

## ABSTRAK

### SWITCHING COST SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PENGARUH ANTARA KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH DAN SWITCHING INTENTION

*Nama: Fernanda Ayu Arimbi*

*NIM: 20130730041*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui switching cost sebagai variabel pemoderasi pengaruh kualitas layanan dan loyalitas nasabah terhadap switching intention pada lima Bank Syariah dengan indeks loyalitas nasabah tertinggi di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan membagikan kuesioner kepada nasabah lima Bank Syariah dengan memberikan demografi seperti jenis kelamin, umur, pendapatan, status sebagai nasabah, pendidikan terakhir, lama menjadi nasabah dan pendapatan perbulan. Responden penelitian dipilih secara purposive sampling dengan kriteria yang ditentukan yaitu individu yang minimal sudah menjadi nasabah Bank Syariah selama 2 tahun sebanyak 100 responden. Pengujian instrument yang terdiri uji validitas menggunakan metode Confirmatory Factor Analysis (CFA) sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan metode analisis Cronbach alpha. Dan untuk pengujian hipotesis menggunakan model regresi linier sederhana dan Moderated Regression Analysis (MRA) dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh dari kualitas layanan dan loyalitas nasabah, sedangkan kualitas layanan terhadap switching intention tidak terbukti. Variabel moderasi pada penelitian ini sebagai quasi moderasi.*

***Kata Kunci:*** *Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah, Switching Intention, Switching Cost*

## **ABSTRACT**

### **SWITCHING COST AS MODERATING VARIABLE IN EFFECT OF SERVICE QUALITY TOWARDS CUSTOMERS LOYALTY OF SHARIA BANKING AND SWITCHING INTENTION**

**Name: Fernanda Ayu Arimbi**  
**NIM: 20130730041**

*This research aimed at finding out switching cost as moderating variable in effect of service quality and customers loyalty towards switching cost of sharia Bank with the highest index of customers loyalty in Yogyakarta. This research employed survey method by information such as gender, age, income, status as customer, education, duration of being customer, and monthly income. The research respondents were selected using purposive sampling with criteria that have been determined that is individuals who have been customers of Sharia Bank for 2 years or as many as 100 respondents. The instrument was tested using validity test with Confirmatory Factor Analysis (CFA), while reliability test was conducted using Cronbach Alpha Analysis. To test the hypothesis, simple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) were used, and the analysis instrument of this research was SPSS program of version 20. The research result shows that there is effect of service quality and customers loyalty of Sharia Bank, while there is no effect of service quality towards switching intention. Moderating variable of this research has a role as quasi moderating.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Loyalty, Switching Intention, Switching Cost*