869.

Berdasarkan dari seluruh tabel uji validitas diatas dapat dilihat bahwa, seluruh butir pertanyaan pada variabel dimensi pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, loyalitas dan variabel minat dosen UMY adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu koisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koisioner dikatakan reliable 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 Ghozali, 2011: 48). Berikut merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4.3
Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien cronbac's alpha	Keterangan
Pengetahuan	0,788	RELIABEL
Sikap	0,705	RELIABEL
Kualitas pelayanan	0,911	RELIABEL
Loyalitas	0,900	RELIABEL
Minat	0,898	RELIABEL

Sumber: data primer yang diolah. 2017 hasil output SPSS

Dari data diatas dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas dalam tabel dapat diuraikan bahwa koefesian *Cronbac's Alpha* untuk masing-masing variabel yaitu pengetahuan = 0,788, sikap = 0,705, kualitas pelayanan = 911, loyalitas = 0,900, dan minat = 0,898. Karena semua variabel memiliki angka *Cronbac's Alpha* lebih dari 0,06 maka semua variabel dikatakan reliabel.

D. Uji Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan kondisi data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, loyalitas dan minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Deskripsi dari variabel-variabel penelitian ditunjukkan oleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif

	N	Minimu m	Maximum	Mean	Sid. Deviation
Pengetahuan	34	9	24	16,09	3,841
Sikap	34	12	24	17,50	3,008
Kualitas Pelayanan	34	22	40	30,41	4,646
Loyalitas	34	6	24	15,47	3,776
Minat	34	4	16	11,24	2,438
Valid N (listwise)	34				

Sumber: data yang diolah. 2017 hasil output SPSS

Berdasarkan deskripsi diatas, menunjukkan besaran nilai minimum, maximum, rata-rata dan standar deviasi. Pada tabel 4.4 menunjukkan nilai variabel pengetahuan memiliki nilai sebesar 9, nilai maximum sebesar 24

dengan rata-rata 16,09 dan standar deviasi sebesar 3,841. Variabel sikap memiliki nilai minimum 12, nilai maximum 24 dengan nilai rata-rata sebesar 17,50 dan standar deviasi sebesar 3,008. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum 22, nilai maximum 40 dengan nilai rata-rata 30,41 dan standar deviasi sebesar 4,646. Variabel loyalitas memiliki nilai minimum 6, nilai maximum 24 dengan nilai rata-rata sebesar 15,47 dan standar deviasi sebesar 3,776. Variabel minat mempunyai nilai minimum 4. Nilai maximum 16 dengan nilai rata-rata 11,24 dan standar deviasi sebesar 2,438.

Berdasarkan hasil dari uji statistik deskriptif diatas, variabel dengan hasil perhitungan rata-rata tertinggi adalah variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 30,41 artinya semakin tinggi nilai rata-rata dari jumlah item pertanyaan kualitas pelayanan maka responden yang memiliki kualitas yang dilakukan oleh bank dilakukan maka akan mempengaruhi minatnya dosen UMY untuk melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

2. Uji Normalitas

Tabel 4.5

Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig (2-tailed)	Keterangan
0,981	Data berdistribusi normal

Sumber: data yang diolah. 2017 outout SPSS

Dari uji Kolmogrov-Smirnov Test diatas maka diperoleh *Kolmogrov-Smirnov test* sebesar 0,468 dan signifikansi (*asympt.sig.*) sebesar 0,981 yang artinya bahwa uji diatas lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. 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. Pada penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan metode glesjer dengan pengambilan keputusan dengan cara melihat nilai signifikan pada variabel bebas. Jika $\text{sig.} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2011:139). Dibawah ini adlah hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig t	Keterangan
X1	0,605	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,230	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X3	0,163	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

X4	0,642	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
----	-------	-----------------------------------

Sumber: data yang diolah. 2017 hasil output SPSS

Dari hasil uji glesjer diatas menunjukkan bahwa semua variabel bebas tidak mengalami heteroskedastisitas karena nilai probabilitas signifikan semua variabel diatas $>0,05$.

4. 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 Ghazali (2011:105). Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,856	1,168	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2	0,555	1,802	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X3	0,650	1,538	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X4	0,520	1,922	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: data yang diolah. 2017 hasil output SPSS

Hasil output SPSS diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* tiap variabel $> 0,1$ dan nilai VIF nya lebih kecil dari 10. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

5. Uji Linearitas

Tabel 4.8
Hasil Uji linearitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,041	LINEAR
X2	0,004	LINEAR
X3	0,000	LINEAR
X4	0,000	LINEAR

Sumber: data yang diolah. 2017 hasil output SPSS

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi dari uji linear ini dalam suatu studi empiris seharusnya kubik, linear atau kuadrat. untuk mengenatui suatu data dikatakan linear yaitu jika $\text{sig.} < 0,05$ maka dikatakan linear Ghozali (2011: 166).

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada lineariti $X_1 = 0,041$, $X_2 = 0,004$, $X_3 = 0,000$, $X_4 = 0,000$. Karena signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas terdapat hubungan yang linear.

E. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memperediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui Ghozali (2011).

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.9

Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.401	1.969		-.204	.840
	Pengetahuan	.064	.071	.100	.896	.378
	Sikap	-.034	.113	-.043	-.306	.762
	Kualitas Pelayanan	.173	.067	.329	2.560	.016
	Loyalitas	.386	.093	.597	4.157	.000

a. Dependent Variable: Minat Dosen

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,401 + 0,064 X_1 + 0,034 X_2 + 0,173 X_3 + 0,386 X_4 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -0,401 artinya jika pengetahuan (X1), sikap (X2), kualitas pelayanan (X3), loyalitas (X4) nilainya 0, maka minat (Y) nilainya adalah -0,401 .
- b. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan yang berlawanan arah terhadap variabel dependennya yaitu minat, mengakibatkan pengetahuan akan mengalami penurunan kepada minat. Koefisien regresi pengetahuan (X1) sebesar 0,064 artinya jika variabel pengetahuan mengalami penurunan satu satuan, maka minat (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,064.
- c. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan yang berlawanan arah terhadap variabel dependennya yaitu minat, mengakibatkan sikap mengalami penurunan kepada minat. Koefisien regresi sikap (X2) sebesar -0,034 artinya jika sikap mengalami penurunan satu satuam, maka minat (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,064.
- d. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan minat, kenaikan kualitas pelayanan mengakibatkan

kenaikan pada minat. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,173 artinya kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka minat (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,173.

- e. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara loyalitas dengan minat, kenaikan loyalitas mengakibatkan kenaikan pada minat. Koefisien regresi loyalitas (X4) sebesar 0,386 artinya loyalitas mengalami kenaikan satu satuan, maka minat (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,386.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.10
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	135.051	4	33.763	16.034	.000 ^b
Residual	61.066	29	2.106		
Total	196.118	33			

a. Dependent Variable: Minat Dosen

b. Predictors: (Constant), Loyalitas, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Sikap

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 apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengujiannya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka keputusannya adalah H_0 atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka keputusannya H_0 ditolak atau variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen Ghozali (2011:65).

Berdasarkan tabel 4.10 diatas maka dapat diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya nilai ini menunjukkan bahwa pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas secara bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap Minat Dosen UMY untuk melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

3. Uji R^2 (Koefisien Determinan)

Tabel 4.11

Hasil Perhitungan Uji Koefisien R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.646	1.451

a. Predictors: (Constant), Loyalitas, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Sikap

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah adalah 68,9 % sedangkan sisanya 31,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Dari hasil dalam penelitian ini diketahui bahwa tidak seluruhnya variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas berpengaruh signifikan yang artinya pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas belum sepenuhnya mempengaruhi minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Kemungkinan ada faktor lain yang mempengaruhi minat tersebut, misalnya fasilitas produk ataupun promosi itu sendiri yang dapat melengkapi penelitian ini sehingga responden dapat merasakan dampak untuk melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah tersebut.

4. Uji t-test (Uji secara individu)

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.401	1.969		-.204	.840
	Pengetahuan	.064	.071	.100	.896	.378
	Sikap	-.034	.113	-.043	-.306	.762
	Kualitas Pelayanan	.173	.067	.329	2.560	.016
	Loyalitas	.386	.093	.597	4.157	.000

a. Dependent Variable: Minat Dosen

Sumber: data yang diolah. 2017 hasil output SPSS

uji t digunakan untuk menguji keterkaitan secara individual antara variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel independennya. Dari tabel 4.12 diatas *coefficient* diatas terlihat nilai signifikansi pengetahuan $0,378 > 0,05$ maka H1 ditolak dan Ho diterima. Nilai signifikansi sikap $0,762 > 0,05$ maka H1 ditolak dan Ho diterima. Nilai signifikansi kualitas pelayanan $0,016 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H1 diterima dan Ho ditolak. Nilai signifikansi loyalitas $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan H1 diterima dan Ho ditolak.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui dengan menggunakan program SPSS Versi 21.0 dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah

Pengetahuan adalah ssesuatu yang didapatkan dari informasi yang dicari mengenai suatu produk atau jasa, serta semua yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, serta informasi yang didapat agar dapat mengetahui fungsi dari produk atau jasa tersebut Sumarwan (2012:149).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi dari variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah dengan hasil pengujian yang diperoleh nilai signifikansi 0,378 lebih besar dari 0,05. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Hal ini dapat diperkuat berdasarkan informasi yang penulis dapatkan melalui observasi yang mengatakan bahwa responden belum tertarik di Bank Syariah karena fasilitas di Bank Syariah itu sendiri masih sedikit dan belum bisa sesuai dengan kebutuhan responden,

responden beranggapan bahwa antara Bank Konvensional dan Bank Syariah sama saja belum memiliki perbedaan sehingga membuat responden bertahan menggunakan rekening Bank Konvensional, responden yang mengatakan bahwa operasional Bank konvensional lebih cepat dan mudah daripada Bank Syariah, akses di Bank Konvensional lebih cepat dan luas jangkauannya serta mudah untuk dijangkau, dan responden mengatakan masih enggan untuk berpindah dengan alasan tidak ingin repot. Hal tersebut yang menyebabkan mengapa responden masih tetap menggunakan rekening Konvensional dikarenakan pengetahuan responden tentang Bank Syariah itu sendiri masih rendah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ayu Retno Sari (2012) yang mengatakan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di kabupaten Bantul menabung di Bank Syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui konstruksi dalam kuesioner menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai produk dan jasa serta sistem bagi hasil masih amat terbatas dan minimnya pengetahuan masyarakat sehingga membuat masyarakat tetap bertahan menggunakan rekening konvensional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2. Pengaruh variabel sikap terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah

Sikap merupakan kecenderungan faktor motivasional yang belum menjadi tindakan. Sikap merupakan hasil belajar. Sikap merupakan nilai yang bervariasi (suka-tidak suka). Sikap ditunjukkan terhadap suatu objek, bisa personal dan nonpersonal Sangadji dan Sopiah (2013:44).

Berdasarkan pengujian secara parsial uji t antara dimensi sikap terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah menunjukkan nilai signifikansi 0,762 lebih besar dari 0,05 yang memiliki arti bahwa secara parsial variabel sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

Dapat disimpulkan hasil penelitian variabel sikap Dosen UMY pada Bank Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Hal ini dapat diperkuat dengan hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap responden mengatakan bahwa responden masih belum percaya bahwa Bank Syariah sudah sesuai dengan Syariah Islam dan terhindar dari Riba sepenuhnya, responden mengatakan bahwa pelayanan pada Bank Syariah masih belum sesuai Syariah, karena partner dan responden merasa bahwa belum banyak produk dari Syariah yang memudahkan dan lebih mudah Konvensional tidak ribet, dan responden merasa karyawan pada Perbankan Syariah memiliki perilaku yang tidak baik untuk dicontoh seperti produk yang seharusnya bagus

jika diberikan kepada pihak yang memiliki perilaku yang tidak baik maka produk tersebut akan terlihat jelek pula.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Agus Arwani (2015) yang menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat di Bank Syariah. Penilaian sikap Dosen pada Bank Syariah dilakukan untuk mengetahui sikap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Hal yang menyebabkan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ini bisa dikarenakan belum adanya rasa percaya responden terhadap Bank Syariah sehingga membuat responden tetap menggunakan Rekening Konvensional dan keinginan yang rendah sehingga responden enggan berniat untuk ke rekening Syariah.

3. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah

Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa memiliki nilai guna seperti yang diinginkan atau dengan kata lain suatu barang dan jasa telah mempunyai kualitas apabila berfungsi atau memiliki guna sesuai yang diinginkan Sunyoto (2012: 240).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Berdasarkan hasil uji yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,016 yang artinya lebih kecil dari 0,05 yang memiliki arti bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

Pelayanan adalah salah satu faktor pendukung yang penting bagi suatu kehidupan dalam menentukan suatu pilihan terhadap suatu hal, jika pelayanan dalam suatu bank itu baik maka akan menarik minat nasabah untuk bertransaksi di bank tersebut, karena pada dasarnya tujuan pelayanan itu sendiri adalah memuaskan pelanggannya. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila didalam fungsinya memberikan kemudahan, memahami kesulitan yang dihadapi nasabah, memberi solusi ketika nasabah kesulitan dan memberikan informasi dengan jelas sehingga dapat dipahami dan dimengerti oleh nasabah. Dengan demikian jika hal itu terpenuhi dan nasabah terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank maka minat nasabah untuk memiliki bank tersebut juga akan meningkat.

Hasil penelitian diatas selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan (2012) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles serta lokasi BMT terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia dan variabel manakah yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia.

4. Pengaruh dimensi loyalitas terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah

Hurriyati (2005) dalam Sangadji dan Sopiiah (2013: 104) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Berdasarkan pengertian di atas terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan Sangadji dan Sopiiah (2013: 105).

Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa dimensi loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Berdasarkan hasil uji SPSS, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dari data uji t tersebut dapat diartikan bahwa dimensi loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah.

Pada penelitian ini diketahui bahwa loyalitas berbanding arah terhadap minat Dosen melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah, hal tersebut dikarenakan responden menganggap Bank Syariah dan Konvensional

sama saja sehingga menyebabkan loyalitas berpengaruh terhadap minat, ke konsistenan responden dalam menjawab butir pertanyaan yang dijawab sehingga memungkinkan dari dimensi loyalitas dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, dan sikap positif responden mengenai Syariah sudah ada seperti merekomendasikan Perbankan Syariah terhadap nasabah lain, namun responden itu sendiri masih belum menggunakan rekening Syariah hanya berupa keinginan dan belum disertai tindakan untuk melakukan *customer swithing intention* di Bank Syariah.

Pada dasarnya setiap manusia itu membutuhkan pengetahuan, bahkan dalam suatu perusahaan besar sekalipun pengetahuan, sikap, pelayanan bahkan loyalitas saling memiliki keterkaitan agar berkembangnya suatu perusahaan tersebut. Dari semua hal tersebut jika sudah mengetahui apa yang ada dalam perusahaan tersebut, pelayanan yang mencakup bukti fisik (*tangibles*), cepat tanggap (*responsiviness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) dapat menciptakan rasa puas dan loyal terhadap suatu produk yang digunakan.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan Endang Tri Wahyuni (2015) yang mengatakan bahwa variabel kepercayaan (X1) dan variabel kepuasan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

5. Pengaruh dismensi pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap minat dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah

Berdasarkan simultan uji F diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya nilai tersebut menunjukkan positif dan signifikan terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah karena nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dari hasil penelitian memberikan bukti bahwa variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan dan loyalitas memberikan pengaruh positif dan signifikan sehingga hal ini harus dipertahankan dan ditingkatkan tentang produk-produk tabungan yang ada di Bank Syariah.

Dari variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, dan loyalitas kualitas merupakan variabel yang saling berpengaruh terhadap minat Dosen UMY melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Dari ke empat variabel ini berikut adalah nilai masing-masing variabel: pengetahuan signifikansi 0,374 dengan koefisien regresi 0,064, variabel sikap dengan nilai signifikansi 0,762 dengan koefisien regresi -0,034, variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi 0,16 dengan koefisien regresi 0,173, dan loyalitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien regresi 0,386.

Dari variabel pengetahuan, sikap, kualitas pelayanan, dan loyalitas, Variabel loyalitas merupakan faktor yang paling dominan terhadap minat Dosen UMY untuk melakukan *customer switching intention* di Bank Syariah. Dimana variabel loyalitas memiliki nilai signifikansi (P Value) paling kecil sebesar 0,000 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,386 di banding dengan variabel lainnya.