

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SWITCHING INTENTION PADA BANK SYARIAH KOTA
MALANG**

SKRIPSI



Oleh

MIFTAH BARID

NIM: 14540054

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SWITCHING INTENTION PADA BANK SYARIAH KOTA
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

MIFTAH BARID

NIM: 14540054

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
SWITCHING INTENTION PADA BANK SYARIAH KOTA
MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

MIFTAH BARID
NIM: 14540054

Telah Disetujui, 18 Maret 2020
Dosen Pembimbing,

Dr. Siswanto, SE., M.Si
NIP 19750906 200604 1 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D
NIP 19751109 199903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWITCHING INTENTION PADA BANK SYARIAH KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh :

MIFTAH BARID

NIM: 14540054

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 09 April 2020

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

- | | | | |
|--|---|---|---|
| 1. Ketua Penguji
<u>Yayuk Sri Rahayu, SE., MM</u>
NIP. 19770826 200801 2 011 | : | (|) |
| 2. Sekretaris/Pembimbing
<u>Dr. Siswanto. SE., M.Si</u>
NIP 19750906 200604 001 | : | (|) |
| 3. Penguji Utama
<u>Fani Firmansyah, SE., M.Si</u>
NIP. 19770123 200912 1 001 | : | (|) |

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D

NIP 19751109 199903 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miftah Barid
NIM : 14540054
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah (S-1)

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan perbankan syariah (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SWITCHING INTENTION PADA BANK SYARIAH KOTA MALANG

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 24 April 2020

Hormat saya,



Miftah Barid
NIM : 14540054

HALAMAN PERSEMBAHAN



Persembahan kepada:

Ibu dan bapaku.
Terimakasih telah mendukungku dalam setiap keadaan.
Kan kuabdikan seluruh hidupku untuk berbakti kepada
kalian berdua.

MOTTO

“Tak ada yang namanya pembuktian. Hiduplah sebagaimana kamu memilih bahagia sebagai jalan hidup”

“Diam, analisa, rencanakan, eksekusi, dan evaluasi”

“jangan pernah loncat kesatu kesimpulan sebelum tau akar permasalahannya”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Switching Intention* Pada Bank Syariah Kota Malang” ini bisa terselasikan dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi yang paling mulia, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari jalan yang sesat kepada kebenaran yang haqiqi .

Penelitian ini tidak akan berjalan sesuai dengan semestinya tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu, penghormatan dan rasa terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D. sebagai Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Siswanto, SE., M.Si. sebagai Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dalam bentuk bimbingan dari awal sampai akhir.
5. Semua dosen penguji proposal dan skripsi yang telah memberikan masukan sehingga skripsi ini bisa selesai sebagaimana mestinya.
6. Bapak dan ibu serta keluarga yang senantiasa mendoakan untuk kelancaran skripsi ini.
7. Serta segenap pihak yang telah membantu dalam melancarkan penulisan tugas akhir skripsi ini yang tidak bisa penulis disebutkan satu persatu.

Dengan segala kekurangan penulis peneliti berharap untuk mendapatkan masukan serta kritik sehingga penelitian ini bisa disempurnakan semaksimal

mungkin. Semoga penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada kita semua.
Amin ya Robbal Alamin.

Malang, 31 oktober 2019

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAM PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Batasan Penelitian	10
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Theory of Planned Behavior	22
2.2.2 Sikap	24
2.2.3 Norma Subjektif	26
2.2.4 Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan	27
2.2.5 Switching Intention	28
2.2.6 Kajian Keislaman	28
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis	34
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	37
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5 Data dan Jenis Data	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.2 Instumen Penelitian	39
3.7 Definisi Operasional Variabel	39
3.8 Skala Pengukuran	42

3.9	Uji Validitas dan Relibialitas Data	43
3.10	Analisis Data	43
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Deskripsi Klasifikasi Responden	47
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian	48
4.1.3	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data	52
4.1.4	Analisis Faktor Konfirmatori	54
4.1.5	Hasil Pengujian Hipotesis	61
4.2	Pembahasan dan Implikasi Hasil Penelitian	62
4.2.1	Attitude Terhadap Switching Intention	62
4.2.2	Subjective Norm Terhadap Switching Intention	63
4.2.3	Perceived Behavior Control Terhadap Switching Intention	64
4.2.4	Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Switching Intention	66
4.2.5	Kajian Keislaman	67
BAB 5 PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Penelitian Attitude	49
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian Subjective Norm	50
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian Perceived Behavior Control.....	51
Tabel 4.4 Uji Validitas	53
Tabel 4.5 Nilai Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.7 KMO and Barlett's Test.....	55
Tabel 4.8 MSA	56
Tabel 4.9 Comunalities	56
Tabel 4.10 Total Varianced Explained.....	59
Tabel 4.11 Loading Factor	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender	47
Gambar 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan	48



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Bukti Konsultasi
- Lampiran 3 Data Hasil Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Output Spss
- Lampiran 5 Biodata Penulis
- Lampiran 6 Surat Keterangan Plagiarisme



ABSTRAK

Miftah Barid. 2020, SKRIPSI. Judul: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Switching Intention* Pada Bank Syariah Kota Malang”

Pembimbing : Dr. Siswanto, SE., M.Si.

Kata Kunci : *Attitude, Switching intention, Subjective norm*

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang sedang berkembang di Kota Malang. Perkembangan tersebut tidak diiringi dengan *market share* dan jumlah pengguna bank Syariah yang masih kalah jauh dibandingkan bank konvensional. Hal itu menandakan bahwa perpindahan pelanggan dari bank konvensional ke bank syariah relatif kecil. Bank syariah dituntut untuk memanfaatkan perpindahan nasabah dari bank konvensional ke bank syariah. Perpindahan nasabah bank konvensional ke bank syariah ditentukan oleh niat untuk berpindah (*Switching intention*). *Switching intention* merupakan hasrat atau niat individu untuk beralih layanan dan digambarkan sebagai sinyal dan peluang nasabah untuk beralih ke layanan yang baru. Semakin tinggi *switching intention* diharapkan dapat meningkatkan perpindahan dari bank konvensional ke bank syariah.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan menggunakan *theory of planned behavior*. *Confirmatory factor analysis (cfa)* digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. 100 responden didapatkan untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

Dari uji analisis konfirmatori diperoleh hasil bahwa *attitude, subjective norm* dan *perceived behavior control* mampu menjadi faktor yang berpengaruh terhadap *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa *attitude* menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.

ABSTRACT

Miftah Barid. 2020, *THESIS*. Title: “Analyze The factors that affect switching intention on sharia bank in Malang”

Advisor : Dr Siswanto, SE., M.Si.

Keywords : Attitude Toward, Switching intention, Subjective norm

Sharia banking is a growing financial institution in Malang city. However, that growing are not accompanied by market share and the number of users in islamic banking which is still small than conventional bank. It is indicates that customers switching from conventional to sharia bank is realtivly small. Sharia bank are required to maximize customer switching from conventional banking. Customer switching is influenced by the intention to switch. Switching intention is an individual desire to switch services and it is described as a signal and a potential customer to switch to new services. The higher the switching intention ranges hopelly could increase user move from conventional to sharia bank.

This research aims to know the factors that affect switching intention on sharia Banks in Malang. And this research use quantitative approaches. The sample in this study was 100 respondents. Data collected with questionnaires. The analysis of the data in this study use confirmatory factor analysis (cfa).

The result of confirmatory factor anaysis show that attitude attitude, subjective norm and perceived behavior control is able to be a factor in switching to Sharia bank in Malang. From this research also it is known that attitude is the most dominant factor in influencing switching to the sharia bank in Malang city.

الملخص

مفتاح بريد. 2020, البحث الجامعي. الموضوع: ”تحليل العوامل المؤثرة في تبديل النية في بنوك مالانج الإسلامية“

المشرف : د. سيسوانتو

الكلمة الرئيسية : وقف تجاه ، تبديل النية ، القاعدة الذاتية

لمصرفية الإسلامية هي مؤسسة مالية تتطور في مدينة مالانج. لم يرافق هذا التطور حصة في السوق وعدد مستخدمي البنوك الشرعية الذين كانوا لا يزالون بعيدون عن البنوك التقليدية. وهذا يشير إلى أن الانتقال من العملاء من البنوك التقليدية إلى البنوك الإسلامية صغير نسبيًا. البنوك الإسلامية مطلوبة لاستخدامها كمصارف إسلامية تقليدية. يتم تحديد تحويل الأموال المصرفية التقليدية إلى البنوك الإسلامية عن طريق نية الانتقال. نية التحويل هي الرغبة أو النية الفردية في التحويل إلى الخدمة وترجمتها كإشارة وفرصة للتحويل إلى خدمة جديدة. وكلما ارتفعت نية التحويل من البنوك التقليدية إلى البنوك الإسلامية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على نية التحويل في البنوك الإسلامية لمدينة مالانج. يستخدم هذا البحث مقارنة كمية. كانت العينة في هذه الدراسة فرد. البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان. استخدم تحليل البيانات في هذه الدراسة طريقة تحليل العوامل المؤكدة.

اختبار التحليل التأكيدي ، أظهرت النتائج أن المواقف تجاه ، والمعيار الشخصي ، والتحكم في السلوك المدرك يمكن أن تكون عاملاً يؤثر على النية المتغيرة في بنوك مالانج الإسلامية. من نتائج هذه الدراسة ، يُعرف أيضًا أن الموقف تجاه العامل الأكثر هيمنة في التأثير على نية التحويل في بنوك مالانج الإسلام.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank Syariah adalah institusi keuangan yang operasionalnya dilaksanakan dengan asas-asas syariah atau prinsip-prinsip Islam. Terbentuknya bank syariah diawali dengan keinginan masyarakat dalam menghindari transaksi-transaksi muamalah yang dilarang dalam Islam seperti *riba*, *gharar* dan transaksi muamalah yang merugikan orang lain.

Bank syariah di Indonesia mengalami perkembangan cukup pesat. Tercatat per-November 2018 menunjukkan aset perbankan syariah nasional sebesar Rp 451,20 triliun. Namun dari sisi *market share* bank syariah bisa dikatakan masih kecil yaitu sebesar 5,725%. Jika dibandingkan dengan *market share* perbankan konvensional yaitu sebesar 95,2 persen (Yoliawan, 2019). Selain itu, total nasabah bank syariah dan konvensional masih terputus jauh. Tercatat pada tahun 2015 Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa nasabah bank syariah baru mencapai 15 juta jiwa atau 18,75 persen dari total jumlah nasabah perbankan. Sedangkan untuk bank konvensional sendiri telah memiliki sebanyak 80 juta orang yang aktif sebagai nasabahnya. Hal ini tentu menjadi perhatian khusus bagi bank syariah untuk selalu memperhatikan seluruh aspek dari bisnisnya. Agar nasabah konvensional tertarik untuk beralih (*switching behavior*) ke bank syariah.

Tindakan peralihan (*switching behavior*) sangat ditentukan oleh niat (*switching intention*). Semakin besar niat seseorang untuk beralih ke bank syariah diharapkan bisa berhasil ditampilkan dalam tindakan. Menurut Bansal (2005) *switching intention* didefinisikan sebagai peluang seorang pelanggan untuk

berpindah dari perusahaan jasa yang sedang digunakan saat ini ke perusahaan jasa yang baru. Jabeen (2015:217) *switching intention* atau niat beralih pelanggan merupakan sebuah tanda berhentinya hubungan pelanggan dengan penyedia jasa saat ini secara parsial maupun total. Secara parsial akan terjadi jika pelanggan tetap mempertahankan hubungan dengan *provider* yang sedang digunakan selain juga mencari *provider* yang lain.

Roos, Edvarsson dan Gustavsson (2002) mengategorikan peralihan nasabah menjadi dua sisi yaitu dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Peralihan pelanggan didalam perusahaan terjadi jika customer beralih kepada produk atau jasa lain tapi masih dalam lingkup satu perusahaan. Sedangkan peralihan pelanggan eksternal terjadi ketika pelanggan beralih menggunakan produk atau jasa alternatif diluar perusahaan saat ini. Fisbein dan Ajzen (2000) dalam Arwani (2015) menjelaskan dalam teorinya *theory of behavioral control* (TPB) bahwa minat seseorang terhadap sesuatu itu bisa dilihat dari *attitude* dan *subjective norm* serta *perceived behavior control* yang dimilikinya. Sikap merupakan sesuatu hal yang muncul dari pribadi orang tersebut sedangkan norma subjektif berkaitan dengan persepsi yang dia percaya yang berasal dari lingkungan sekitarnya. Selain itu juga minat dipengaruhi oleh *perceived behavior control* atau control keprilakuan. Hartono (2007) ada tiga jenis intensi atau minat. Pertama, minat didefinisikan sebagai harapan dalam berperilaku tertentu. Kedua minat dimaknai selayaknya kemauan dalam berperilaku tertentu. Ketiga minat dimaknai selayaknya tujuan dalam berperilaku tertentu.

Sikap dimaknai perasaan individu mengenai baik maupun buruknya mengenai pekerjaan tertentu. Seseorang akan cenderung memiliki minat dalam menampilkan suatu *behavior* tertentu manakala dipersepsikan secara baik terhadap pekerjaan yang bersangkutan. Kepercayaan mengambil peran terhadap *attitude* seseorang tentang akibat yang ditimbulkan melakukan pekerjaan tertentu (*behavioral belief*) yang didasari oleh evaluasi terhadap konsekuensi (*outcome evaluation*). Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa sikap adalah kepercayaan yang menonjol dari seseorang mengenai apakah hasil akhir perilakunya akan bersifat positif atau negatif.

Menurut Ajzen (1991) sikap dibentuk oleh serangkaian kepercayaan yang menghasilkan nilai pada hasil perilaku. Jika hasil akhir atau hasil dari suatu perilaku dipandang sebagai hasil yang positif, bernilai, bermanfaat, dan menyenangkan maka sikap seseorang akan lebih menguntungkan dengan kemungkinan besar individu itu terlibat dalam melakukan perilaku tersebut. Misalnya, jika seseorang percaya bahwa menggunakan bank syariah itu lebih menguntungkan daripada bank konvensional baik karena bank syariah memiliki harga yang murah, pelayanan yang baik dan memuaskan, karyawannya ramah, atau menggunakan bank syariah itu merupakan hal positif karena tidak terkandung riba dalam sistem operasionalnya dan sesuai dengan prinsip Islam. maka sikap individu tersebut terhadap bank syariah akan positif. Sebaliknya, jika sikap yang tidak menyenangkan terhadap perbankan syariah dirasakan karena munculnya kepercayaan bahwa tidak ada bedanya dengan bank-bank yang menerapkan sistem riba lainya maupun harga dan pelayanannya tidak lebih baik dari bank

konvensional, maka kemungkinan sikap yang muncul terhadap bank syariah adalah negatif.

Subjective norm dimaknai sebagai penggunaan kepercayaan untuk mendorong seseorang untuk menyetujui maupun tidaknya terhadap suatu tindakan. Dorongan tersebut didalam *subjective norm* diyakini sebagai kepercayaan yang bersifat sosial. Pengaruh sosial yang bersifat normatif muncul dikarenakan adanya pengaruh orang lain yang menuntun untuk menyelaraskan diri agar disukai dan diterima oleh lingkungan sosial meskipun tindakan tersebut mungkin tidak diterima atau disetujui oleh individu yang bersangkutan. Pengaruh sosial normatif menempatkan tekanan pada individu untuk mematuhi norma-norma sosial di suatu kelompok. Pengaruh sosial yang normatif telah terbukti memaksakan pengaruh persuasif yang tinggi atas individu. Seorang individu akan berniat berperilaku ketika memahami bahwa orang yang dianggap penting di lingkungan sekitarnya menyarankan melaksanakan Tindakan yang relevan. Individu-individu dianggap penting bisa dalam bentuk pasangan, teman dekat, dokter, dan yang lainnya. Hal ini dinilai dengan memberikan timbal balik kepada individu terkait siapa saja seseorang yang memberikan pengaruh kepada responden tersebut apakah disetujui atau tidak terkait perilaku yang dimaksud.

Perceived behavior control memberikan peranan yang tidak kalah bergunanya terhadap TPB. Teori Tindakan yang beralasan ini merupakan kelanjutan teori sebelumnya dengan hanya menambahkan *percieved behavior control* didalamnya. Menurut *theory of planned behavior*, *percieved behavior control* dapat digunakan secara langsung untuk memprediksi berhasil atau tidaknya suatu individu

melakukan perilaku tertentu. Ada dua alasan yang bisa diajukan untuk mendukung hal tersebut. Pertama, dengan mempertahankan keyakinan secara terus-menerus, upaya yang dikerahkan untuk mencapai perilaku yang diinginkan akan memiliki kemungkinan untuk berhasil. Misalnya, ada seseorang yang berbeda yang mempunyai keyakinan terhadap minat dalam melakukan sesuatu dan kedua-duanya berupaya melakukannya, orang yang yakin dapat menguasai kegiatan ini kemungkinan besar akan cenderung berhasil melakukan perilaku tersebut dibandingkan dengan individu yang meragukan kemampuannya. alasan kedua, *perceived behavior control* bisa dianggap sebagai pengganti suatu kadar kendali perilaku yang sebenarnya. Apakah *perceived behavior control* bisa dijadikan ukuran kontrol perilaku yang sebenarnya? tergantung pada akurasi persepsi. *Perceived behavior control* yang dianggap sebagai pengganti control perilaku yang sebenarnya mungkin tidak realistis apabila seorang individu mempunyai alternatif pengetahuan yang kecil terkait perilaku tersebut, apabila kelayakan maupun peluang dimiliki terjadi pergeseran, maupun sewaktu hal-hal yang bersangkutan dan yang belum dikenal mulai terlibat dalam situasi tersebut maka Di bawah kondisi yang demikian hingga taraf tertentu mungkin *perceived behavior control* tidak menambah keakuratan prediksi perilaku. Akan tetapi, sejauh pengendalian yang dianggap realistis, kaidah itu dapat digunakan untuk memprediksi perilaku tertentu (Ajzen,1991: 183).

Madahi (2016) menyatakan bahwa *attitude* dan *subjective norm* dapat memprediksi *switching intention*. Sedangkan *perceived behaviour control* tidak dapat berpengaruh terhadap *switching intention*. Hal ini dikarenakan meskipun

pelanggan mempunyai kemampuan untuk mengubah chanel internet ke chanel traditional kemungkinan kecil pelanggan akan melakukan hal tersebut. Dari penjelasan diatas diketahui bahwa *perceived behavior control* tidak selamanya tepat dalam memprediksi terhadap *switching intention*. Sukati (2015) melakukan penelitian yang berjudul *determinant of the chanel switching intention: a consumer persepective*. Dilakukannya penelitian ini untuk menjelaskan *switching intention* internet pada toko bangunan di Malaysia. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis faktor konfirmatori dengan jumlah responden 497 menggunakan teori *theory of planned behavior*. Hasil dari penelitiannya bahwa *attitude* dan *subjective norm* tepat dalam menjelaskan *switching intention* sedangkan *perceived behavior control* tidak tepat dalam mempengaruhi *switching intention*.

Pada tahun 2011 MARS Indonesia melakukan penelitian tentang porsentase nasabah bank syariah berdasarkan rentang usia. Penelitian ini dilakukan di lima kota besar yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan dan Semarang. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa rentang usia 35-55 tahun yang dikategorikan sebagai usia tua memberikan porsentase 50,8% dan merupakan porsentase terbesar dalam menyumbang data nasabah di bank syariah. Sedangkan rentang usia 25-34 yang dikategorikan sebagai usia dewasa memberikan porsentase 37,6% dan disusul dengan rentang usia 18-24 yang dikategorikan usia muda sebesar 11,6% (Dinaratu,2017:197). Dari data diatas diketahui bahwa rentang usia muda yang didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa ternyata menyumbang paling kecil terhadap porsentase data nasabah di bank syariah

padahal usia muda seperti mahasiswa memegang peranan penting dalam menarik masyarakat umum yang masih menggunakan bank konvensional untuk beralih ke bank syariah.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang bisa dikatakan memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan lembaga keuangan yang syariah. Banyak alasan yang melatarbelakanginya salahsatunya adalah karena Fakultas Ekonomi telah menjalin beberapa kerja sama dengan institusi keuangan syariah seperti bank syariah, koperasi syariah, asosiasi Fakultas Ekonomi dan bisnis syariah, program studi bisnis dan manajemen islam Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Tazkia, dan Ikatan Ahli Ekonomi Islam (Khusnudin,2019). Selain itu juga banyak diadakannya kajian-kajian ataupun seminar-seminar yang membahas tentang keuangan syariah yang diadakan oleh Fakultas Ekonomi baik yang bersifat nasional maupun internasional tentunya dapat menambah pemahaman mahasiswa ekonomi uin malang tentang keuangan syariah. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang juga telah memiliki mini bank syariah. Dibangunnya minibank syariah ini tentunya berfungsi sebagai wadah praktek bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi uin malang dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat diperkuliahan. Oleh karena itu dengan adanya alasan-alasan diatas tentunya sedikit banyaknya akan berpengaruh terhadap pemahaman mahasiswa Fakultas Ekonomi uin malang tentang keuangan syariah khususnya perbankan syariah dan hal tersebut secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap *switching intention* di mahasiswa Fakultas Ekonomi. Namun disisi lain, dalam pengamatan peneliti ditemukan bahwa masih banyak

mahasiswa Fakultas Ekonom angkatan 2019 yang masih belum menggunakan bank syariah. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan 10 mahasiswa fakultas ekonomi uin malang 2019 diketahui bahwa 8 dari 10 orang tersebut tidak memiliki akun rekening bank syariah. Oleh karena itu, hal ini menjadi pertimbangan untuk melakukan penelitian di mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Dari penjelasan diatas diketahui bahwa ada kontradiksi hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Madahi dan Sukati dengan *theory of planned behavior* yang telah dirumuskan oleh Ajzen terkait *switching intention*. Hal ini tentunya menjadi celah penelitian bagi peneliti untuk melakukan penelitian tentang *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Sehingga pada penelitian ini peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Switching Intention* Pada Bank Syariah Kota Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *attitude* tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang?
2. Apakah *subjective norm* tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang?
3. Apakah *percieved behavior control* tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang?

4. Faktor apa yang dominan dalam menjelaskan *switching intention* pada bank syariah Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini sebagaimana yang telah diuraikan dalam rumusan masalah diatas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Apakah *attitude* tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.
2. Untuk mengetahui Apakah *subjective norm* tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.
3. Untuk mengetahui Apakah *percieved behavior control* tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.
4. Untuk menjelaskan Faktor dominan dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang

Manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Aspek Teoritis
 1. Untuk peneliti, sebagai wawasan yang bisa menambah khasanah keilmuan dan wawasan sehingga nantinya bisa dijadikan acuan dalam memutuskan sesuatu ketika sudah memasuki kehidupan sehari-hari.
 2. Untuk akademisi, untuk referensi tambahan sebagai patokan dalam penelitian-penelitian mendatang.

b. Aspek Praktis

Untuk manajemen bank syariah, penelitian ini diharapkan bisa membantu dalam memberikan informasi tambahan untuk mempelajari dan memahami perilaku nasabah bank.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ada dipenelitian ini terlalu luas jika dikaji secara menyeluruh. Oleh karena itu, peneliti membatasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini menggunakan *theory of planned behavior* dimana variabel yang diuji adalah *switching intention* sebagai variabel laten dan sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan sebagai variabel manifest.
2. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2019 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang karena masih banyak yang belum menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk deskripsi responden terbatas hanya pada gender dan jurusan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

1.1 Penelitian Terdahulu

Bagian ini akan menjelaskan penelitian sebelumnya terkait *switching intention*. Banyak penelitian yang telah dilakukan dengan berbagai metode dan alat analisis data. Diantaranya: Khoiriyah *et al* (2018) melakukan penelitian dengan judul *consumer switching intention, what factors that affect it* untuk mencari kerangka konseptual dalam menyelidiki anteseden dari *switching intention*. Menggunakan *purposive sampling* dalam penelitiannya di lima usaha kecil menengah (umkm) menggunakan analisis *structural equation modeling* (SEM) dalam merumuskan hipotesis. Dalam penelitiannya digunakan *Satisfaction, switching cost, switching benefit, perceived switching value* sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention*. Dari hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa *switching benefit* dan *perceived switching value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention* sementara *switching cost* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *switching intention*. Dan *satisfaction* tidak memiliki pengaruh terhadap *switching intention*.

Rumengan *et al* (2015) melakukan penelitian untuk melihat biaya beralih, waktu beralih, dan kergamaan dalam memilih dan pengaruhnya dalam minat beralih pelanggan ditoko atau warung. Didapatkan sampel 100 informan dan alat analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda. kesimpulan penelitiannya yaitu *switching cost, time, dan variety seeking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *switching intention* secara simultan. Masing-masing dari variabel *switching time* dan *variety seeking* mempunyai pengaruh terhadap

switching intention secara parsial. Sedangkan *switching cost* tidak memiliki pengaruh terhadap *switching intention* secara simultan.

Saeed (2011) melakukan penelitian berjudul *factors affecting consumer switching intention* dengan menyebarkan kuisioner kepada semua jenis orang. 171 kuisioner diberikan kepada informan secara acak atau *purposive sampling* dalam mencari faktor-faktor pengguna ponsel memiliki *switching intention* dengan menggunakan empat indikator *outcome quality*, *perceived commitment*, *price* dan *anger accident*. Regresi digunakan dalam penelitian ini. Hasil yang didapatkan menyatakan bahwa semua indikator yang diteliti memiliki pengaruh terhadap *switching intention* meskipun begitu *price* atau harga adalah indikator yang dominan. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilaksanakan di Pakistan yang masih digolongkan sebagai Negara berkembang dengan daya beli yang cenderung rendah.

Agustina (2011) melakukan penelitian berjudul *analisis switching intention pengguna jasa layanan rumah kos di Siwalankerto: persepektif kualitas layanan dan kepuasan pelanggan*. Penelitian ini diadakan untuk melihat faktor-faktor minat beralih dilihat dengan cara pandang *service quality* dan *customer satisfaction* dengan menggunakan salahsatu teori indikator pendorong, penarik dan penaut. Hipotesis disusun menggunakan model *partial least square* (PLS). dengan mengumpulkan data menggunakan *nonprobability sampling*. Kesimpulan penelitiannya didapatkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *switching intention*. Sedangkan *customer satisfaction* tidak

mempengaruhi secara signifikan terhadap *switching intention*. Melainkan minat beralih dipengaruhi yang sifatnya berlawanan.

Nazmul (2017) melakukan penelitian untuk mengetahui *switching intention* kepada pelanggan dari restoran etnik india di Helsinki dengan menggunakan teori *The push pull and Mooring (PPM)*. Faktor pendorong menggunakan kualitas makanan, kualitas layanan dan harga. Sedangkan faktor penarik menggunakan indikator pesaing yang menarik dan faktor peanut menggunakan indicator *attitude, social norm* dan *Variety of seeking*. Menggunakan penelitian kuantitatif survey dengan sampel 64 responden yang datang kepada restoran-restoran yang ada di Helsinki. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa *push pull* dan *Mooring* memberikan pengaruh positif terhadap *switching intention* Dalam penelitiannya ini juga dijelaskan bahwa *service quality* adalah indicator yang dominan dalam mempengaruhi pelanggan untuk *switching intention* disusul dengan *food quality* dan *price*.

Leng (2014) melakukan penelitian yang berjudul *an empirical study on switching behavior in Cambodia's mobile telecommunication service* yang bertujuan untuk mempelajari *switching intention* dilayanan telekomunikasi hape menggunakan model PPM dengan alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa *disastification* atau ketidakpuasan pelanggan diperusahaan telekomunikasi hape merupakan faktor utama pelanggan *switching intention* kemudian disusul dengan *attaractivnes* dari kompetitor. Dan juga ditemukan bahwa semua variabel PPM berpengaruh secara signifikan terhadap *switching intention*.

Jabeen *at al* (2015) melakukan penelitian dengan judul *switching intention: a case of Saudi Arabian hypermart* untuk melihat pengaruh dari *service quality* terhadap *satisfaction* dan *ethnic store* sebagai mediator. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan dari hypermart di Arab Saudi dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan *structural equation model* (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Kemudian *ethnic store* mempunyai korelasi dengan *switching intention* dan *satisfaction*.

Sukati (2015) melakukan penelitian yang berjudul *determinant of the channel switching intention: a consumer perspective*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor yang tepat dalam menjelaskan *switching intention* internet pada toko bangunan di Malaysia. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis faktor konfirmatori dengan jumlah responden 497 menggunakan teori *decomposition of theory of planned behavior*. Hasil dari penelitiannya bahwa *attitude* dan *subjective norm* tepat dalam menjelaskan *switching intention* sedangkan *perceived behavior control* tidak dapat menjelaskan *switching intention*.

Choi (2018) melakukan penelitian yang berjudul *A study on factors affecting a customer's switching intention to pure-play Internet bank using the Push-Pull-Mooring model*. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *switching intention* dari bank yang belum terhubung internet ke bank yang sudah menggunakan internet untuk layanannya di Korea. Dengan menggunakan *Push-Pull-Mooring* (PPM). Faktor-faktor *push* adalah *perceived unsuccessfulness* dan *inefficiency*. Faktor-faktor *pull* adalah *alternative attractiveness* dan *social influence*

dan faktor-faktor *mooring* adalah *switching costs*, *personal innovativeness* dan *mobile use habits*. Hipotesis disusun menggunakan analisis *partial least square* (PLS) dan *structural equation model* (SEM) untuk melihat pengaruh dari variabel *independent* ke variabel *dependent* yaitu *switching intention* dengan menyebarkan 223 kuesioner dan hasilnya *perceived unusefulness* *inefficiency* berpengaruh terhadap *switching intention*. Selain itu faktor *inefficiency* dari bank yang belum terhubung dengan internet, *attractiveness* dari bank yang sudah menggunakan internet, dan *social influence* dari bank yang menggunakan internet memiliki pengaruh positif kepada *switching intention*. *Switching cost*, *personal innovativeness* dan *mobile use habit* sebagai variabel moderator tidak berpengaruh terhadap *switching intention*.

Matondang *et al* (2019) melakukan penelitian yang berjudul *pengaruh push, pull dan mooring terhadap keinginan berpindah pelanggan* untuk melihat pengaruh dari faktor *push*, *pull* dan *mooring* terhadap keinginan berpindah pelanggan di ritel Ramayana. Dalam penelitian tersebut dikemukakan bahwa faktor *push* adalah *low quality*, *low satisfaction*, *low value*, *low trust*, *low commitment*, *high price perception*. Faktor *mooring* adalah *unfavorable attitude switching*, *unfavorable subjective norms*, *high switching cost*, *infrequent prior switching behavior* dan *low variety seeking*. Dan faktor *pull* adalah *alternative attractiveness*. Hasil penelitian mengemukakan bahwa faktor *push* yaitu *low quality*, *low satisfaction*, *low value*, *low trust*, *low commitment*, *high price perception* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk berpindah. Sementara faktor *pull* yaitu *alternative attractiveness* berpengaruh

secara signifikan terhadap keinginan untuk berpindah langganan. Dan faktor *mooring* yaitu *unfavorable attitude switching*, *unfavorable subjective norms*, *high switching cost*, *infrequent prior switching behavior* dan *low variety seeking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keinginan berpindah pelanggan dan memiliki pengaruh yang dominan diantara faktor-faktor yang lain. faktor *mooring* memoderasi faktor *pull* dan *push*. Faktor *mooring* berhasil menjadi variabel moderator yang signifikan terhadap faktor *pull*. Sedangkan faktor *mooring* tidak berhasil menjadi moderator bagi faktor *push*.

Liao *et al* (2018) melakukan penelitian yang berjudul *exploring the switching intention of learners on social network-based learning platforms: a perspective of the push-pull-mooring model* untuk menganalisis *switching intention* disosial media dari model PPM. Dengan menggunakan 371 sampel dan menggunakan pendekatan *partial least squares* (PLS). hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *push* yaitu *social interaction* dan *service quality*, *pull* yaitu *attractiveness of new service* dan *social effect* dan juga *mooring* yaitu *switching cost* dan *prior switching experience* berpengaruh secara signifikan terhadap *switching intention*.

Chang (2017) melakukan penelitian yang berjudul *Applying push-pull mooring to investigate chanel switching behavior: M-shopping self-efficacy and switching cost as moderator* untuk mennginvestigasi *switching intention* dihubungkan dengan toko online dan offline. Total 403 *qouestionare* dari konsumen m-shopping ditaiwan. Dengan menggunakan *structural equation model* (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan *push* yaitu *information searching behavior*, *perceived benefits of search*, *perceived cost of search*, *perceived value*,

perceived service quality dan *perceived price* dan *pull* yaitu *attractiveness of mobile store*, *mobile characteristic* dan *perceived quality of mobile store* memberikan pengaruh secara langsung kepada *switching intention*. *Mooring* yaitu *m-shopping self-efficiency*, *procedural and relational switch cost* dan *switching cost* memiliki tingkat pengaruh moderasi terhadap *information searching behavior*, *perceived value*, *attractiveness of mobile store* dan *switching intention*.

Jung *et al* (2017) melakukan penelitian yang berjudul *travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework* untuk mengidentifikasi *switching behavior* pada *traveler* yang menggunakan pesawat terbang sebagai alat transportasi. Menggunakan *field survey* di bandara internasional Korea dan total data dari responden adalah 529. Hasilnya adalah bahwa *push* yaitu *low service quality*, *pricing problem*, *low satisfaction* dan *low trust*. *Pull* yaitu *attractiveness of alternatives*, *opportunity for alternatives* dan *pricing benefits*. Dan *mooring* yaitu *high switching cost*, *low variety seeking*, *low prior switching experience* dan *involuntary choice* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *switching intention*. Faktor *mooring* yaitu *high switching cost*, *low variety seeking*, *low prior switching experience* dan *involuntary choice* sebagai variabel moderasi berhasil mempunyai pengaruh pada faktor-faktor *pull* terhadap *switching intention*. Namun tidak ada pengaruh dari *mooring* sebagai variabel moderasi kepada faktor-faktor *push* terhadap *switching intention*.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode/Analisis Data	Variabel	Hasil Penelitian
1	Siti Khoiriyah et al (2018) <i>consumer switching intention, what factors that affect it</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis data menggunakan SEM	<i>Switching intention</i> sebagai variabel dependen dan <i>switching benefit, perceived switching value, switching cost, dan satisfaction</i> sebagai variabel independen	<i>switching benefit</i> dan <i>perceived switching value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>switching intention</i> sementara <i>switching cost</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>switching intention</i> . Dan <i>satisfaction</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>switching intention</i> .
2	Rosaline L. Rumengan et al (2015) melakukan penelitian dengan judul <i>the influence of switching cost, time, Variety of seeking on consumer switching intention (a study on kiosk and minimarket in nort minahasa)</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan regresi linear berganda sebagai alat analisis.	<i>Switching intention</i> sebagai variabel dependen dan <i>switching cost, switching time</i> dan <i>variety seeking</i> sebagai variabel independen	<i>switching cost, time, dan variety seeking</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap <i>switching intention</i> secara simultan dan parsial. Sedangkan <i>switching cost</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>switching intention</i> secara parsial
3	Ayesha saeed (2011) melakukan penelitian berjudul <i>factors affecting consumer switching intention</i>	Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan regresi liner berganda sebagai alat analisis	<i>outcome quality, perceived commitment, price</i> dan <i>anger accident</i> sebagai variabel	<i>outcome quality, perceived commitment, price</i> dan <i>anger accident</i> memiliki pengaruh terhadap <i>switching intention</i> meskipun begitu <i>price</i> atau harga adalah

			independen dan <i>switching intention</i> sebagai variabel dependen	indicator yang dominan.
4	Lina Agustina (2011) melakukan penelitian berjudul <i>analisis switching intention pengguna jasa layanan rumah kos di Siwalankerto: persepektif kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.</i>	Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan PLS sebagai alat analisis	Kualitas layanan dan kepuasan sebagai variabel independen sedangkan <i>switching intention</i> sebagai variabel dependen	kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>switching intention</i> . Sedangkan kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>switching intention</i> . Melainkan pengaruh yang sifatnya berlawanan
5	Mohamad ahsanul nazmul (2017) melakukan penelitian yang berjudul <i>observing and estimating the switching intention of existing consumers towards new ethnic indian restaurant in Helsinki</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan regresi linear berganda sebagai alat analisis	<i>push pull</i> dan <i>Mooring</i> sebagai variabel independen dan <i>switching intention</i> sebagai variabel dependen	<i>push pull</i> dan <i>Mooring</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>switching intention</i>
6	Phirak Leng (2014) melakukan penelitian yang berjudul <i>an empirical study on switching behavior in</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan regresi linear berganda sebagai alat analisis	<i>Push, pull</i> dan <i>mooring</i> sebagai variabel independen dan <i>switching intention</i> sebagai	varaibel <i>Push, Pull</i> , dan <i>Mooring</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>switching intention</i> .

	Cambodia's mobile telecommunication service		variabel dependen	
7	Samrena Jabeen et al (2015) melakukan penelitian dengan judul <i>switching intention: a case of Saudi Arabian hypermart</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan SEM sebagai alat analisis	<i>service quality, satisfaction, ethnic store dan switching intention</i>	<i>service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>satisfaction</i> . Kemudian <i>ethnic store</i> mempunyai korelasi dengan <i>switching intention</i> dan <i>satisfaction</i> .
8	Sukati (2015) <i>determinant of the chanel switching intention: a consumer persepective.</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan analisis faktor konfirmatori	<i>Attitude, subjective norm, perceived behavior control dan descriptive norm</i> sebagai variabel manifest. Sedangkan <i>switching intention</i> sebagai variabel laten	<i>Attitude, subjective norm</i> tepat dalam menjelaskan <i>switching intention</i> . sedangkan <i>perceived behavior control</i> tidak tepat dalam menjelaskan <i>switching intention</i>
9	Jihyun Choi (2016) melakukan penelitian yang berjudul <i>A study on factors affecting a customer's switching intention to pure-play Internet bank using the Push-Pull-Mooring model</i> .	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan PLS sebagai alat analisis	<i>perceived unusefulness, inefficiency, social influence, Switching cost, personal innovativeness dan mobile use habit dan switching intention</i>	<i>perceived unusefulness, inefficiency, attractiveness, social influence</i> berpengaruh terhadap <i>switching intention</i> . <i>Switching cost, personal innovativeness dan mobile use habit</i> sebagai variabel moderator tidak berpengaruh terhadap <i>switching intention</i> .

10	Tio Prima Matondang <i>et al</i> (2019) melakukan penelitian yang berjudul <i>pengaruh push, pull dan mooring terhadap keinginan berpindah pelanggan</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan path sebagai alat analisis	<i>Push, Pull, Mooring</i> dan <i>switching intention</i>	<i>push</i> dan <i>mooring</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap <i>switching intention</i> . Sementara <i>pull</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>switching intention</i> . <i>r mooring</i> memoderasi faktor <i>pull</i> dan <i>push</i> . Faktor <i>mooring</i> berhasil menjadi variabel moderator yang signifikan terhadap faktor <i>pull</i> . Sedangkan faktor <i>mooring</i> tidak berhasil menjadi moderator bagi faktor <i>push</i> .
11	Yi Wen Liao <i>et al</i> (2018) melakukan penelitian yang berjudul <i>exploring the switching intention of learners on social network-based learning platforms: a perspective of the push-pull-mooring</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan PLS sebagai alat analisis	<i>Push, full, mooring</i> dan <i>switching intention</i>	<i>push pull</i> dan juga <i>mooring</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>switching intention</i> .
12	Hsin Hsin Chang (2017) melakukan penelitian yang berjudul <i>Applying push-pull mooring to investigate chanel switching</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan SEM sebagai alat analisis	<i>Push, full, mooring</i> dan <i>switching intention</i>	<i>push , pull</i> memberikan efek secara langsung kepada <i>switching intention</i> . sedangkan <i>Mooring</i> memiliki tingkat pengaruh moderasi terhadap

	<i>behavior: M-shopping self-efficacy and switching cost as moderator</i>			information mooring dan switching intention.
13	Jishim Jung <i>et al</i> (2017) melakukan penelitian yang berjudul <i>travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan SEM sebagai alat analisis	<i>Push, full, mooring dan switching intention</i>	<i>push</i> . Dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap <i>switching intention</i> . <i>mooring</i> sebagai variabel moderasi mempunyai pengaruh pada faktor-faktor <i>pull</i> terhadap <i>switching intention</i> .

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2019

2.2 Kajian Teoritis

Pada bab ini menjelaskan tentang *theory of planned behavior* (TPB), *attitude* atau sikap, *subjective norm* atau norma subjektif dan *perceived behavior control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan.

2.2.1 Theory Of Planned Behavior (TPB)

A. Sejarah Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of planned behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen dan fishbein untuk melengkapi *theory reasoned action* dalam memprediksi tingkah laku individu. Teori ini melengkapi teori sebelumnya dengan menambahkan kontrol keprilakuan sebagai faktor yang mempengaruhi niat seorang individu selain sikap dan norma subjektif. Dalam teori TPB ini perilaku seseorang dijelaskan sebagai keadaan yang digambarkan dalam keadaan sadar. Artinya, perilaku seseorang bisa dilakukan dengan sebuah perencanaan atau

pemikiran yang matang. Teori ini bersandar pada sebuah pemikiran bahwa manusia adalah makhluk yang berpikir dan dapat mempertingkan informasi-informasi yang datang kepadanya dan akibat-akibat yang ditimbulkan jika berperilaku dengan informasi-informasi tersebut (Ajzen,1991:181).

Menurut teori ini faktor yang paling menentukan dalam tingkah laku adalah niat dalam berperilaku. Niat digambarkan sebagai motivasi yang memberikan andil besar dalam menampilkan tingkah laku tertentu. Semakin besar niat dalam berperilaku semakin besar pula kemungkinan untuk berhasil melakukannya. Niat adalah indikator dari betapa seriusnya seorang individu dalam menampilkan sebuah tingkah laku. Umumnya, jika seseorang berhasrat untuk melakukan suatu perilaku maka akan muncul kecenderungan untuk melakukannya. Niat berperilaku bisa dikatakan sebagai gambaran dari perilaku yang muncul dari seorang individu jika hal tersebut ada dibawah kontrol atau bisa dikatakan individu tersebut memiliki pertimbangan untuk melakukannya atau tidak.

Theory of planned behavior memiliki tiga variabel. Pertama, sikap yaitu tingkat seseorang memiliki penilaian yang baik atau buruk terhadap suatu perilaku. Kedua, faktor sosial yang sering disebut norma subjektif yaitu suatu hal yang merujuk pada keputusan untuk menerima tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Ketiga, kontrol perilaku atau tingkat perasaan yaitu suatu hal yang merujuk pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan hal tersebut mencerminkan pengalaman masa lalu serta bagaimana mengantisipasi hambatan-hambatan tersebut (Ajzen, 1991).

B. Fungsi *Belief* dalam *Theory of Planned Behavior*

Menurut teori ini dijelaskan bahwa *behavior* adalah fungsi dari informasi dan *belief* yang penting yang relevan dengan perilaku tersebut. Seorang individu dapat menyimpan banyak *belief* tentang perilaku apapun. Namun pada akhirnya kecenderungan untuk tetap memegang *belief* itu hanya pada sebagian kecil saja yaitu *belief* yang paling menonjol yang dianggap menjadi penentu niat dan tindakan. Ada tiga *belief* yang mempengaruhi niat yaitu *behavior belief*, *normative belief* dan *control belief* (Ajzen, 1991:189).

2.2.2 Sikap

A. Pengertian Sikap

Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) sikap merupakan tingkat kesukaan atau ketidaksukaan yang diiringi dengan faktor emosional didalamnya yang dihasilkan dari proses penelaahan terhadap berbagai objek tertentu. Sedangkan Kotler (2016:197) mendefinisikan sikap merupakan hasil proses dari penelaahan dalam bentuk ekspresi positif atau negatif yang melibatkan faktor-faktor psikologis didalamnya. Seperti perasaan dan emosi yang pada akhirnya menarik orang untuk melakukan perilaku tertentu. Semua hal dalam bidang apapun seperti fashion, ekonomi, seni ataupun spritual selalu disikapi dengan cara tertentu oleh berbagai individu.

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa sikap mengalami perubahan secara normal melalui kepercayaan yang dipegang oleh seseorang. Pembentukan keyakinan ini dihubungkan dengan suatu ikon tertentu, misalnya dengan suatu hal, ciri khas, atau kejadian. *Attitude* yang terbentuk sering dikaitkan dengan keyakinan terhadap

perilaku dan hasil yang didapat dari perilaku yang bersangkutan. contohnya harga yang dikaitkan dengan icon tertentu sebagai akibat atau konsekuensi karena telah melakukan Tindakan tertentu. Oleh karena itu sikap ditampilkan melalui perasaan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap Tindakan tertentu yang dikaitkan dengan ikon tertentu yang dipercayai.

B. Komponen Sikap

Menurut Triandis (1980) dalam Trafimaw (2009:509) sikap memiliki dua komponen yaitu kognitif dan afektif.

1. Komponen kognitif

Komponen kognitif muncul dari berbagai individu dalam bentuk pola pikir. Baik itu bersifat pandangan, keyakinan maupun hal2 yang menurut individu tersebut dianggap lazim. Biasanya sudut pandang kepada hal2 tertentu muncul dalam benak seseorang karena sudah tertanam dipikirannya sejak lama. Oleh karena itu, tidak jarang sikap ini menjadi tidak jelas dari sisi keobjektifannya dikarenakan ada faktor emosional yang bahkan bukan hanya sekedar mengiringi tetapi menjadi faktor utama dalam munculnya sikap individu tersebut terhadap berbagai banyak hal. Faktor emosional tersebut mempengaruhi munculnya kepercayaan yang dipegang oleh individu tanpa melihat kelengkapan informasi yang mendukung kepada kepercayaan tersebut.

2. Komponen afektif

Komponen afektif menghasilkan kepercayaan seorang individu terhadap berbagai hal dengan mempertimbangkan apakah hal tersebut bermanfaat atau tidak, berguna atau tidak. Kepercayaan tersebut datang dari hal-hal yang bersifat

emosi dan perasaan. Dengan perasaan dan emosi inilah kepercayaan individu muncul terhadap objek dengan memberikan penilaian yang bersifat kegunaan dan manfaat yang didapat.

2.2.3 Norma Subjektif

A. Pengertian Norma Subjektif

Menurut Ajzen and Fishbein (1980) dalam Bansal (2005) kontrol perilaku merupakan faktor yang mempengaruhi intention. Definisi kontrol perilaku adalah sebagai berikut:

“Subjective norms refer to a person's perception of the social pressures placed on him or her to engage in a certain behavior”.

“Norma subjective merupakan persepsi seseorang mengenai tekanan sosial yang ditujukan kepada individu tersebut untuk melakukan perilaku tertentu”.

B. Komponen Norma Subjektif

Menurut Ajzen (1971) Norma subjektif terdiri dari dua sub komponen yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Normative belief*

Normative belief merupakan kepercayaan asosiatif normatif yaitu sesuatu yang mencerminkan persepsi seseorang dalam hal apakah orang tersebut harus atau tidak untuk melakukan perilaku tertentu didasarkan pada saran dari orang lain.

2. *Motivation to comply*

Motivation to comply merupakan motivasi apakah yang mendasari orang tersebut untuk mematuhi saran dari orang disekitarnya. Motivasi untuk dapat dilihat dengan dua cara yang berbeda. Pertama, motivasi orang tersebut untuk tunduk pada saran kelompok tertentu, terlepas dari tuntutan tertentu yang diajukan

melalui saran tersebut Kedua, motivasi untuk menyelaraskan diri secara spesifik dengan ekspektasi yang diberikan oleh sebuah kelompok, sementara seseorang secara umum mungkin termotivasi untuk mematuhi, semisal teman-temannya, orang tersebut mungkin tidak ingin berperilaku sesuai dengan salah satu dari harapan spesifik dari kelompok tersebut.

2.2.4 Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan

Menurut Ajzen (1991) kontrol perilaku memiliki hubungan erat dengan keyakinan tentang tersedia maupun tidak tersedianya kemampuan material dan potensi diperlukan. Munculnya kepercayaan terkait hal itu biasanya dipengaruhi oleh kejadian-kejadian lampau yang sudah terjadi. Selain itu tak jarang pula bisa ditentukan dari pengetahuan yang berasal dari sumber sekunder seperti pengalaman yang diceritakan oleh keluarga, teman, dan yang lainnya yang dapat meningkatkan atau menurunkan persepsi kemudahan dalam melakukan tindakan tertentu. Banyaknya kemampuan material dan potensi yang diyakini dapat dimiliki seseorang individu akan mempengaruhi besarnya control terhadap Tindakan begitu juga sebaliknya.

Keyakinan terhadap kemampuan dalam mengontrol tindakan tertentu serta persepsi tentang apakah individu tersebut mampu dalam menampilkan tindakan yang ingin dicapai merupakan dua hal yang ada dalam kontrol perilaku yang dipersepsikan. Keyakinan dalam mengontrol tindakan dan keyakinan untuk menampilkan tindakan menentukan seberapa besar tindakan itu akan berhasil dilakukan. Dengan kata lain tingkat besar atau kecilnya dua hal tersebut akan menentukan berhasilnya suatu tindakan diselesaikan dengan baik.

2.2.5 *Switching Intention*

Menurut Ranganathan (2006) dalam Bansal (2006) *switching intention* merupakan migrasi konsumen dari satu layanan ke yang lain. *Switching intention* adalah sinyalnya beralihnya nasabah dari perusahaan jasa saat ini baik hanya bersifat parsial ataupun keseluruhan. Peralihan sebagian memungkinkan pelanggan untuk menjaga hubungan dengan perusahaan yang ada saat mengadopsi perilaku baru. Meskipun mungkin masuk akal untuk menganggap bahwa pelanggan dapat dipengaruhi untuk beralih layanan disebabkan oleh satu peristiwa, banyak peneliti menyarankan peralihan itu juga dapat terjadi dari berbagai masalah yang dihadapi.

2.2.6 Kajian Keislaman

1. *Switching intention*

Kata *switching intention* diambil dari dua kata yaitu *switching* dan *intention*. *Switching* diartikan sebagai perubahan atau peralihan dari satu hal ke hal lain. Sedangkan *intention* bermakna niat atau tujuan dalam melakukan sesuatu. Jika diasosiasikan dengan kajian islam maka *switching* merupakan kata lain dari hijrah. Menurut Syekh Al-Munawi (1998: 378) dalam Zuhri (2019:289) menyatakan bahwa hijrah merupakan satu kata yang sangat global untuk menafsirkan suatu perpindahan yang bersifat lahiriah dan batiniah.

Lahiriah diartikan dengan meninggalkan suatu tempat dengan perintah agama untuk menghindari suatu madarat. Sedangkan batiniah merujuk kepada perpindahan atau peralihan dari segala macam hawa nafsu dan ajakan setan. Dalam penjelasan lain Al-Qurtubi menyatakan hijrah sebagai perpindahan dari

satu hal ke hal lain dengan maksud untuk mengharapakan suatu kebaikan yang tidak didapat sebelumnya. Kata niat tidak bisa dipisahkan dengan hijrah karena niat merupakan fondasi awal dari segala perbuatan. Oleh karena itu berhijrah harus dibarengi dengan niat yang lurus. Hal itu sejalan dengan Al-Quran Surat An-Nisa ayat 100 sebagai berikut:

وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَاعِمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ
وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكُهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

”Dan barang siapa yang berhijrah di jalan Allah, maka mereka akan menemukan di muka bumi ini tempat hijrah yang sangat luas dan rezeki yang banyak dan barang siapa yang keluar dari rumahnya untuk berhijrah di jalan Allah dan kemudian meninggal maka sungguh, telah tetaplah pahalanya di sisi Allah, dan Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Dalam kitab tafsirnya, Al-Qurtubi memaknai kata “luas” merujuk kepada rezeki. Sedangkan Malik memaknai luas merujuk kepada luasnya sebuah negeri. Ketika seseorang berhijrah kepada sebuah negeri yang terhampar luas dengan banyak hal-hal yang produktif dan halal maka rezekinya akan diluaskan. Pikiran dan hantinya akan dilapangkan dari himpitan-himpitan masalah yang memberatkan. Dalam konteks ini beralih atau berpindah kepada bank syariah dengan didasari niat ikhlas untuk menggapai ridha Allah dengan cara meninggalkan riba maka Allah sudah menjanjikan dengan kelapangan rezeki, pikiran dan hati.

2. Sikap

Attitude atau sikap merupakan hal yang paling penting dalam Islam. Sikap bisa diartikan sebagai etika dan sopan santun yang harus dilakukan baik kepada Allah, manusia, hewan dan makhluk Allah yang lainnya. Bahkan nabi besar Islam dipuji

oleh tuhan semesta alam karena keluhuran sikap dan etikanya. Hal ini tercantum dalam Qur'an sebagai berikut:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya : *Dan sesungguhnya engkau benar-benar, berbudi pekerti yang luhur.* (QS al-Qalam ayat 4)

Menurut Al-Gazhali (1988:156) dalam Mz (2018:87) sikap manusia itu tidak bisa diubah secara keseluruhan dalam melakukan sesuatu dikarenakan secara lahiriah manusia dibekali emosi dan nafsu oleh tuhan. Akan tetapi manusia bisa mengurangi tekanan nafsu tersebut dengan cara latihan atau *riyadhah*.

3. Norma Subjektif

Terkait dengan norma subjektif atau norma sosial ada dua istilah dalam islam yang sering digunakan dalam ilmu fikih. Yaitu *'adah* dan *'urf*. *'Urf* merujuk kepada suatu norma yang kaitanya mencakup kepada segelangan orang yang lebih besar sedangkan *'adah* hanya merujuk kepada kelompok yang lebih kecil. Oleh karena dalam kaitannya dengan norma subjektif maka *'adah* lebih tepat didalam mewakili arti yang lebih dekat (Siregar, 2015:259).

4. *Perceived Behavior Control*

Perceived behavior control sendiri merujuk kepada keyakinan tentang kemampuan dalam melakukan sesuatu atau dengan kata lain merupakan ekspresi dari rasa percaya diri dalam melakukan tertentu. Dalam islam percaya kepada kemampuan diri sendiri dan tidak mudah putus asa sangat dianjurkan sebagaimana yang tertulis Al-Quran surat Al-Imran, ayat 139 sebagai berikut:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“*Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman*”.

Allah SWT menciptakan manusia dalam bentuk yang paling sempurna. Karena manusia dikarunia akal pikiran yang tidak diberikan kepada makhluk apapun di alam semesta. Manusia sangat tidak dianjurkan untuk berperilaku lemah dan bersedih atas kemampuan yang dimilinya. Oleh karena itu, optimis dengan selalu mengaharap akan rahmat yang dijanjikan oleh Allah SWT akan membuat hidup lebih poistif (Usman, 2016: 464).

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau berpikir sebagai kerangka yang menghubungkan antara variabel-variabel yang ada diteori yang mau dideskripsikan (Sugiono,2013:18).

1. *Attitude* terhadap *switching intention*.

Chen *et al* (2011) dalam penelitiannya yang berjudul *habitual or reasoned? Using the theory of planned behavior, technology acceptance model, and habit to examine switching intention toward public transit* menyatakan bahwa *attitude* tepat dalam memprediksi *switching intention*. Dalam penelitiannya dijelaskan indikator-indikator dari *attitude* yaitu *cheap, fast, comfortable, convenient, safe, good* dan *pleasent*. Indikator *cheap* tidak dapat menjelaskan *attitude* dalam memprediksi *switching intention*. Abdulrazagh madahi (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *an empirical study of malaysian consumers' switching intention: using Theory of planned behavior* menyatakan bahwa *attitude* tepat dan berhasil dalam menjelaskan

switching intention. Sukati (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *attitude* tepat dalam menjelaskan *switching intention*.

Ho : *attitude* tidak tepat dalam mempengaruhi *switching intention*

Ha : *attitude* tepat dalam mempengaruhi *switching intention*

2. *Subjective norm* terhadap *switching intention*

Ching fu chen *et al* (2011) dalam penelitiannya yang berjudul *habitual or reasoned? Using the theory of planned behavior, technology acceptance model, and habit to examine switching intention toward public transit* menyatakan bahwa *subjective norm* tepat dalam memprediksi *switching intention*. Dalam penelitiannya dijelaskan indikator-indikator dari *subjective norm* yaitu “most people who are important to me would support that i take the KMRT to commute”, “most people who are important to me think i should take the KMRT to commute”, “public oppinion will affect my choice of taking the KMRT” dan “Govenent policy will influence my choice taking the KMRT” dan “public oppinion will affect my choice of taking the KMRT” dan “Govenent policy will influence my choice taking the KMRT” tidak tepat dalam menjelaskan *perceived behavior control* terhadap *switching intention*. Abdulrazagh madahi (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *an empirical study of malaysian consumers’ switching intention: using Theory of planned behavior* menyatakan bahwa *subjective norm* tepat dalam menjelaskan *switching intention*. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa *subjective norm* memiliki indikator yaitu “people who influence my behavior think that i should change forom chanel a to chanel b”, “people who are important to me

think that i should change from chanel a to chanel b”, “*people who are close to me think that i must change to chanel a to chanel b*” dan “*people who influence my decision think that i should change from chanel a to chanel b*”.

Dan menjelaskan bahwa indikator-indikator tersebut tepat dalam menjelaskan *subjective norm* terhadap *switching intention*. Sukati (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *attitude* tepat dalam menjelaskan *switching intention*.

Ho : *subjective norm* tidak tepat dalam mempengaruhi *switching intention*

H1 : *subjective norm* tepat dalam mempengaruhi *switching intention*

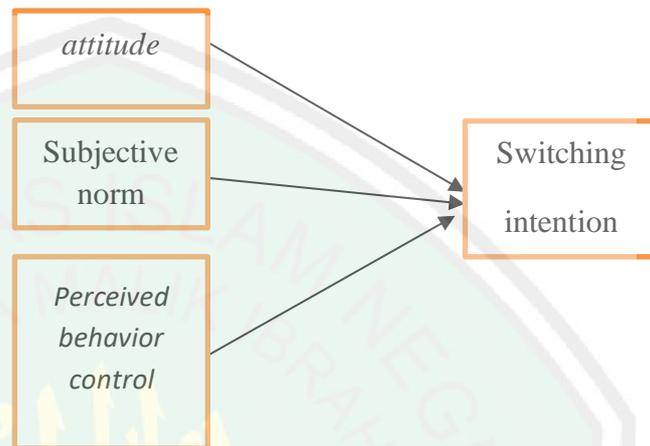
3. *Perceived behavior control* terhadap *switching intention*

Ching fu chen *et al* (2011) dalam penelitiannya yang berjudul *habitual or reasoned? Using the theory of planned behavior, technology acceptance model, and habit to examine switching intention toward public transit* menyatakan bahwa *percieved behavior control* tepat dalam menjelaskan *switching intention*. Dalam penelitiannya dijelaskan indikator-indikator dari *perceived behavior control* yaitu kemudahan, dan kebebasan. Dan dari kedua indikator tersebut tepat dalam menjelaskan *perceived behavior control* terhadap *switching intention*. Demaria (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *perceived behavior control* tepat dalam menjelaskan *perceived behavior control*.

Ho: *perceived behavior control* tidak tepat dalam mempengaruhi *switching intention*.

H1 : *perceived behavior control* tepat dalam mempengaruhi *switching intention*.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah oleh Peneliti

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pengujian dari wujud pernyataan-pernyataan yang menggambarkan relasi antara variabel satu dengan yang lainnya dengan ukuran yang masuk akal sebagai jawaban perkiraan sementara dari masalah penelitian. Hipotesis ini tak bisa dipungkiri hubungannya dengan masalah penelitian dikarenakan hipotesis pada dasarnya berfungsi untuk menjawab masalah-masalah penelitian yang diajukan. Begitu pula, hipotesis selalu berpijak pada teori yang telah dicetuskan pada penelitian yang lalu. Karena masalah penelitian pun muncul dari penelitian-penelitian sebelumnya.

H1 : *attitude* tepat dalam mempengaruhi *switching intention*

H2 : *subjective norm* tepat dalam mempengaruhi *switching intention*

H3 : *perceived behavior control* tepat dalam *switching intention*

H4 : *Subjective norm* merupakan faktor dominan yang tepat dalam mempengaruhi *switching intention*.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sugiono (2005:1) mendefinisikan pendekatan kuantitatif adalah tata cara tertentu yang berfungsi dalam melakukan penelitian dengan tujuan yg diteliti memiliki kekhasan alami. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagaimana telah dijabarkan dalam rumusan masalah penelitian. Proses pengambilan datanya adalah menggunakan penyebaran angket. Sugiono (2012:137) memberikan definisi penyebaran kuesioner adalah suatu proses yang dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian dari informan dengan menyebarkan butir-butir pertanyaan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi UIN Malang. Dengan pertimbangan banyak Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2019 yang belum beralih ke bank syariah.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi didefinisikan sebagai ciri khas yang dimiliki oleh sumber data dalam penelitian yang dipilih sesuai kriteria penelitian untuk kemudian diolah dan ditarik kesimpulan dengan proses pengambilan secara general (Sugiono,2010:117). Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2019 dijadikan sebagai populasi dalam penelitian. Pengambilan pertimbangan-pertimbangan dalam populasi akan dijabarkan sebagaimana berikut:

1. Merwe (2015) *switching intention* berbeda dengan *switching behavior*. *Switching intention* merujuk kepada kemungkinan seorang individu untuk beralih layanan. Sedangkan *switching behavior* adalah tindakan aktual (nyata) beralihnya seorang individu ke penyedia jasa lain. Mengacu pada alasan yang telah diuraikan memberikan suatu penekanan bahwasanya penelitian ini mengambil informan bukan pada nasabah bank, melainkan nasabah bank konvensional yang punya kemungkinan beralih ke bank syariah.
2. Rata-rata nasabah yang berminat ke bank syariah di Kota Malang adalah mahasiswa yang punya pendidikan S1. Sedangkan rata-rata bank konvensional lebih banyak diminati oleh kalangan pelajar SMA sederajat.
3. Dalam pengamatan peneliti mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang memiliki iklim yang bagus terkait edukasi bank syariah baik dari segi pengajaran teori maupun praktek dalam bentuk perkuliahan, seminar dan lain-lain. Akan tetapi, dari angkatan 2019 masih banyak yang belum menggunakan bank syariah.

3.3.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai salah satu ciri khas yang melekat pada populasi (Sugiono, 2007: 116). Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2014 Fakultas Ekonomi UIN Malang. Dikarenakan peneliti memiliki keterbatasan waktu, biaya dan tenaga maka dengan populasi tersebut dirasa terlalu luas. Rumus slovin dijadikan metode perhitungan untuk menentukan jumlah sampel (Juliansyah,2012:158).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = jumlah Populasi

e^2 = *margin of Error* (tingkat kesalahan), Normalnya, tingkat kesalahan yang dipakai dalam penelitian adalah 1%,5% serta 10% (dapat dipilih oleh peneliti).

$$n = \frac{476}{5.76}$$

$$n = 82$$

Dari perhitungan diketahui bahwa jumlah sampel adalah 82.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini sebagai cara dalam pengambilan sampel. *Purposive sampling* merupakan penggunaan suatu cara dalam menentukan sampel yang berdasar pada arah penelitian yang prosesnya dilakukan secara unik. Dari definisi yang telah dijabarkan maka Mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2019 UIN Malang yang belum memiliki akun bank syariah ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian. .

3.5 Data dan Jenis Data

Wiyono (2011:113) menjelaskan definisi data primer sebagai data yang pengambilannya dilakukan dari sumber utama. Penyebaran angket kepada mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi UIN Malang merupakan data utama untuk menunjang keberhasilan dari penelitian ini.

Data sekunder merupakan sumber referensi yang proses pengambilannya dilakukan melalui sumber kedua. Seperti catatan-catatan atau informasi-informasi

terkait dengan penelitian yang bersangkutan. Penggunaan buku, jurnal, artikel, skripsi dan lainnya yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini merupakan data sekunder yang dipakai.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada subbab berikut ini akan dijabarkan lebih lanjut tentang teknik atau cara pengumpulan data dan instrumen penelitian sebagai berikut:

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan survei dilaksanakan sebagai teknik atau cara untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Survey adalah suatu cara dalam menndapatkan data dengan mendatangi sebagian atau sekelompok orang dari populasi penelitian untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan. (Wiyono, 2011:134).

3.6.2 Instrumen Penelitian

Penggunaan kuisisioner atau angket dilakukan sebagai instrument penelitian dalam penelitian ini. Angket dimaknai sebagai suatu cara dalam mendapatkan data dari informan disajikan melalui butir-butir pernyataan yang kemudian diberikan jawaban terhadap pertanyaan-pernyataan tersebut (Sugiono, 2012:137).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Sugiono (2007:59) variabel penelitian didefinisikan sebagai Karakteristik individu dari suatu sifat, kualitas yang pada akhirnya digunakan untuk diolah datanya dan kemudian diambil suatu kesimpulan. Penetapan variabel penelitian ini adalah *switching intention* sebagai variabel laten, *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* sebagai variabel manifest. Variabel laten merupakan

variabel yang tidak dapat diukur secara langsung atau yang sering disebut *unobserved variable*. Sedangkan variabel manifest merupakan variabel yang bisa diukur secara langsung atau sering disebut variabel indikator (Byne, 2010:544).

3.7.1 *Switching intention*

Menurut Bansal (2005), *switching intention* adalah peluang seorang pelanggan untuk berpindah dari perusahaan jasa yang sedang digunakan saat ini ke perusahaan jasa yang baru.

3.7.2 *Attitude*

Rofiul (2017) mendefinisikan *attitude* adalah sebuah hipotesis yang dibangun yang merepresentasikan suka atau tidak sukanya untuk beralih ke penyedia jasa yang lain. *Attitude*

3.7.3 *Subjective norm*

Rofiul (2017) *Subjective norm* atau norma subjektif adalah faktor diluar individu yang dianggap sebagai suatu hal yang bisa membuat seseorang untuk berpindah layanan. Norma subjektif juga sering disebut sebagai *social effect* atau faktor sosial.

Hyoungkoo kang (2012:181) mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi individu yang sangat penting yang harus dilakukan atau tidak oleh individu tersebut berkaitan dengan perbuatan tertentu dan persepsi itu dipercaya oleh individu atau kelompok dimana dia tinggal.

3.7.4 *Perceived behavior control*

Ajzen (1988) mendefinisikan *Perceived behaviour control* sebagai fungsi yang mempermudah atau mempersulit seseorang dalam melakukan sesuatu.

Perceived behaviour control ini adalah alat yang bisa memprediksi niat seseorang dalam melakukan suatu hal yang tidak sepenuhnya berada dibawah kontrol orang tersebut. *Perceived behaviour control* ini juga bisa dimaknai sebagai persepsi tentang kemudahan atau kesulitan seseorang dalam melakukan sesuatu yang digambarkan dalam pengalaman masa lalu dan bagaimana cara mengantisipasinya.

Tabel 3.1
Definisi operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	<i>Attitude:</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. beralih ke bank syariah merupakan ide yang bagus. 2. beralih kebank syariah merupakan sesuatu yang sangat berguna bagi saya 3. Niat beralih ke bank syariah merupakan keputusan yang sangat bijaksana 4. Saya sangat senang jika beralih ke bank syariah 	Bansal <i>et al</i> 2005
2	<i>Subjective norm</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika saya beralih kebank syariah maka orang-orang penting dalam hidup saya akan mendukungnya 2. Kebanyakan orang Yang penting dalam hidup saya berpikir bahwa saya harus berpindah kebank syariah 3. Rekan-rekan saya menganggap beralih kebank syariah merupakan sesuatu yang benar . 	Bansal <i>et al</i> 2005

3	<i>Perceived behavior control</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagi saya sangat mudah untuk beralih kebank syariah 2. Saya memiliki kemampuan untuk beralih kebank syariah 3. Saya memiliki waktu untuk beralih ke bank Syariah 	Bansal <i>et al</i> 2005
---	--	---	--------------------------

Sumber : Bansal (2005)

3.8 Skala Pengukuran

Menurut Sugiono (2010:134) skala pengukuran merupakan kemufakatan tentang salah satu peralatan ukur untuk mengukur panjangnya suatu interval. Pengukuran melalui alat yang dimaksud digunakan untuk diolah datanya yang nantinya akan menghasilkan data kuantitatif. Penggunaan skala likert dilakukan dalam penelitian ini sebagai alat ukur. Skala likert dimaknai sebagai alat ukur dalam fenomena sosial untuk menguji individu atau sekelompok individu terkait tingkah laku, pemahaman dan pandangan. Berikut adalah skala likert yang dirumuskan dalam penelitian ini.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Untuk item di skala *likert* sangat setuju diberikan skor 5, setuju diberikan skor 4, netral diberikan skor 3, tidak setuju diberikan skor 2 dan sangat tidak setuju diberikan skor 1.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk melakukan pengecekan terkait kevalidan suatu angket dalam penelitian. Kevalidan suatu angket bisa dicirikan dengan berhasil atau tidaknya angket tersebut dalam memberikan jawaban terhadap persoalan persoalan yang telah disusun. Secara jelasnya jika dilakukan pengolahan maka nilai signifikansinya harus lebih dari 0,05 dan hal tersebut merupakan hasil nilai signifikansi *Pearson* yang harus dicapai untuk bisa dikatakan valid. Apabila hasilnya kurang dari 0,05 maka angket tersebut tidak memiliki kevalidan yang diharapkan (Ghozali,2016:134).

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memberikan keterangan apakah konstruk yang diteliti bisa dijelaskan melalui indikator-indikatornya. Jika dari satu waktu ke waktu yang lain jawaban yang diberikan oleh seorang individu itu tidak berbeda berarti angket tersebut mencapai reliabel yang diinginkan. Secara jelasnya nilai reliabilitas dijelaskan dalam bentuk nilai *cronchbach alpha*. *cronchbach aplha* diatas 0.06 menjelaskan tentang reliabelnya suatu angket. Dan jika hasilnya dibawah 0.06 berarti menunjukan angket tersebut tidak reliabel (Ghozali,2016:132).

3.10 Analisis Data

1. Analisis Faktor Konfirmatori

Menurut Kusnendi (2008) analisis faktor konfirmatori (CFA) adalah analisis faktor yang digunakan untuk menguji konsep hipotesis, teori, konstruk, variabel

laten yang tidak bisa diukur atau diobservasi secara langsung. Tujuan utama dari digunakannya analisis ini untuk mengkonfirmasi sebuah model, yaitu model yang pengukurannya berdasarkan teori. Oleh karena itu, dalam CFA rumusan masalah yang akan diteliti tidak akan terpecah dari dua pertanyaan berikut.

- a. Secara undimensional, dilihat dari kecocokan dan konsistensi apakah variabel yang diuji bisa dijelaskan oleh indikator-indikator yang sudah dijelaskan dalam teori?
- b. Dari variabel yang diteliti, indikator apakah yang dominan dalam menjelaskan variabel tersebut?

Penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan alasan bahwa variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini mengambil dari teori sebelumnya yaitu *theory of planned behavior* sehingga hasil dari penelitian ini bukan untuk mengembangkan atau mengurangi faktor-faktor baru. Berbeda dengan analisis faktor eksploratori dimana faktor-faktor yang akan diujikan tidak ditentukan terlebih dahulu sehingga dalam hasil penelitiannya akan membentuk atau mereduksi ke dalam faktor-faktor baru. dalam

Penelitian ini mengacu kepada teori sebelumnya maka hasil dari penelitian ini hanya bertujuan untuk mengkonfirmasi atau menguji teori sebelumnya apakah tepat hasilnya tanpa harus membentuk faktor-faktor baru sebagaimana analisis faktor eksploratori. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kusnendi (2008) penggunaan analisis faktor konfirmatori dimaksudkan untuk menguji atau memberikan konfirmasi terhadap model yang akan diuji dari teori yang ada. Pengujian dilakukan terhadap variabel laten dan variabel manifest.

2. Tahap-Tahap Analisis Faktor Konfirmatori

Untuk melakukan analisis faktor konfirmatori setidaknya ada lima kali pengujian sebagai berikut:

1. Uji *Kaiser Meyer Olkin (KMO)*

Penggunaan *KMO* dalam analisis faktor dimaksudkan untuk menguji konstruk apakah memberikan tingkat kevalidan yang diharapkan atau tidak. Nilai *KMO* yang dibutuhkan dalam analisis faktor adalah minimal 0,5. Jika nilai yang dihasilkan adalah kurang dari 0,5 menggambarkan ketidaklayakan untuk diuji dalam analisis faktor. Penelitian-penelitian sosial mensyaratkan *eigen value* mempunyai nilai >1 dengan varian kumulatif $>60\%$.

2. *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

Layak atau tidaknya suatu konstruk dalam konsep analisis faktor ditentukan oleh nilai yang dihasilkan oleh *measures of sampling adequacy*. Konstruk atau variabel dalam konsep analisis faktor bisa dikatakan layak apabila memiliki nilai *msa* lebih dari 0,5.

3. *Comunalities*

Untuk melihat tingkat keefisienan Koefisien *communalities* bisa dilihat dari nilainya yang memiliki skor 50%. Nilai yang dibawah 50% harus mempertimbangkan melalui muatan faktornya. Hal ini sesuai dengan tujuan dari langkah *communalities* yaitu untuk melakukan pengujian terhadap item-item satu dengan yang lainnya dilihat dari jumlah varian yang ada.

4. *Total Variance Explained*

Tingkat variasi Variabel faktor mampu dijelaskan oleh faktor-faktor dalam penelitian analisis faktor melalui penggunaan *total variance explained*. Variabel faktor bisa dikatakan mampu dijelaskan oleh faktor-faktor apabila memiliki nilai variasi >60%. Nilai variasi kurang dari 60% memberikan penjelasan bahwa faktor-faktor tidak mampu menggambarkan tingkat variasi dari variabel faktor yang diteliti.

5. *Loading Faktor (Component matrix)*

Nilai *loading faktor* merupakan tingkat relasi yang terjadi antara faktor dan konstruk yang diteliti. Dalam melakukan penafsiran terhadap nilai *loading faktor* bisa dilihat dari besaran nilainya. Jika nilai *loading faktor* kurang dari 0,30 memberikan gambaran bahwa faktor yang diteliti tidak dapat memberikan penafsiran. Rentang nilai *loading faktor* dari yang terkecil adalah 0,31 yang dimaknai sebagai kelemahan dalam menjelaskan variabel faktornya, 0,45 dimaknai sebagai cukup baik dalam menjelaskan variabel faktornya, 0,55 dimaknai sebagai baik dalam menjelaskan variabel faktornya, 0,63 dimaknai sebagai sangat baik dalam menjelaskan variabel faktornya dan 0,71 dimaknai sebagai paling baik atau sangat sangat baik dalam menjelaskan variabel faktornya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

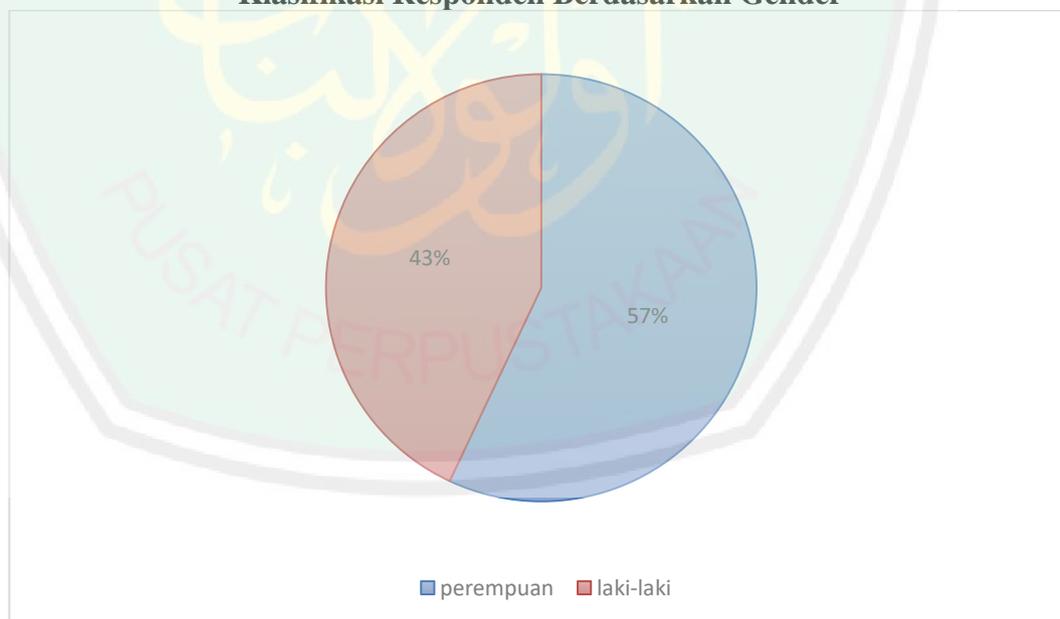
Dalam hasil penelitian ini akan dijabarkan beberapa hasil yang telah didapat dalam penelitian yaitu deskripsi klasifikasi responden, deskripsi variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas serta uji analisis faktor konfirmatori.

4.1.1 Deskripsi Klasifikasi Responden

Pada deskripsi klasifikasi responden akan dijelaskan tentang subjek penelitian yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan gender dan jurusan sebagai berikut:

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender

Gambar 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Gender



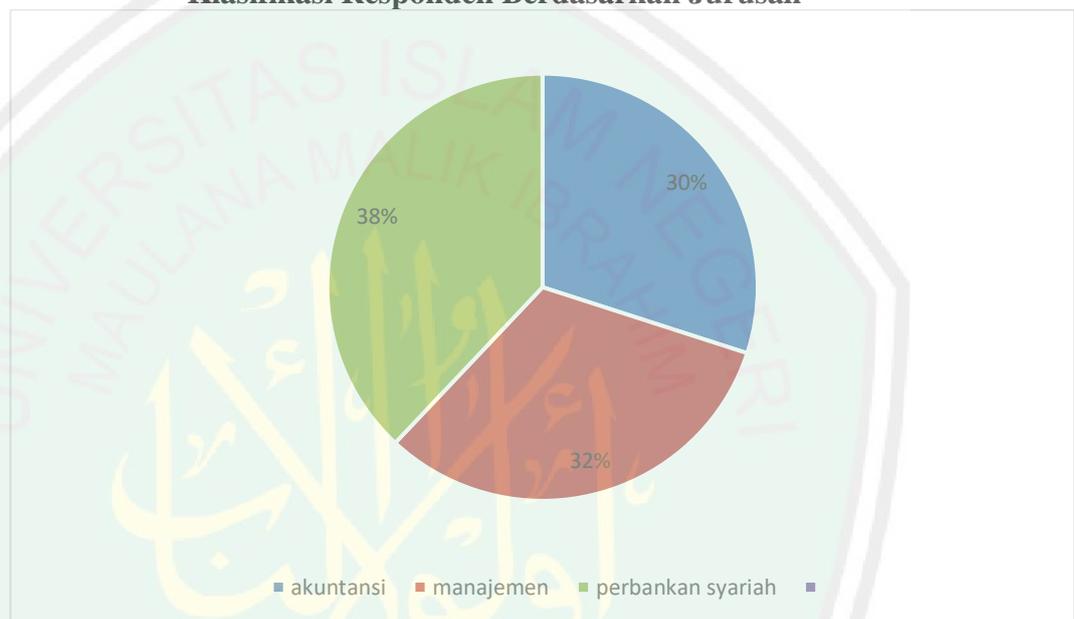
Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2019

Berdasarkan data diatas, telah didapatkan jumlah responden dengan gender laki-laki dan perempuan. Responden laki-laki berjumlah 43 orang dan

perempuan sebanyak 57 orang. Hal ini cukup memenuhi dalam memberikan butir-butir pernyataan yang tertuang dalam kuisioner dan dapat memahami serta menginterpretasikan butir butir pernyataan dalam kuesioner.

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan

Gambar 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan



Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2019

Berdasarkan data diatas, telah didapatkan jumlah responden dari tiga jurusan Fakultas Ekonomi. Responden dari jurusan manajemen berjumlah 32 orang, akuntansi 30 orang dan perbankan syariah 38 orang. Hal ini cukup memenuhi dalam memberikan butir-butir pernyataan yang tertuang dalam kuisioner dan dapat memahami serta menginterpretasikan butir butir pernyataan dalam kuesioner.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Pada deskripsi variabel penelitian akan dijelaskan hasil jawaban dari pernyataan yang telah disebar kepada responden terkait sikap atau *attitude*, norma

subjektif atau *subjective norm* dan kontrol perilaku dipersepsikan atau *perceived behavior control* sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Variabel Penelitian *Attitude* (X1)

no	Pernyataan	Tingkat jawaban responden										Total
		ST		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Attitude</i> (X1)												
X1.1	Keinginan untuk berpindah kebank syariah merupakan ide bagus	4	4%	3	3%	27	27%	36	36%	30s	30%	100
X1.2	Keinginan untuk berpindah ke bank syariah merupakan ide yang sangat berguna bagi saya	4	4%	3	3%	32	32%	38	38%	23	23%	100
X1.3	Keinginan berpindah kebank syariah merupakan ide yang sangat bijaksana	4	4%	7	7%	27	27%	40	40%	22	22%	100
X1.4	Saya sangat senang jika beralih kebank syariah	4	4%	6	6%	37	37%	34	34%	19	19%	100

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Pernyataan “Keinginan untuk berpindah kebank syariah merupakan ide bagus” atau X1.1 responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 30 orang, setuju (skor 4) sebanyak 36 orang, netral (skor 3) sebanyak 27 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 3 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 4 orang. Pernyataan kedua dari *attitude* (X1.2) yaitu “Keinginan untuk berpindah ke bank syariah merupakan ide yang sangat berguna bagi saya”, responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 23 orang, setuju (skor 4) sebanyak 38 orang, netral (skor 3) sebanyak 32 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 3 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 4 orang. Pernyataan ketiga dari *attitude* (X1.3) yaitu “Keinginan berpindah kebank syariah merupakan ide yang sangat bijaksana”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 22

orang, setuju (skor 4) sebanyak 40 orang, netral (skor 3) sebanyak 27 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 7 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 4 orang.

Pernyataan keempat dari *attitude* (X1.4) yaitu “Saya sangat senang jika beralih kebank syariah”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 19 orang, setuju (skor 4) sebanyak 34 orang, netral (skor 3) sebanyak 37 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 6 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 4 orang.

Tabel 4.2
Deskripsi Variabel *Subjective Norm* (X2)

no	Pernyataan	Tingkat jawaban responden										total
		ST		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Subjective norm</i> (X2)												
X2.1	Jika beralih kebank syariah maka orang-orang penting dalam hidup saya akan mendukungnya	7	7%	4	4%	38	38%	30	30%	31	31%	100
X2.2	Mayoritas orang-orang penting dalam hidup saya berpikisir bahwa saya harus pindah kebank syariah	7	7%	17	4%	46	38%	20	20%	10	10%	100
X2.3	Rekan-rekan saya menganggap beralih kebank syariah merupakan sesuatu yang benar	2	2%	12	12%	42	42%	35	35%	9	9%	100

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Pernyataan pertama dari *subjective norm* (X2.1) yaitu “Jika beralih kebank syariah maka orang-orang penting dalam hidup saya akan mendukungnya”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 21 orang, setuju (skor 4) sebanyak 30 orang, netral (skor 3) sebanyak 38 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 4 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 7 orang.

Pernyataan kedua dari *subjective norm* (X2.2) “Mayoritas orang-orang penting dalam hidup saya berpikir bahwa saya harus pindah kebank syariah”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 10 orang, setuju (skor 4) sebanyak 20 orang, netral (skor 3) sebanyak 46 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 17 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 7 orang.

Pernyataan ketiga dari *subjective norm* (X2.3) yaitu “Rekan-rekan saya menganggap beralih kebank syariah merupakan sesuatu yang benar”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 9 orang, setuju (skor 4) sebanyak 35 orang, netral (skor 3) sebanyak 42 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 12 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 2 orang.

Tabel 4.3
Deskripsi Variabel *Perceived Behavior Control* (X3)

No	Pernyataan	Tingkat jawaban responden										Total
		ST		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Perceived behavior control</i> (X3)												
X3.1	Bagi saya sangat mudah untuk beralih kebank syariah	4	4%	10	10%	27	27%	43	43%	16	16%	100
X3.2	Saya memiliki kemampuan untuk beralih kebank syariah	6	6%	5	5%	29	29%	44	44%	16	16%	100
X3.3	Saya memiliki waktu untuk beralih kebank syariah	4	4%	8	8%	27	27%	40	40%	21	21%	100

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Pernyataan pertama dari *perceived behavior control* (X3.1) yaitu “Bagi saya sangat mudah untuk beralih kebank syariah”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 16 orang, setuju (skor 4) sebanyak 43 orang, netral (skor 3) sebanyak 27 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 10 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 4 orang.

Pernyataan kedua dari *perceived behavior control* (X3.2) yaitu “Saya memiliki kemampuan untuk beralih kebank syariah”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 16 orang, setuju (skor 4) sebanyak 44 orang netral (skor 3) sebanyak 29 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 5 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 6 orang.

Pernyataan ketiga dari *perceived behavior control* (X3.3) yaitu “Saya memiliki waktu untuk beralih kebank syariah”. Responden yang menyatakan sangat setuju (skor 5) sebanyak 21 orang setuju (skor 4) sebanyak 40 orang, netral (skor 3) sebanyak 27 orang, tidak setuju (skor 2) sebanyak 8 orang dan sangat tidak setuju (skor1) sebanyak 4 orang.

4.1.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Validitas memiliki fungsi sebagai ukuran valid atau tidaknya sesuatu yang diukur. Karena pada dasarnya fungsi validitas itu adalah sebagai alat ukur. Dan apakah yang diukur itu telah dipenuhi kevalidannya melalui fungsi-fungsi yang ada didalam uji validitas tersebut.

SPSS 25.00 digunakan sebagai aplikasi untuk membantu dalam pengujian validitas penelitian ini. Sampel yang didapatkan untuk kemudian dilakukan pengujian validitas sebanyak 100 sampel. Sebagai aturan, untuk mencapai titik kevalidan dari angket disebarkan kepada informan. Item-item pertanyaan didalamnya harus menghasilkan $r_{table} > r_{hitung}$ serta signifikansi yang ada haruslah lebih kecil dari 0,005.

Tabel 4.4

Variabel	No pernyataan	Corrected Item-Total Corelation	R tabel	Keterangan
<i>Attitude (X1)</i>	X1.1	0,932	0,195	Valid
	X1.2	0,939	0,195	Valid
	X1.3	0,936	0,195	Valid
	X1.4	0,884	0,195	Valid
<i>Subjective norm (X2)</i>	X2.1	0,896	0,195	Valid
	X2.2	0,899	0,195	Valid
	X2.3	0,768	0,195	Valid
<i>Perceived behavior control (X3)</i>	X3.1	0,878	0,195	Valid
	X3.2	0,898	0,195	Valid
	X3.3	0,900	0,195	Valid

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Uji validitas menggunakan *pearson product moment* pada variabel *attitude (X1)*, *subjective norm (X2)*, dan *perceived behavior control (X3)*, diperoleh hasil bahwa seluruh item memiliki nilai $r > 0.195$ dan signifikansi < 0.05 maka dapat diambil kesimpulan seluruh item soal valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu instrumen memiliki tingkat kepercayaan dan bisa dikatakan baik apabila telah memenuhi uji reliabilitas. Oleh karena pada dasarnya uji reliabilitas itu memiliki fungsi untuk memberikan keterangan apakah konstruk yang diteliti bisa dijelaskan oleh indikator-indikatornya dan apakah hasil tersebut konsisten dari waktu ke waktu (Arikunto, 2006:154). Uji reabilitas menggunakan rumus

$$\text{cronbach alpha : } r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(1 - \frac{dy}{dx} \right)$$

Apabila nilai *cronbach alpha* memiliki nilai > 0.7 , maka alat ukur dapat dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Nilai Reliabilitas

Indeks Reliabilitas	Penafsiran Butir soal
0,81 – 1	Sangat tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0 – 0,20	Sangat rendah

Sumber : Sugiono (2009:179)

Setelah dilakukan uji reliabilitas maka hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Variabel	Cronbach'Alpha/r hitung	Keterangan
<i>Attitude</i> (X1)	0,942	Reliabel
<i>Subjective norm</i> (X2)	0,818	Reliabel
Perceived Behavior Control (X3)	0,871	Reliabel

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Pada variabel *attitude* (X1) uji reliabilitas didapatkan nilai *cronbach alpha* sebesar $0.942 > 0.7$ maka alat ukur dapat dikatakan reliabel dan termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi.

Pada *subjective norm* uji reliabilitas didapatkan nilai *cronbach alpha* sebesar $0.818 > 0.7$ maka alat ukur dapat dikatakan reliabel dan termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi.

Pada *perceived behavior control* uji reliabilitas didapatkan nilai *cronbach alpha* sebesar $0.871 > 0.7$ maka alat ukur dapat dikatakan reliabel dan termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi.

4.1.4 Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis Faktor dimaknai sebagai cara menganalisis sebuah informasi didalam penelitian tertentu terkait pemberian kelompok variabel factor, yang pada

ujungnya dimaksudkan dalam memberikan penyaringan terhadap variabel apa saja yang memiliki tingkat dominasi dari variable-variabel yang disusun dalam penelitian. Dari hasil Analisis Faktor pun bisa difungsikan dalam memberikan perbedaan variabel prioritas mengacu kepada hasil ranking-ranking yang tersedia. Analisis Faktor dilaksanakan dalam tahap-tahap yang bisa dilihat pada tabel-tabel di bawah ini :

1. *KMO and Barlett's Test*

Tujuan dari dilakukannya *KMO* and *Barlett's test* yaitu untuk melakukan pengujian terhadap layak atau tidaknya suatu variabel, apakah variabel tersebut bisa dilakukan proses uji berikutnya dalam analisis faktor. Suatu data bisa dinyatakan memiliki kelayakan jika nilai *kaiser mayer olkin* dan *measure of sampling adequacy* memiliki nilai > 0.05 dan nilai signifikansi < 0.05 .

Tabel 4.7

KMO	0,859
Approx Chi Square	869,026

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 3.1 diatas diperoleh nilai *KMO* sebesar 0.859 > 0.05 dengan signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data diatas telah memenuhi kecukupan sampel.

2. *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

Tujuan dilakukannya pengujian *MSA (Measures of Sampling Adequacy)* untuk mengecek layak atau tidaknya suatu variabel secara parsial dan melihat nilai korelasi antarvariabel setiap indikator. Nilai *MSA* bisa dilihat dari output perhitungan SPSS pada *Anti-image Metrice*. Oleh karena itu, variabel dikatakan layak apabila nilai *MSA* $> 0,5$.

Tabel 4.8

	Variabel	Nilai <i>MSA</i>	Keterangan
<i>Attitude</i> (X1)	X1.1	0,845 ^a	Layak
	X1.2	0,900 ^a	Layak
	X1.3	0,821 ^a	Layak
	X1.4	0,948 ^a	Layak
<i>Subjective norm</i> (X2)	X2.1	0,855 ^a	Layak
	X2.1	0,881 ^a	Layak
	X2.3	0,849 ^a	Layak
<i>Perceived behavior control</i> (X3)	X3.1	0,765 ^a	Layak
	X3.2	0,806 ^a	Layak
	X3.3	0,905 ^a	Layak

Sumber : data diolah peneliti, 2019

Berdasarkan output tabel 3.2 diperoleh hasil bahwa semua variabel memperoleh nilai *MSA* > 0.05 sehingga persyaratan kedua dalam Analisis Faktor ini terpenuhi dan dapat dilanjutkan ke uji berikutnya.

3. *Communalities*

Communalities bertujuan untuk melihat faktor terbentuk dalam menjelaskan variabelnya dilihat dari nilainya. Syarat kemampuan faktor dalam memberikan penjelasan kepada variabel haruslah mempunyai nilai > 0,5. Oleh karena nilai *communalities* variabel penelitian yang menjelaskan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk dan memiliki hubungan yang kuat dengan faktor tersebut. Semakin besar nilai *communalities* maka semakin baik analisis faktor karena semakin besar karakteristik variabel asal yang dapat diwakili oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.9

	Variabel	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
<i>Attitude</i> (X1)	X1.1	1000	0,746
	X1.2	1000	0,776
	X1.3	1000	0,715
	X1.4	1000	0,799

<i>Subjective norm</i> (X2)	X2.1	1000	0,695
	X2.2	1000	0,583
	X2.3	1000	0,561
Perceived behavior control (X3)	X3.1	1000	0,505
	X3.2	1000	0,568
	X3.3	1000	0,631

Sumber : data diolah peneliti, 2019

1. Faktor pertama dari *attitude* (X1.1) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,746 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *attitude* terhadap *switching intention* sebesar 74%.
2. Faktor kedua dari *attitude* (X1.2) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,776 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *attitude* terhadap *switching intention* sebesar 77%.
3. Faktor ketiga dari *attitude* (X1.3) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,715 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *attitude* terhadap *switching intention* sebesar 71%.
4. Faktor keempat dari *attitude* (X1.4) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,799 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *attitude* terhadap *switching intention* sebesar 79%.
5. Faktor pertama dari *subjective norm* (X2.1) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,695 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *subjective norm* terhadap *switching intention* sebesar 69%.
6. Faktor kedua dari *subjective norm* (X2.2) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,583 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *subjective norm* terhadap *switching intention* sebesar 58%.

7. Faktor ketiga dari *subjective norm* (X2.3) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,461 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *subjective norm* terhadap *switching intention* sebesar 46%.
8. Faktor pertama dari *perceived behavior control* (X3.1) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,505 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *perceived behavior control* terhadap *switching intention* sebesar 50%.
9. Faktor kedua dari *perceived behavior control* (X3.2) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,568 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *perceived behavior control* terhadap *switching intention* sebesar 56%.
10. Faktor ketiga dari *perceived behavior control* (X3.3) memiliki nilai *comunalities* sebesar 0,631 yang artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan varian *perceived behavior control* terhadap *switching intention* sebesar 63%.

4. Total Variance Explained

Jumlah faktor yang dapat dibentuk dilihat dari nilai *eigen*. Nilai *eigen* dari faktor yang terbentuk dapat ditemukan pada tabel *Total Variance Explained* di output perhitungan SPSS . Tabel dibawah ini pada dasarnya menunjukkan besar persentase keragaman total yang mampu dijelaskan oleh keragaman faktor yang terbentuk. Dari Tabel tersebut diketahui bahwa terdapat satu faktor yang memiliki nilai *eigen* lebih dari 1 sementara sisanya kurang dari 1. Nilai *eigen* < 1 tidak digunakan karena memiliki kemampuan menjelaskan keragaman lebih

rendah dibandingkan dengan kemampuan variabel awal. Berdasarkan output di bawah ini diperoleh hasil bahwa terbentuk 1 faktor yang memperoleh nilai eigenvalues > 1 dengan persentase sebesar 80.15. Kolom *cumulative %* menunjukkan persentase kumulatif keragaman yang dapat dijelaskan oleh faktor. Besarnya keragaman yang mampu dijelaskan faktor 1 sebesar 80.152, Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa satu faktor sudah cukup mewakili keragaman variabel asal.

Tabel 4.10

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2.405	80.152	80.152	2.405	80.152
2	.377	12.581	92.733			
3	.218	7.267	100.000			

Sumber : output SPSS, 2019

5. *Loading factor*

Pada *loading factor* ini akan dijelaskan hasil dari *component matrix* yang telah dilakukan. Dalam analisis faktor yang terakhir adalah menentukan seberapa besar nilai *loading factor* dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Jika nilai *loading factor*nya > 0.005 artinya bahwa faktor tersebut mampu menjelaskan *switching intention*. Sebagai aturan umum jika nilai *loading factor* $> 0,71$ maka dikatakan sangat sangat baik, 0,63 sangat baik, 0,55 baik, 0,45 fair dan 0,32 lemah atau tidak bisa ditafsirkan. Dari pemaparan diatas diketahui bahwa *attitude* dalam penelitian ini bisa ditafsirkan sebagai faktor yang memiliki kelayakan untuk

menjadi faktor dari *switching intention* dalam arti bahwa sikap responden menjadi faktor tingginya niat untuk beralih kebank syariah.

Tabel 4.11

Variabel	Indikator	Loading factor indikator	Loading factor variabel
<i>Attitude</i> (X1)	Keinginan untuk berpindah kebank syariah merupakan ide bagus (X1.1)	0,864	0,920
	Keinginan berpindah kebank syariah merupakan ide yang sangat berguna bagi saya (X1.2)	0,881	
	Keinginan untuk beralih kebank syariah merupakan ide yang sangat bijaksana (X1.3)	0,846	
	Saya sangat senang jika beralih kebank syariah (X1.4)	0,894	
<i>Subjective norm</i> (X2)	Jika saya beralih kebank syariah maka orang-orang penting dalam hidup saya akan mendukungnya (X2.1)	0,834	0,904
	Mayoritas orang yang penting dalam hidup saya berpikir bahwa saya harus berpindah kebank syariah (X2.2)	0,763	
	Rekan-rekan saya menganggap beralih kebank syariah merupakan sesuatu yang benar (X3.1)	0,679	
<i>Perceived behavior control</i> (X3)	Bagi saya sangat mudah untuk beralih kebank syariah (X3.1)	0,711	0,861
	Saya memiliki kemampuan untuk beralih kebank syariah (X3.2)	0,754	
	Saya memiliki waktu untuk beralih kebank syariah (X3.3)	0,795	

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS, diperoleh faktor-faktor yang membentuk *switching intention* adalah faktor *attitude*, *subjective norm* dan

perceived behavior control. Hal ini bisa dilihat dari nilai *loading factor* yang dimiliki oleh *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* $> 0,55$.

4.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori maka diketahui bahwa hasil hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Hasil dari pengujian *attitude* (X1) dan indikator-indikatornya diketahui bahwa *attitude* dan indikator-indikatornya mampu mempengaruhi dan menjadi faktor dari *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hal ini bisa dilihat dari nilai *loading factor* yang dimiliki oleh *attitude* sebesar 0,920. Maka H1 diterima.

Hasil dari pengujian *subjective norm* (X2) dan indikator-indikatornya diketahui bahwa *subjective norm* dan indikator-indikatornya mampu mempengaruhi dan menjadi faktor dari *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Maka H2 diterima.

Hasil dari pengujian *perceived behavior control* (X3) dan indikator-indikatornya diketahui bahwa *perceived behavior control* dan indikator-indikatornya mampu mempengaruhi dan menjadi faktor dari *switching intention* pada bank syariah Kota Malang maka H3 diterima.

Hasil pengujian dari faktor yang dominan menjadi faktor *switching intention* pada bank syariah Kota Malang adalah *attitude* dengan nilai *loading factor* tertinggi yaitu sebesar 0,920 maka H4 ditolak. Hal ini dapat terjadi sebagaimana yang telah dinyatakan oleh ajzen (1980) bahwa sikap akan lebih dominan dalam memprediksi intentsi dalam berperilaku jika hal tersebut memiliki impilkasi yang

bersifat *attitudinal* (hal yang bersifat pribadi) sedangkan norma sosial akan lebih dominan daripada sikap jika intensi untuk melakukan perilaku tertentu memiliki implikasi normatif atau terkait dengan hal yang dibutuhkan orang banyak.

4.2 Pembahasan dan Implikasi Hasil Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan tentang pembahasan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis faktor konfirmatori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.

4.2.1 *Attitude* terhadap *switching intention*

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *attitude* atau sikap mampu menjadi faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hal ini terjadi bisa saja karena banyak dari mahasiswa yang sudah mengenal bank syariah meskipun masih belum terlalu mendalam. Selain itu juga karena semua mahasiswa yang diteliti beragama islam maka bank syariah yang memiliki label “syariah” yang terkait dengan atribut islam selalu dipersepsikan dengan hal-hal yang bersifat positif. Meskipun pada kenyataannya, hal tersebut masih subjektif. Terlepas dari benar atau tidaknya persepsi mahasiswa tentang bank syariah, proses terbentuknya sikap ini mendukung apa yang disampaikan oleh Azjen (1991) bahwa sikap berkembang secara wajar dari keyakinan yang dipegang oleh seseorang. Pembentukan keyakinan ini dihubungkan dengan atribut tertentu, misalnya dengan objek, karakteristik, atau peristiwa lainnya.

Setelah dilakukan uji analisis faktor konfirmatori diketahui bahwa *attitude* memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,980 artinya bahwa *attitude* atau sikap tepat

dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan Sangat baik karena memiliki nilai *loading factor* diatas 0,71. Dan indikator-indikator dari sikap tepat dalam menjelaskan sikap terhadap *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan masing-masing nilai *loading factor* untuk X1.1 adalah 0,864, X1.2 sebesar 0,881, X1.3 sebesar 0,846 dan X1.4 sebesar 0,894.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitiannya Sukati (2015) yang menyatakan bahwa *attitude* tepat dan berhasil dalam mempengaruhi *switching intention* dengan nilai *loading factor* sebesar 0.966.

4.2.2 *Subjective norm* terhadap *switching intention*

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *subjective norm* atau norma subjektif mampu menjadi faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Artinya bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat dari faktor sosial yang mendorong munculnya niat beralih ke bank syariah. Pengaruh sosial yang kuat ini dipengaruhi oleh referent/acuan yang diberikan oleh orang yang dianggap penting. Orang-orang seperti dosen, rekan dianggap orang yang sangat penting dan memiliki *motivation to comply* atau memberikan pengaruh untuk membangkitkan niat beralih kebank syariah. Selain itu juga bisa jadi tekanan dari sosial untuk beralih kebank syariah ini dikaitkan dengan otoritas keagamaan tentang perintah untuk meninggalkan bank konvensional yang menjalankan operasionalnya menggunakan riba. Seperti yang disampaikan oleh French dan Raven (1959)

dalam Amaliah (2008:71) bahwa *motivation to comply* ini terkait juga dengan *authoritarianism*.

Setelah dilakukan uji analisis faktor konfirmatori diketahui bahwa *subjective norm* memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,904 artinya bahwa *subjective norm* atau norma subjektif tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan Sangat baik karena memiliki nilai *loading factor* diatas 0,71. Dan indikator-indikator dari norma subjektif tepat dalam menjelaskan norma subjektif terhadap *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan masing-masing nilai *loading factor* untuk X2.1 adalah 0,834, X2.2 sebesar 0,763 dan X1.3 sebesar 0,679.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitiannya Sukati (2015) yang menyatakan bahwa *subjective norm* tepat dan berhasil dalam menjelaskan *switching intention* dengan nilai *loading factor* sebesar 0.981.

4.2.3 *Perceived behavior control* terhadap *switching intention*

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *perceived behavior control* mampu menjadi faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hal ini mendukung apa yang dikemukakan oleh Arimtage dan corner (1999) dalam Amaliyah (2008) bahwasanya *perceived behavior control* terjadi karena adanya *percieved control* yaitu persepsi atau keyakinan tentang mudahnya atau tidaknya melakukan sesuatu. persepsi mahasiswa tentang beralih kebank syariah ini masih dibawah kendali atau dengan kata lain mudah untuk dilakukan. Hal ini dibuktikan dengan beberapa item pertanyaan yang terkait kemampuan untuk beralih kebank syariah dan hasilnya

menunjukkan bahwa dari segi kemampuan baik waktu dan kemudahan untuk beralih kebank syariah ternyata masih bisa dijangkau dengan baik.

Dari sudut pandang *perceived difficulty*, gencarnya sosialisasi yang terjadi di mahasiswa Fakultas Ekonomi uin malang angkatan 2019 tentang perbankan syariah. Selain itu juga didukung dengan fasilitas yang mempermudah dalam melakukan peralihan kebank syariah seperti seringnya bank syariah melakukan upaya jemput bola dalam melayani nasabah mahasiswa dikampus uin malang, dan dukungan dari Fakultas Ekonomi uin malang dengan mendirikan minibank syariah dan beberapa jalinan kerjasama dengan bank syariah memunculkan persepsi tentang mudahnya untuk beralih kebank syariah.

Setelah dilakukan uji analisis faktor konfirmatori diketahui bahwa *perceived behavior control* memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,861 artinya bahwa *perceived behavior control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan tepat dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan Sangat baik karena memiliki nilai *loading factor* diatas 0,71. Dan indikator-indikator dari kontrol perilaku yang dipersepsikan tepat dalam mempengaruhi kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap *switching intention* pada bank syariah Kota Malang dengan masing-masing nilai *loading factor* untuk X3.1 adalah 0,711, X3.2 sebesar 0,754 dan X3.3 sebesar 0,795.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hasil dari penelitian ini mendukung penelitiannya Madahi (2015) yang menyatakan bahwa *percived behavior control* tepat dan berhasil dalam mempengaruhi *switching intention*.

4.2.4 Faktor dominan yang mempengaruhi *switching intention*

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya diketahui bahwa *attitude* atau sikap menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdulrazagh madahi (2016) bahwa *subjective norm* merupakan faktor yang dominan dalam mempengaruhi *switching intention*. Perbedaan hasil penelitian ini sebenarnya dapat terjadi sebagaimana dijelaskan oleh ajzen (1991:199) bahwa dalam kondisi tertentu bukan hanya tekanan sosial (norma subjektif) yang menjadi pertimbangan dalam memainkan peranan penting dalam berperilaku melainkan lebih dari itu bahwa *personal Norm* (*attitude*) juga memainkan peranan penting yaitu perasaan moral dalam melakukan tanggung jawab untuk melakukan kecenderungan dalam berperilaku tertentu yang dalam hal ini adalah keinginan untuk beralih kebank syariah.

Menurut Trafimow (2009:510) kecenderungan untuk bersikap lebih *attitudinal* daripada *normative* (*norma subjective*) ini juga sedikit banyaknya dipengaruhi oleh faktor usia. Anak-anak yang diberikan beberapa pilihan untuk berperilaku tertentu akan cenderung lebih memilih nilai-nilai yang diturunkan oleh orang tuanya. Hal ini dikarenakan anak-anak memiliki sedikit *well developed depense mechanism* meskipun pada akhirnya nilai-nilai tersebut akan mengalami pengurangan dengan berjalannya usia. Sedangkan orang yang lebih tua akan melakukan perilaku tertentu berdasarkan atas evaluasi dari persepsinya sendiri. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa yang mayoritas berada diatas usia 16 maka tidak mengherankan jika intensi untuk melakukan hal tertentu dalam hal ini

beralih kebank syariah lebih dominan dibawah kendali *attitudinal* daripada faktor tekanan sosial. Selain itu karena itensi untuk beralih kebank syariah ini juga merupakan sesuatu yang implikasinya lebih cenderung kepada keputusan pribadi maka sikap akan lebih dominan sebagai faktor yang mempengaruhi niat peralihan kepada bank syariah. Hal ini diperkuat oleh pernyataan ajzen (1980) bahwa sikap akan lebih dominan dalam memprediksi intensi dalam berperilaku jika hal tersebut memiliki impilkasi yang bersifat *attitudinal* sedangkan norma sosial akan lebih dominan daripada sikap jika intensi untuk melakukan perilaku tertentu memiliki impikasi normatif atau terkait dengan hal yang dibutuhkan orang banyak.

4.2.5 Kajian Keislaman

A. Sikap

Berdasarkan hasil penelitian telah dijelaskan bahwa sikap dan indikator-indikatornya tepat dalam menjelaskan *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. Artinya bahwa sikap mahasiswa Fakultas Ekonomi positif terhadap niat beralih pada bank syariah Kota Malang. Mengenai hal ini ini Al-Quran menyatakan dalam surat Al-Qalam ayat 4 sebagai berikut:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya : *Dan sesungguhnya engkau benar-benar, berbudi pekerti yang luhur.* (QS al-Qalam ayat 4)

Menurut imam As-Suyuti ayat ini turun sebagai penjelasan tentang hadist yang bersumber Abun Na'iem didalam kitab Ad-Dalail dan Al-Wahidi yang sanadnya berumber dari Aisyah yang isinya bahwa tiada seorang pun yang mempunyai akhlak melebihi Rasulullah. Dan tiada dari keluarga dan sahabatnya

kecuali berkata *labbaika*. Oleh karena itu maka Allah menerangkan ayat ini sebagai penjelasan dari tentang kemuliaan akhlak Rasulullah.

Kata *khuluqin adhim* yang tertera dalam ayat tersebut merupakan perangai yang disebabkan akibat dari konsisten melatih dalam membiasakan diri supaya sadar dalam mengatakan bahwa yang benar adalah benar dan salah adalah salah. Kemudian diaplikasikan dengan terus menjauhi segala yang buruk dan mengerjakan segala yang baik dengan melakukan evaluasi terus-menerus sehingga menjadi sebuah kebiasaan (Hamka).

Dalam relevansinya dengan *switching intention* pada bank syariah Kota Malang mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2019 telah mempraktikkan perilaku yang baik dan jujur dengan menyatakan bahwa beralih ke bank syariah merupakan hal yang baik dan positif. Hal ini bisa dilihat dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya bahwa sikap yang ditampilkan tepat dalam menjelaskan *switching intention*.

B. Norma subjektif

Berkaitan dengan norma subjektif Ibnu Taimiyah rahimahullah berkata

“adat adalah kebiasaan manusia dalam urusan dunia yang mereka butuhkan. Hukum asal kebiasaan ini adalah tidak ada larangan kecuali jika Allah SWT melarangnya.”

Dalam relevansinya bahwa kebiasaan untuk mendengar saran didasarkan pada pendapatnya orang-orang disekitar merupakan hal yang sangat boleh dengan catatan tidak ada larangan untuk melakukannya. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2019 menganggap bahwa saran dari orang sekitar banyak yang mendukung untuk beralih ke bank syariah. Hal ini bukan hanya sebuah hal

yang diperbolehkan melainkan wajib dilakukan jika bermuamalah dengan bank konvensional melanggar-melanggar prinsip-prinsip islam.

C. Kontrol perilaku yang dipersepsikan

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan diatas diketahui bahwa *percieved behavior control* mampu memprediksi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang. *Perceived behavior control* sendiri merujuk kepada keyakinan tentang kemampuan dalam melakukan sesuatu atau dengan kata lain merupakan ekspresi dari rasa percaya diri dalam melakukan tertentu. Dalam islam percaya kepada kemampuan diri sendiri dan tidak mudah putus asa sangat dianjurkan sebagaimana yang tertulis Al-Quran surat Al-Imran, ayat 139 sebagai berikut:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman”.

Allah SWT menciptakan manusia dalam bentuk yang paling sempurna. Karena manusia dikarunia akal pikiran yang tidak diberikan kepada makhluk apapun di alam semesta. Manusia sangat tidak dianjurkan untuk berperilaku lemah dan bersedih atas kemampuan yang dimilinya. Oleh karena itu, optimis dengan selalu mengaharap akan rahmat yang dijanjikan oleh Allah SWT akan membuat hidup lebih poistif (Usman, 2016: 464).

Dalam tafsir tarbawi Yahya (2015:113) menjelaskan bahwa kalimat “jangan kamu bersikap lemah” merujuk kepada anjuran untuk bersikap kuat baik secara jasmani maupun rohani. Kuat secara jasmani diartikan sebagai kesehatan badan

dan pikiran. Sedangkan kuat secara rohani adalah kekuatan yang ada pada mental atau dengan kata lain harus percaya kepada kemampuan diri sendiri untuk melakukan hal-hal yang baik. Keyakinan yang ada pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2019 tentang kemampuan untuk beralih ke bank syariah mengindikasikan bahwa anjuran untuk beralih ke bank syariah merupakan hal yang dianggap positif dan sesuai dengan ajaran-ajaran Islam. Kalimat “padahal kamu orang-orang yang beriman” ditafsirkan sebagai anjuran kepada manusia untuk beriman kepada Allah SWT. Artinya jika mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2019 menganggap niat beralih ke bank syariah merupakan hal yang positif dan dianjurkan oleh Islam dan yakin mempunyai kemampuan untuk melakukan itu maka bertambahlah keimanan dalam hal tersebut.

BAB V PENUTUP

4.3 Kesimpulan

Setelah dilakukan hasil analisis data dan pengujian hipotesis terkait analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Attitude* mampu menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.
2. *Subjective norm* mampu menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.
3. *Perceived behavior control* mampu menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.
4. *Attitude* mampu menjadi faktor-faktor yang dominan dalam mempengaruhi *switching intention* pada bank syariah Kota Malang.

4.4 Saran

Berikut adalah saran yang akan diuraikan untuk beberapa pihak dari penelitian ini dikarenakan adanya keterbatasan dan kelemahan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Untuk peneliti selanjutnya

Saran kepada peneliti berikutnya adalah agar bisa memberikan sampel yang lebih besar dengan harapan agar hasil dari penelitian selanjutnya lebih handal baik secara teoritik ataupun aplikatif dan juga dengan mencoba dengan teori yang lainnya agar mendapatkan hasil yang berbeda.

b. Untuk manajemen bank syariah

Saran untuk manajemen bank syariah agar selalu memperhatikan aspek bisnisnya terkait dengan cara memahami perilaku nasabah dan memberikan perlakuan kepada setiap segmen dari nasabahnya. Hal ini untuk membantu dalam merumuskan strategi yang efektif dalam menjangkau setiap nasabah yang berbeda-beda.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim dan Terjemahan

- Agustina, Lina, Carolina, & Chandra. (2011). Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Persepektif Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1), 22-31.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Ajzen, I., & Feshbien. (1980). Understanding Attitudes And Predicting Social Behavior. *Prentice-Hall*.
- Bansal, H. S. (2005). Migrating To New Service Providers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 96-115.
- Choi, J. (2018). **A Study On Factors Affecting A Customer's Switching Intention To Pure-Play Internet Bank Using The Push-Pull-Mooring Model**. *Thesis College of Business Administration*.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta.
- Hsin, c. (2017). Applying Push-Pull Mooring To Investigate Chanel Switching Behavior: M-Shopping Self-Efficacy And Switching Cost As Moderator. *Electronic Commerce Research And Applicatons*.
- Jabeen, S., Hamid, A. A., & Rahman, S. U. (2015). Switching Intention: A Case Of Saudi Arabian Hypermarkets. *International Journal Of Economics And Financial Issues*, 2015-222.
- Jung, J. (2017). Travelers' Switching Behavior In The Airline Industry From The Perspective Of The Push-Pull-Mooring Framework. *Tourist Management* 59, 139-153.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Ed 12. Jakarta : indeks
- Khairiyah, Siti Dkk. (2018). Consumer Switching Intention, What Factor That Affect It. *International Journal And Applied Sciences*, 4 (1). 2394-7926.
- Kusnendi. (2008). *Model-Model Persamaan Stuktural Satu dan Multigrup dengan Lisrel*. Bandung: Alfabeta.
- Leng, Phirak. (2014). An Empirical Study On Switching Behavior In Cambodia's Mobile Telecommunication Service. 52 (3).

- Madahi, Abdolrazagh. (2016). An Empirical Study Of Malaysian Consumers Cahnel Switching Intention: Using Theory Of Planned Behaviour, *Global Business Review*, 17 (3), 489-523.
- Merwe, M. V. (2015). **A Comparison Between Switching intention And Switching Behavior In The South African Mobile Telecommunications Industry**. Thesis.
- Murad, Mustafa. (2011). **Direct And Moderating Factors Affecting Customer Switching Intentions: An Empirical Study On Bank Of Palestine And Cairo Amman Bank In Gaza Strip**. Thesis. The Islamic University-Gaza, faculty of commerce.
- Nazmul, Mohamad Ahsanul (2017). **Observing And Estimating The Switching Intention Of Existing Consumers Towards New Ethnic Indian Restaurant In Helsinki**. Thesis. University Of Applied Sciencs.
- Noor, Jualiansyah. (2012). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Prima Matondang, Tio Dkk (2019) Pengaruh Push, Pull Dan Mooring Terhadap Keinginan Berpindah Pelanggan. *Industrial Enginereging Online Jurnal*. 8 (2),113-122.
- Rumengan, Rosaline L. (2015). The Influence Of Switching Cost, Time, Variety Of Seeking On Consumer Switching Intention (A Study On Kiosk And Minimarket In Nort Minahasa). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 5 (5). 873-883.
- Roos, I., Edvarson, B., & Gustafsson, A. (2002). Customer Switching Patteerns In Competitive And Noncompetitive Service Industry. *Journal Of Service Research*, 256-271.
- Syah, Sri R, Dkk (2018). Switching Behavior Nasabah Bank: Tinjauan Empiris Keprilaku Di Kota Makasar. *Jurnal Administrasi : Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi*
- Saeed, Ayesha Dkk. (2011) . Factors Affecting Consumer Switching Intention. *Eropean Journal Of Social Sciencs*. 19 (1).
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. (2010). *Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Suhardi dan Purwantoro (2008). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat

Siregar, R. S. (2015). Kebiasaan Dalam Persepektif Hukum Islam. *Fitrah vol 1*.

SUKATI, I. (2015). DETERMINANTS OF THE CHANEL SWITCHING INTENTION : A CONSUMER PERSPECTIVE. *MARTINIA*,6, 8-35.

Trafimow, D. (2009). The Theory of Rreasoned Action. *Theory and Psychologi*, 19, 501-518.

Wen Liao, Yi Dkk. (2018). Exploring The Switching Intention Of Learners On Social Network-Based Learning Platforms: A Perspective Of The Push-Pull-Moorring. *Eurasia Journal Of Mathematics, Sciene and Technology Education*. 15 (9).

Wiyono,G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat Analisis Spss 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPN

Yusuf, A. A. (2015). Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah.

<https://kontan.co.id/>, diakses 1 juli 2019.

<https://rri.co.id/>, diakses 8 juli 2019.

fe.uin-malang.ac.id, diakses 2 november 2019,

<https://radarmalang.id/perbankan-syariah-kian-diminati/>, diakses 17 maret 2020.

LAMPIRAN 1 :

KUESIONER PENELITIAN

Nama :

Jurusan :

Fakultas :

Semester :

Jenis Kelamin :

No	Pernyataan	Penilaian				
		Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	netral	setuju	Sangat setuju
	ATTITUDE TOWARD					
1	Keinginan untuk berpindah kebank syariah merupakan ide bagus					
2	Keinginan untuk berpindah kebank syariah merupakan ide yang sangat berguna bagi saya					
3	Keinginan untuk beralih kebank syariah merupakan ide yang sangat bijaksana					
4	Saya sangat senang jika beralih ke bank syariah					
	SUBJECTIVE NORM					
1	Jika saya beralih kebank syariah maka orang-orang penting dalam hidup saya akan mendukungnya					
2	Mayoritas orang Yang penting dalam hidup saya berpikir bahwa saya harus berpindah kebank syariah					
3	Rekan-rekan saya meganggap beralih kebank syariah merupakan sesuatu yang benar					
	PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL					
1	Bagi saya sangat mudah untuk beralih kebank syariah					
2	Saya memiliki kemampuan untuk beralih kebank syariah					
	Saya memiliki waktu untuk beralih ke					

3	bank syariah					
---	--------------	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 2 :

BUKTI KONSULTASI

Nama : Miftah Barid
NIM/Jurusan : 14540054/ Perbankan Syariah
Pembimbing : Dr. Siswanto, SE., M.Si.
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Switching intention*
Pada Bank Syariah Kota Malang

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	28 februari 2019	Pengajuan <i>Outline</i>	1.
2.	13 Maret 2019	Proposal	2.
3.	4 April 2019	Pergantian Judul	3.
4.	9 Mei 2019	Bab I II III	4.
5.	16 Juli 2019	Seminar Proposal	5.
6.	11 September 2019	Bab IV	6.
7.	18 September 2019	Bab V	7.
8.	28 November 2019	Pembahasan	8.
9.	2 Maret 2020	Acc Seminar Hasil	9.
10.	10 Maret 2020	Seminar Hasil	10.

Malang, 30 Maret 2020

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D

NIP 19751109 199903 1 003

LAMPIRAN 3

DATA HASIL PENELITIAN

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3
1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4
3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
7	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
8	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
9	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4
10	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5
11	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
12	5	5	5	4	4	3	3	2	4	5
13	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
14	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4
15	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3
16	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3
17	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
18	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
21	3	4	4	3	2	2	3	2	1	4
22	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2
23	4	4	5	4	4	3	3	2	4	3
24	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2
25	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4
26	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
27	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
28	4	3	3	5	3	2	4	4	3	3
29	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4
30	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
31	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4
32	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3
33	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
34	4	4	3	3	3	4	2	2	3	4
35	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
36	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5

37	5	5	4	4	5	3	4	3	4	4
38	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5
39	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4
40	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
41	4	4	4	5	3	3	3	5	5	3
42	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2
43	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
44	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
45	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
46	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5
47	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2
48	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
49	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
50	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
51	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4
52	3	2	2	2	3	1	1	3	3	2
53	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5
54	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5
55	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	5	4	4	2	1	1	5	5	2	3
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5
62	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
63	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
64	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4
65	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
66	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
67	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
68	3	3	2	3	3	2	2	3s	3	3
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
71	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4
72	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
73	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
74	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3
75	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
76	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
77	3	4	4	3	2	2	3	2	1	4

78	4	4	5	4	4	3	3	2	4	3
79	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4
80	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
81	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4
82	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4
83	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
84	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
85	5	5	4	4	5	3	4	3	4	4
86	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4
87	4	4	4	5	3	3	3	5	5	3
88	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
89	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
90	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2
91	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
92	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4
93	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5
94	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3
95	5	4	4	2	1	1	5	5	2	3
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5
98	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
99	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
100	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1

LAMPIRAN 4 :

HASIL OUTPUT SPSS

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

		no1	no2	no3	no4	skor_X1
no1	Pearson Correlation	1	.847**	.847**	.743**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
no2	Pearson Correlation	.847**	1	.851**	.769**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
no3	Pearson Correlation	.847**	.851**	1	.753**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
no4	Pearson Correlation	.743**	.769**	.753**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
skor_X1	Pearson Correlation	.932**	.939**	.936**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items

.942	4
------	---

Correlations

		no1	no2	no3	skor_X2
no1	Pearson Correlation	1	.754**	.505**	.896**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
no2	Pearson Correlation	.754**	1	.531**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
no3	Pearson Correlation	.505**	.531**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
skor_X2	Pearson Correlation	.896**	.899**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.818	3

Correlations

		no1	no2	no3	skor_X3
no1	Pearson Correlation	1	.675**	.677**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
no2	Pearson Correlation	.675**	1	.727**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
no3	Pearson Correlation	.677**	.727**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100

skor_X3	Pearson Correlation	.878**	.898**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.871	3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.859	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	869.026
	Df	45
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x2.1	x2.2	x2.3	x3.1	x3.2	x3.3
Anti-image Covariance	x1.1	.165	-.062	-.078	-.003	-.063	.057	.016	-.093	.029	.034
	x1.2	-.062	.170	-.058	-.023	.007	-.059	.017	.007	.039	-.070
	x1.3	-.078	-.058	.162	-.047	.048	.000	-.087	.092	-.070	.005
	x1.4	-.003	-.023	-.047	.235	-.059	-.066	.002	-.057	-.017	.012
Anti-image Covariance	x2.1	-.063	.007	.048	-.059	.255	-.129	-.050	.074	-.088	-.039
	x2.2	.057	-.059	.000	-.066	-.129	.333	-.070	.008	.001	.016
	x2.3	.016	.017	-.087	.002	-.050	-.070	.481	-.130	.138	-.046
	x3.1	-.093	.007	.092	-.057	.074	.008	-.130	.320	-.131	-.088
Anti-image Covariance	x3.2	.029	.039	-.070	-.017	-.088	.001	.138	-.131	.282	-.107
	x3.3	.034	-.070	.005	.012	-.039	.016	-.046	-.088	-.107	.325
Anti-image Correlation	x1.1	.845 ^a	-.372	-.479	-.014	-.308	.243	.058	-.403	.134	.145
	x1.2	-.372	.900 ^a	-.348	-.114	.032	-.249	.058	.030	.176	-.299

x1.3	-.479	-.348	.821 ^a	-.239	.238	-.001	-.311	.404	-.327	.021
x1.4	-.014	-.114	-.239	.948 ^a	-.241	-.235	.005	-.209	-.068	.045
x2.1	-.308	.032	.238	-.241	.855 ^a	-.444	-.143	.260	-.328	-.135
x2.2	.243	-.249	-.001	-.235	-.444	.881 ^a	-.175	.023	.005	.048
x2.3	.058	.058	-.311	.005	-.143	-.175	.849 ^a	-.330	.375	-.115
x3.1	-.403	.030	.404	-.209	.260	.023	-.330	.764 ^a	-.436	-.274
x3.2	.134	.176	-.327	-.068	-.328	.005	.375	-.436	.806 ^a	-.353
x3.3	.145	-.299	.021	.045	-.135	.048	-.115	-.274	-.353	.905 ^a

Communalities

	Initial	Extraction
x1.1	1.000	.746
x1.2	1.000	.776
x1.3	1.000	.715
x1.4	1.000	.799
x2.1	1.000	.695
x2.2	1.000	.583
x2.3	1.000	.461
x3.1	1.000	.505
x3.2	1.000	.568
x3.3	1.000	.631

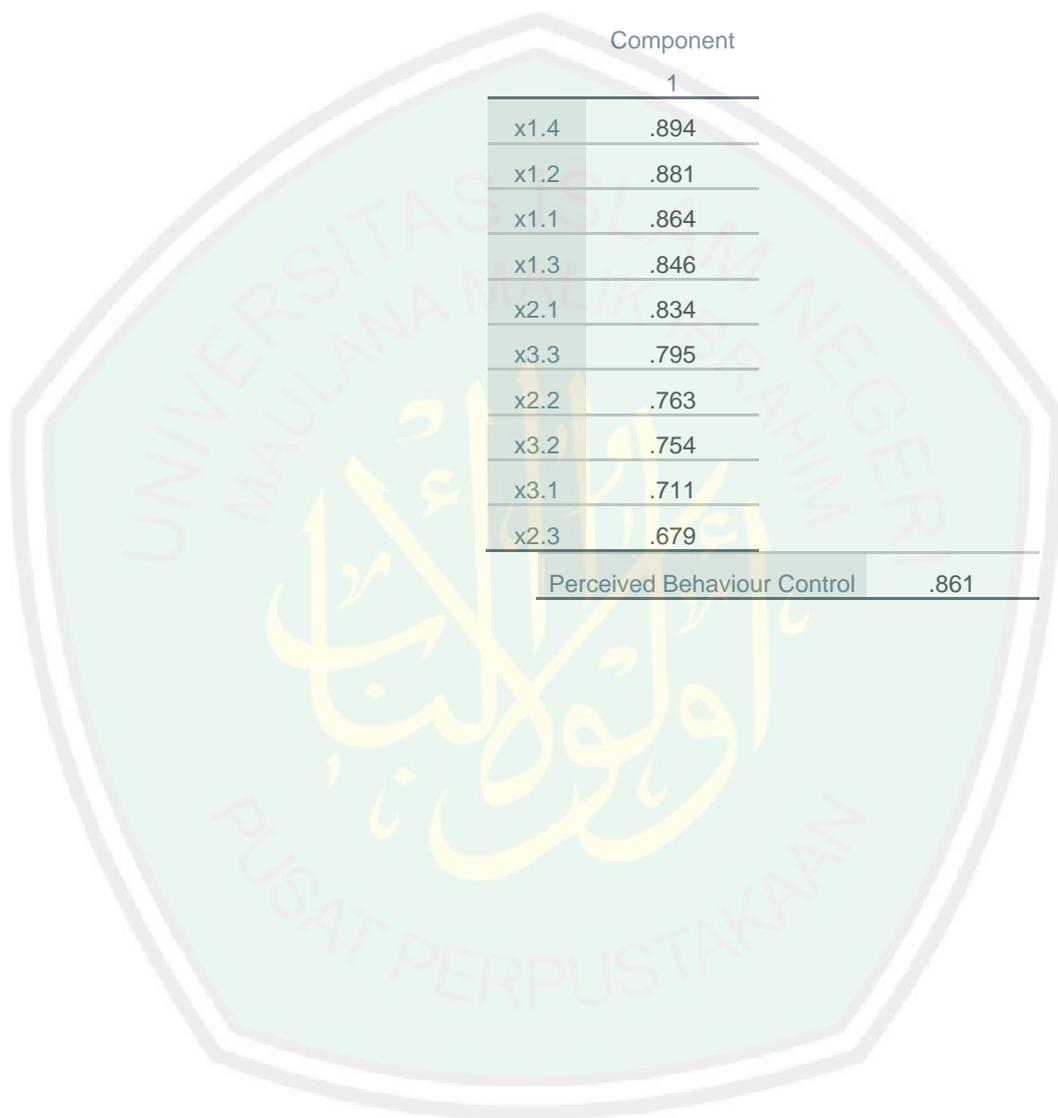
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Loadings		
				Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.405	80.152	80.152	2.405	80.152	80.152
2	.377	12.581	92.733			
3	.218	7.267	100.000			

Component Matrix^a

	Component 1
Attitude Toward	.920
Subjective Norm	.904

	Component 1
x1.4	.894
x1.2	.881
x1.1	.864
x1.3	.846
x2.1	.834
x3.3	.795
x2.2	.763
x3.2	.754
x3.1	.711
x2.3	.679
Perceived Behaviour Control	.861



LAMPIRAN 5 :

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Miftah Barid
Tempat Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 28 Januari 1995
Alamat Asal : Cibangban, Cigalontang, Tasikmalaya
Alamat Kos : Jln Embong Brantas Gg 2 Klojen Kota Malang
Telepon/Hp : 085721194983
Email : bananulawal@gmail.com

Pendidikan Formal

TK/RA : lulus tahun 2002
SD/MI : SDN kersamaju lulus tahun 2007
SMA/MAS : Al-Amin Lulus Tahun 2014
2014-2019 : Jurusan perbankan syariah Fakultas
Ekonomi Universitas Islam negeri Maulana Malik
Ibrahim

Riwayat Keluarga

Nama Ayah : Tisna Sutisana
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Nama Ibu : Tini Sutini
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Pengalaman Organisasi : CSS Mora UIN Malang

Lampiran 6 :



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
Terakreditasi "B" SK BAN-PT No : 004/SK/BAN-PT/Akred/S1/2015
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN
BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Siswanto, SE., M.Si
NIP : 19750906 200604 1 001
Jabatan : Pembimbing Skripsi

Menerangkan bahwa Mahasiswa berikut :

Nama : Miftah Barid
NIM : 14540054
Handphone : 085721194983
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Switching Intention Pada Bank Syariah Kota Malang

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originality report*:

IMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	TUDENT PAPERS
24 %	17 %	5 %	20 %

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Mei 2020
Pembimbing,

Dr. Siswanto, SE., M.Si
NIP 19750906 200604 1 001

Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi switching intention pada bank syariah kota malang

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	2%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
4	jurnal.untirta.ac.id Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	1%
8	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%