

BAB III

OBJEK, METODE , DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten endogen adalah variabel yang menerima pengaruh dari faktor-faktor lain dan menjadi fokus utama dalam analisis penelitian. Variabel laten eksogen merupakan variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lain atau dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel laten endogen. Variabel laten endogen dalam penelitian yaitu niat beralih (NB), sementara variabel laten eksogen terdiri dari kualitas layanan (KL), kepercayaan (KP), daya tarik alternatif (DTA), dan norma subjektif (NS) dan biaya beralih (BB) sebagai variabel moderator. Subjek penelitian ini adalah generasi Y dan generasi Z yang merupakan pengguna layanan dari Bank Syariah Indonesia (BSI), namun memiliki potensi untuk beralih ke layanan bank digital syariah. Pendekatan penelitian ini dilakukan melalui distribusi kuesioner atau angket kepada responden yang termasuk dalam kategori tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-eksperimen dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang menggunakan data berupa angka atau bilangan yang dianalisis melalui perhitungan statistik atau matematika (Sekaran & Bougie, 2017). Menurut Pramita dkk. (2021) penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang pengumpulan data numerik untuk menjelaskan fenomena tertentu. Metode kuantitatif bertujuan untuk memvalidasi teori dengan menganalisis hubungan antar variabel yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian dalam penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif dan kausalitas. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memperoleh data yang menggambarkan karakteristik individu, peristiwa, atau kondisi tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian ini.

Sementara itu, penelitian kausalitas adalah metode penelitian yang berfokus pada hubungan sebab-akibat antara konsep atau variabel tertentu, dengan tujuan untuk mengidentifikasi penjelasan yang dapat diberlakukan secara luas (Ferdinand, 2014). Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas layanan (KL), kepercayaan (KP), daya tarik alternatif (DTA), norma subjektif (NS), biaya beralih (BB), dan niat beralih (NB).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dari operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu niat beralih (Y), kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), daya tarik alternatif (X_3), norma subjektif (X_4) dan biaya beralih (Z). Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas layanan (X_1)	Kualitas layanan adalah kegiatan yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai dengan harapan mereka (Satria, 2019).	1. Kepatuhan (<i>Compliance</i>) (Othman & Owen, 2001)	Mengacu pada tanggungjawab perusahaan dalam menjalankan prinsip Islam.	Interval
		2. Keandalan (<i>Reability</i>) (Othman & Owen, 2001)	Mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, memenuhi komitmen dan janji yang diberikan kepada konsumen secara tepat waktu dan akurat.	Interval
		3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) (Othman & Owen, 2001)	Menunjukkan kesediaan dan kecepatan penyedia layanan dalam merespon kebutuhan dan permintaan konsumen.	Interval
		4. Jaminan (<i>Assurance</i>) (Zeithaml, V.A. Parasuraman, A.	Menggambarkan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang	Interval

Variabel	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
		& Berry, 1993)	dimiliki oleh karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya dan keamanan pada konsumen.	
		5. Empati (<i>Emphaty</i>) (Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. & Berry, 1993)	Merujuk pada tingkat perhatian dan kepedulian yang diberikan kepada konsumen.	Interval
		6. Berwujud (<i>Tangibles</i>) (Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. & Berry, 1993)	Menilai aspek fisik dari layanan, termasuk kondisi dan penampilan fasilitas, peralatan, serta penampilan karyawan.	Interval
Kepercayaan (X ₂)	Kepercayaan konsumen adalah kesiapan seseorang untuk menerima risiko yang muncul dari tindakan pihak lain, dengan asumsi pihak lain akan melakukan tindakan penting yang menguntungkan pihak yang mempercayainya, tanpa bergantung pada kemampuan untuk memantau dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercayai (Wahyudi, 2019).	1. Pemenuhan janji (<i>fulfillment of promises</i>) (Muflih & Juliana, 2021).	Seberapa baik pihak yang dipercayai memenuhi janji-janjinya.	Interval
		2. Kepercayaan transaksi (<i>transaction trust</i>) (Muflih & Juliana, 2021).	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan integritas transaksi yang dilakukan.	Interval
		3. Kejujuran informasi (<i>honesty of information</i>) (Muflih & Juliana, 2021).	Seberapa jujur dan transparan informasi yang diberikan oleh pihak yang dipercayai.	Interval
		4. Reputasi (<i>reputation</i>) (Adjie et al., 2023).	Persepsi umum terhadap reputasi layanan yang didasarkan pada pengalaman pengguna lain dan ulasan publik.	Interval
Daya Tarik Alternatif (X ₃)	Daya tarik alternatif adalah upaya untuk menarik pelanggan baru melalui keunggulan yang mereka tawarkan	1. Jumlah alternatif tersedia (Ghamry & Shamma, 2022).	Merujuk pada berapa banyak pilihan atau alternatif layanan yang tersedia.	Interval
		2. Tingkat kesulitan	Mengukur seberapa	Interval

Variabel	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
	(Firdiyanti dkk., 2022).	dalam memahaminya (Ghamry & Shamma, 2022).	mudah atau sulit bagi konsumen untuk memahami dan menggunakan alternatif tersebut.	
		3. Memberikan layanan yang lebih baik (Mannan dkk., 2017).	Sejauh mana responden mempersepsikan potensi penyedia layanan alternatif dalam memberikan solusi perbankan yang lebih baik.	Interval
		4. Lebih sesuai dengan kebutuhan (Mannan dkk., 2017).	Sejauh mana responden menilai kemampuan penyedia layanan alternatif dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka.	Interval
Norma Subjektif (X ₄)	Norma subjektif adalah persepsi seseorang mengenai apakah orang penting atau kelompok referensi dia untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991).	1. Pengaruh teman (Bananuka et al., 2019).	Merujuk pada dorongan atau tekanan yang berasal dari teman sebaya atau rekan dalam lingkungan sosial individu.	Interval
		2. Pengaruh keluarga (Juliana et al., 2024).	Mencakup dorongan atau tekanan yang berasal dari anggota keluarga, termasuk orang tua, saudara, pasangan, dan kerabat dekat.	Interval
		3. Pengaruh orang penting (Juliana et al., 2024).	Mencakup dorongan atau tekanan dari individu yang memiliki peran penting atau otoritas dalam kehidupan seseorang. Sering kali didasarkan pada rasa hormat, kekaguman, atau kepatuhan terhadap otoritas mereka	Interval
		4. Tekanan sosial	Adanya tekanan	Interval

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
		(Mai & Nguyen, 2024)	sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku beralih terhadap tertentu.	
Biaya Beralih (Z)	Biaya beralih (<i>switching costs</i>) adalah faktor yang dapat menghalangi keputusan pengguna untuk beralih dari satu produk atau layanan ke produk atau layanan lain (Lee & Wang, 2023).	1. Biaya prosedural (<i>Procedural switching cost</i>) (Burnham et al., 2003).	Biaya terkait waktu dan usaha untuk beralih.	Interval
		2. Biaya finansial (<i>Financial switching cost</i>) (Burnham et al., 2003).	Biaya keuangan yang dapat dihitung.	Interval
		3. Biaya relasional (<i>Relational switching cost</i>) (Burnham et al., 2003).	Merupakan ketidaknyamanan psikologis dan emosional.	Interval
		4. Biaya fungsional (<i>Functional switching cost</i>) (Quoquab et al., 2018).	Kesulitan atau tantangan dalam memanfaatkan fitur atau fungsi layanan baru yang mungkin berbeda dari layanan sebelumnya.	Interval
Niat beralih (Y)	Niat beralih adalah tingkat kemungkinan atau kepastian bahwa konsumen akan berpindah dari penyedia jasa saat ini kepada penyedia jasa baru (Bansal dkk., 2005).	1. Keinginan (Chen & Keng, 2019; Maureen Nelloh & Purwanto Liem, 2012).	Menggambarkan kehendak individu untuk melakukan perpindahan.	Interval
		2. Rencana (Chen & Keng, 2019; Maureen Nelloh & Purwanto Liem, 2012).	Meliputi langkah-langkah yang akan dilakukan ketika beralih ke penyedia layanan lain.	Interval
		3. Kemungkinan (Chen & Keng, 2019; Park et al., 2024).	Keyakinan terhadap layanan alternatif baru dibandingkan dengan yang sudah ada.	Interval
		4. Proporsi beralih (Chen & Keng, 2019; Park et al., 2024).	Mengacu pada seberapa besar porsi/bagian dari penggunaan layanan saat ini yang akan dikurangi dan	Interval

Variabel	Konsep Teoretis	Indikator	Ukuran	Skala
			digantikan dengan layanan alternatif baru.	

Sumber: *Data diolah penulis (2024)*

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan kumpulan generalisasi yang terdiri dari objek dan/atau subjek dengan kualitas dan karakteristik spesifik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2019). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berdomisili di Jawa Barat.
2. Belum memiliki rekening bank digital syariah.
3. Generasi Y (1981-1996) dan Generasi Z (kelahiran 1997-2010).

Sedangkan sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil dengan teknik tertentu (Hardani dkk., 2020). Sebuah sampel harus secara tepat merepresentasikan populasi, dan kesimpulan yang ditarik dari sampel harus berlaku untuk seluruh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi dengan kriteria yang telah dijelaskan di atas.

Pemilihan generasi Y dan generasi Z sebagai sampel dalam penelitian ini dikarenakan generasi Y dan generasi Z merupakan generasi *digital natives* yang sangat terbiasa dengan teknologi dan internet. Mereka memiliki preferensi yang tinggi terhadap layanan digital yang membuat mereka sangat relevan untuk penelitian ini. Adapun, pemilihan Provinsi Jawa Barat dikarenakan berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Jawa Barat menempati provinsi pertama dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 35.100.611 pengguna internet, dengan kontribusi pengguna internet terbanyak oleh generasi Y dan generasi Z.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling*, di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel

yang memilih individu tertentu berdasarkan keyakinan bahwa mereka dapat menyediakan informasi yang relevan bagi peneliti, baik karena keahlian khusus mereka maupun karena memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan (Sekaran & Bougie, 2017).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS). Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka penentuan ukuran sampel penelitian mengacu pada panduan yang disarankan oleh Hair et al (2022), yang menyatakan bahwa ukuran sampel dapat ditentukan dengan salah satu dari dua kriteria berikut:

1. 10 kali jumlah terbesar dari indikator formatif mengukur satu konstruksi, atau
2. 10 kali jumlah terbesar jalur struktural yang diarahkan pada konstruksi tertentu dalam model struktural.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dalam menentukan jumlah minimal sampel, dapat dilakukan dengan mengalikan sepuluh kali jumlah indikator terbanyak. Dalam hal ini, variabel dengan jumlah indikator terbanyak adalah kualitas layanan, yang memiliki enam indikator. Berdasarkan metode tersebut diperoleh sampel minimum sebagai berikut:

$$(6) \times 10 = 60$$

Berdasarkan metode yang dikemukakan oleh Hair et al (2022), jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 60 responden. Untuk menghitung jumlah sampel maksimal, dilakukan dengan mengakumulasikan total indikator dari setiap variabel dengan formula sebagai berikut:

$$(V1 + V2 + V3 \dots) \times 10 = n$$

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

Vn = Jumlah indikator tiap variabel

Dari metode tersebut didapatkan perolehan sampel maksimum sebagai berikut:

$$(6 + 4 + 4 + 4 + 4 + 4) \times 10 = 260$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel maksimal yang diperlukan adalah 260 responden, Hair et al (2022) menyatakan bahwa penggunaan jumlah sampel yang lebih besar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi tidak langsung dengan menggunakan alat kuesioner. Angket atau kuesioner, yang merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian daftar pertanyaan kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah generasi Y dan generasi Z yang merupakan pengguna layanan dari Bank Syariah Indonesia (BSI) di Jawa Barat, yang memiliki potensi untuk beralih ke layanan bank digital syariah. Adapun jumlah sampel penelitian direncanakan minimal 60 hingga maksimal 260 responden. Kuesioner disebarikan melalui platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, komunitas ekonomi islam, dan platform lainnya dengan menggunakan *Google Form*.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Instrumen tersebut dikembangkan dengan menggunakan skala *semantic differential* (diferensial semantik). Skala ini digunakan untuk mengukur sikap responden terhadap merek, iklan, objek, atau orang tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Skala yang digunakan untuk menggambarkan sikap responden adalah garis kontinum, dengan nilai negatif signifikan di sebelah kiri dan nilai positif signifikan di sebelah kanan. Penggunaan skala ini menghasilkan pengukuran data dalam bentuk interval (Sekaran & Bougie, 2017). Adapun pengukuran skala *semantic diferensial* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Sangat Rendah	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Tinggi
---------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Sumber: Sekaran & Bougie (2017)

3.6.2.1 Uji Instrumen Penelitian

Suatu instrumen dapat dikatakan baik jika sudah memenuhi syarat uji validitas dan reliabilitas. Menurut Ferdinand (2014) validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan dan kebenaran dari suatu instrumen penelitian. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sementara itu, Creswell & Clark (2018) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah konsistensi atau kestabilan pengukuran. Sebuah instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Statistical Product Service Solution* Versi 29 (SPSS).

Azwar (2012) mengemukakan bahwa dasar pengambilan keputusan terkait uji validitas pada setiap butir soal instrumen penelitian/kuesioner dapat dilakukan dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Corellation* atau nilai r hitung. Sehingga, kaidah yang digunakan yaitu:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka butir pernyataan dapat dikatakan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka butir pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, dan jumlah sampel $n = 30$, *degree of freedom* (df) = $n - 2 = 28$, nilai r tabel adalah 0,374. Hasil uji validitas ini dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Corellation</i>	R Tabel	Keterangan
KL1	Tingkat keyakinan saya bahwa bank syariah menjalankan layanan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.	0,571	0,374	Valid
KL2	Tingkat keraguan saya bahwa produk bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.	0,688	0,374	Valid
KL3	Tingkat keandalan bank syariah dalam memberikan layanan.	0,588	0,374	Valid
KL4	Tingkat ketepatan waktu bank syariah dalam memberikan pelayanan.	0,644	0,374	Valid
KL5	Tingkat ketanggapan bank syariah dalam merespon kebutuhan dan permintaan nasabah.	0,733	0,374	Valid

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KL6	Tingkat ketanggapan bank syariah dalam menanggapi keluhan nasabah.	0,722	0,374	Valid
KL7	Tingkat keterampilan dan pengetahuan karyawan bank syariah dalam memberikan pelayanan dan informasi.	0,646	0,374	Valid
KL8	Tingkat kepercayaan terhadap keamanan layanan yang diberikan oleh karyawan bank syariah.	0,626	0,374	Valid
KL9	Tingkat perhatian dan kepedulian bank syariah terhadap saya sebagai nasabah.	0,730	0,374	Valid
KL10	Tingkat pemahaman karyawan bank syariah terhadap kebutuhan spesifik saya sebagai nasabah.	0,599	0,374	Valid
KL11	Ketidakpuasan saya terhadap fasilitas di bank syariah seperti kantor cabang, ATM dan <i>mobile banking</i> .	0,646	0,374	Valid
KL12	Materi promosi dan informasi yang disediakan oleh bank syariah yang saya gunakan saat ini.	0,749	0,374	Valid
KP1	Tingkat ketidakpuasan saya terhadap pemenuhan janji oleh bank syariah.	0,518	0,374	Valid
KP2	Tingkat keandalan bank syariah dalam memenuhi janji seperti ketepatan waktu dan transparansi.	0,630	0,374	Valid
KP3	Tingkat kepercayaan saya terhadap transparansi transaksi yang dilakukan dengan bank syariah.	0,694	0,374	Valid
KP4	Tingkat ketidakpercayaan terhadap keamanan data nasabah dalam transaksi yang saya lakukan dengan bank syariah.	0,627	0,374	Valid
KP5	Tingkat keterbukaan bank syariah dalam memberikan informasi kepada nasabah.	0,636	0,374	Valid
KP6	Tingkat kemampuan bank syariah dalam menyediakan informasi yang akurat.	0,781	0,374	Valid
KP7	Reputasi bank syariah yang saya gunakan saat ini di mata publik.	0,752	0,374	Valid
KP8	Reputasi bank syariah yang saya gunakan saat ini di antara pengguna lain.	0,645	0,374	Valid

DTA1	Tingkat ketersediaan pilihan layanan perbankan digital syariah yang tersedia bagi saya saat ini.	0,665	0,374	Valid
DTA2	Tingkat variasi produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank digital syariah.	0,629	0,374	Valid
DTA3	Tingkat kesulitan saya untuk memahami dan menggunakan layanan bank digital syariah.	0,806	0,374	Valid
DTA4	Tingkat kesulitan saya dalam mempelajari fitur dan manfaat dari layanan digital syariah.	0,709	0,374	Valid
DTA5	Tingkat keyakinan saya bahwa produk bank digital syariah dapat memberikan solusi perbankan yang lebih baik.	0,838	0,374	Valid
DTA6	Tingkat kecepatan layanan yang diberikan oleh bank digital syariah dibandingkan dengan bank syariah.	0,766	0,374	Valid
DTA7	Tingkat kesesuaian layanan bank digital syariah dengan kebutuhan saya.	0,758	0,374	Valid
DTA8	Tingkat fleksibilitas layanan bank digital syariah dalam memenuhi kebutuhan saya.	0,728	0,374	Valid
NS1	Pengaruh teman terdekat untuk beralih dari bank syariah ke bank digital syariah.	0,693	0,374	Valid
NS2	Tingkat motivasi untuk mengikuti saran dari teman dalam keputusan saya beralih ke bank digital syariah.	0,747	0,374	Valid
NS3	Pengaruh keluarga terdekat untuk beralih dari bank syariah ke bank digital syariah	0,814	0,374	Valid
NS4	Tingkat motivasi untuk mengikuti saran dari anggota keluarga dalam keputusan saya beralih ke bank digital syariah.	0,810	0,374	Valid
NS5	Pengaruh orang penting/ <i>influencer</i> untuk beralih dari bank syariah ke bank digital syariah.	0,768	0,374	Valid
NS6	Tingkat motivasi untuk mengikuti saran dari orang penting/ <i>influencer</i> untuk beralih ke bank digital syariah.	0,778	0,374	Valid
NS7	Tekanan sosial yang saya rasakan untuk beralih ke bank digital syariah.	0,888	0,374	Valid

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

NS8	Pengaruh tekanan sosial dari lingkungan sekitar untuk beralih ke bank digital syariah.	0,871	0,374	Valid
BB1	Tingkat waktu dan usaha yang saya butuhkan untuk beralih dari bank syariah ke bank digital syariah.	0,526	0,374	Valid
BB2	Tingkat kesulitan proses pembukaan rekening untuk beralih ke bank digital syariah.	0,780	0,374	Valid
BB3	Tingkat biaya keuangan yang harus saya keluarkan untuk beralih dari bank syariah ke bank digital syariah.	0,787	0,374	Valid
BB4	Pengaruh biaya keuangan terhadap niat saya untuk beralih ke bank digital syariah.	0,785	0,374	Valid
BB5	Tingkat ketidaknyamanan psikologis dan emosional yang saya rasakan untuk beralih ke bank digital syariah.	0,776	0,374	Valid
BB6	Tingkat keraguan saya untuk beralih ke bank digital syariah dipengaruhi oleh hubungan baik yang saya miliki dengan karyawan bank syariah saat ini.	0,584	0,374	Valid
BB7	Tingkat kemudahan dalam memanfaatkan fitur-fitur bank digital syariah yang mungkin berbeda dari bank syariah yang saya gunakan saat ini.	0,614	0,374	Valid
BB8	Tingkat kemudahan dalam menyesuaikan diri dengan teknologi baru yang digunakan oleh bank digital syariah.	0,619	0,374	Valid
NB1	Tingkat harapan saya terhadap manfaat yang akan diperoleh setelah pindah ke bank digital syariah.	0,604	0,374	Valid
NB2	Tingkat harapan saya terhadap keamanan dan privasi yang lebih baik di bank digital syariah.	0,566	0,374	Valid
NB3	Tingkat keinginan saya untuk beralih ke bank syariah yang lebih memanfaatkan teknologi digital.	0,668	0,374	Valid
NB4	Tingkat ketertarikan saya terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank digital syariah.	0,685	0,374	Valid
NB5	Tingkat kesiapan saya untuk beralih ke bank digital syariah	0,825	0,374	Valid

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	dalam waktu dekat.			
NB6	Tingkat keyakinan saya terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh bank digital syariah berdasarkan informasi yang saya dapatkan.	0,790	0,374	Valid
NB7	Tingkat kemungkinan saya untuk memanfaatkan layanan bank digital syariah secara aktif.	0,862	0,374	Valid
NB8	Tingkat kemungkinan saya untuk berhenti menggunakan layanan bank syariah dan sepenuhnya beralih ke bank digital syariah	0,753	0,374	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh, hasil uji validitas instrumen untuk variabel kualitas layanan, kepercayaan, daya tarik alternatif, norma subjektif biaya beralih, dan niat beralih seperti yang diperlihatkan dalam Tabel 3.3, menunjukkan bahwa nilai r hitung melebihi r tabel pada seluruh pernyataan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid dan memenuhi kriteria uji validitas.

Setelah instrumen penelitian dinyatakan valid, perlu dilakukan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi dan keandalan hasilnya. Uji ini dilakukan dengan metode *split-half* pada SPSS Versi 29. Instrumen dianggap reliabel jika koefisien reliabilitasnya tinggi, yakni di atas 0,7. Jika nilai tersebut rendah, instrumen harus direvisi atau dianggap tidak dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian (Ghozali, 2014). Keputusan uji reliabilitas berdasarkan dua kriteria, yaitu:

- Instrumen dianggap reliabel jika nilai koefisien *Guttman split-half* lebih besar dari r tabel.
- Instrumen dianggap tidak reliabel jika nilai koefisien *Guttman split-half* lebih kecil dari r tabel.

Hasil uji reliabilitas akan disajikan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Guttman Split-Half</i>	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	0,867	0,7	Reliabel
Kepercayaan	0,812	0,7	Reliabel
Daya Tarik Alternatif	0,878	0,7	Reliabel

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Norma Subjektif	0,917	0,7	Reliabel
Biaya Beralih	0,836	0,7	Reliabel
Niat Beralih	0,828	0,7	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Guttman split-half* lebih besar dari r tabel untuk semua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian telah melewati uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menyajikan gambaran menyeluruh dan terstruktur mengenai kumpulan data yang diperoleh dalam suatu penelitian. Tujuannya untuk memberikan informasi ringkas dan mudah dipahami tentang karakteristik data, sehingga dapat membantu peneliti dalam memahami pola dan tren yang ada dalam data tersebut. (Ferdinand, 2014). Proses analisis statistik deskriptif umumnya terdiri dari beberapa tahapan, yaitu (Sekaran & Bougie, 2017):

1. Pemeriksaan (*editing*)

Proses pengeditan mencakup verifikasi ulang informasi yang telah diisi oleh responden. Pemeriksaan dilakukan dengan mengevaluasi kelengkapan dan kejelasan pengisian kuesioner secara menyeluruh.

2. Pengkodean (*coding*)

Langkah berikutnya adalah menentukan klasifikasi data melalui proses pengkodean. Pengkodean dilakukan untuk mengelompokkan respon dari sampel ke dalam kategori-kategori tertentu. Proses ini dilakukan dengan memberikan kode pada setiap respon.

3. Pemberian angka (*scoring*)

Penilaian melibatkan pemberian angka pada setiap pilihan berdasarkan preferensi yang dipilih oleh responden. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala semantik diferensial yang telah disesuaikan untuk setiap kategori jawaban.

4. Pembuatan tabel (*tabulating*)

Prose penyajian data melibatkan modifikasi dan penyusunan ke dalam bentuk tabel. Setelah data ditabulasikan, dilakukan verifikasi atau pengujian menggunakan alat pengolah data untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data.

Langkah berikutnya dalam analisis data adalah mengklasifikasikan setiap variabel ke dalam kategori tertentu untuk memudahkan analisis lebih lanjut dalam menjawab hipotesis yang telah dirumuskan. Variabel-variabel ini akan dikelompokkan ke dalam lima kategori yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Menurut Azwar (2012) variabel-variabel tersebut dikategorikan menggunakan rumus berikut:

Tabel 3. 5
Kategori Skor Variabel

Rumus	Kategorisasi
$X \geq M + 1,5 SD$	Sangat Tinggi
$M + 0,5 SD < X < M + 1,5 SD$	Tinggi
$M - 0,5 SD < X < M + 0,5 SD$	Sedang
$M - 1,5 SD < X < M - 0,5 SD$	Rendah
$X \leq M - 1,5 SD$	Sangat Rendah

Sumber: Azwar (2012)

Keterangan:

M : Rata-rata (*mean*)

SD : Standar Deviasi

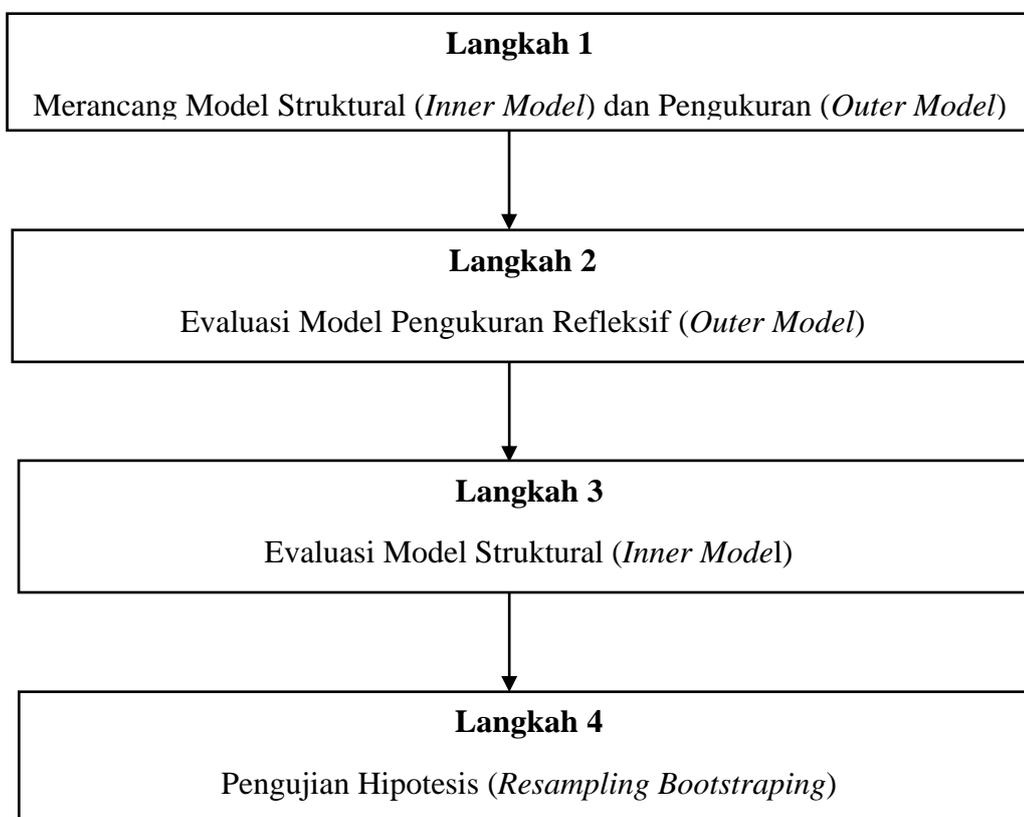
3.7.2 Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* dengan menggunakan *Partial Least Square* (SEM-PLS). *Partial Least Square* (PLS) digunakan sebagai pendekatan alternatif dalam analisis SEM yang tidak memerlukan asumsi akan normalitas multivariat dalam distribusi data.

Metode SEM-PLS digunakan dalam penelitian ini karena SEM PLS memiliki kemampuan prediksi yang tinggi, sesuai dengan tujuan pengembangan teori dan eksplanasi varians dalam penelitian ini. Kemudian, SEM PLS dipilih karena keunggulannya dalam menguji model penelitian yang kompleks yang melibatkan banyak konstruk dan indikator secara bersamaan, meskipun dengan ukuran sampel yang terbatas. Selain itu, SEM-PLS juga memiliki kapasitas untuk

menganalisis variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, serta mempertimbangkan kesalahan dalam pengukuran tersebut (Sholihin & Ratmono, 2021). Pendekatan SEM-PLS memungkinkan penggunaan sampel yang relatif kecil dan tidak memerlukan randomisasi. Oleh karena itu, metode ini mendukung penggunaan pendekatan *non-probabilitas* seperti *purposive sampling*. PLS juga memungkinkan fleksibilitas dalam skala pengukuran, tidak selalu membutuhkan skala interval (Ghozali, 2014).

Pengujian model struktural PLS ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SmartPLS 4*. Berikut meruokan langkah-langkah dalam analisis SEM-PLS menurut Ghozali (2014), dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1
Tahapan Pengujian SEM-PLS

1. Merancang Model Struktural (*Inner Model*) dan Pengukuran (*Outer Model*)

Model struktural atau *inner model* adalah bagian dari penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan teori yang sudah ada. Model persamaan inner ini dapat direpresentasikan sebagai berikut:

$$D = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta.$$

Keterangan:

η adalah vektor variabel laten endogen,

ξ adalah vektor variabel laten eksogen, dan

ζ adalah vektor variabel residu (*unexplained variance*).

Berdasarkan model dalam penelitian ini, berikut persamaannya:

$$NB = \beta_0 + \beta_{KL} + \beta_{KP} + \beta_{DTA} + \beta_{NS} + \zeta.$$

Dalam penelitian ini, model inner didesain sebagai model *recursive* di mana hubungan antara variabel laten dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien yang menghubungkan variabel endogen dan eksogen n ξ dan η sepanjang range indeks i dan b , sementara ζ_j adalah *inner residual variabel*.

Berdasarkan model dalam penelitian ini, berikut persamaannya:

$$NB = \beta_0 + \beta_{KL} + \beta_{KP} + \beta_{DTA} + \beta_{NS} + \beta_{BB} + \zeta.$$

Adapun, variabel laten endogen dalam penelitian ini adalah niat beralih, sedangkan variabel laten eksogennya adalah kualitas layanan, kepercayaan, daya tarik alternatif, dan norma subjektif dengan biaya beralih sebagai variabel moderator.

Selanjutnya, setelah menentukan variabel laten dalam *inner model*, tahapan selanjutnya adalah merancang *outer model*. *Outer model*, atau sering disebut sebagai model pengukuran, menunjukkan hubungan antara indikator dan variabel laten. Penelitian ini menggunakan model indikator refleksif, yang dapat dinyatakan sebagai:

$$\begin{aligned} X &= \Lambda_x \xi + \epsilon_x \\ Y &= \Lambda_y \eta + \epsilon_y \end{aligned}$$

Dimana X dan Y adalah indikator untuk variabel laten eksogen dan endogen, sedangkan Λ_x dan Λ_y adalah *matriks loading* yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya, dan ϵ_x serta ϵ_y adalah kesalahan pengukuran.

Outer model dalam penelitian ini dibangun dengan memanfaatkan indikator yang telah ditentukan sebelumnya, dimana niat beralih dibangun dari 8 item indikator (NB1, NB2, NB3, NB4, NB5, NB6, NB7, NB8), kualitas layanan dari 12 item indikator (KL1, KL2, KL3, KL4, KL5, KL6, KL7, KL8, KL9, KL10,

Widya Nurfadilah, 2024

NIAT BERALIH NASABAH DARI BANK SYARIAH KE BANK DIGITAL SYARIAH: PENDEKATAN PUSH-PULL-MOORING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KL11, KL12), kepercayaan dari 8 item indikator (KP1, KP2, KP3, KP4, KP5, KP6, KP7, KP8), daya tarik alternatif terdiri dari 8 item indikator (DTA1, DTA2, DTA3, DTA4, DTA5, DTA6, DTA7, DTA8), norma subjektif yang dibangun dari 8 item indikator (NS1, NS2, NS 3, NS4, NS5, NS6, NS7, NS8) dan biaya beralih yang dibangun dari 8 item indikator (BB1, BB2, BB3, BB4, BB5, BB6, BB7, BB8)

2. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

Dalam metode *Partial Least Squares* (PLS), tidak diperlukan asumsi tertentu mengenai distribusi data untuk melakukan estimasi parameter, sehingga uji signifikansi parameter tidak diwajibkan. Model pengukuran dalam konteks PLS menggunakan indikator reflektif yang dinilai berdasarkan *convergent* dan *discriminant validity*, serta *composite reliability* untuk blok indikator. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan reliabilitas dan validitas pengukuran yang digunakan, serta sejauh mana indikator-indikator tersebut dapat memprediksi variabel tersembunyi.

- a. *Convergent validity* adalah penilaian terhadap hubungan antara skor item atau skor komponen dengan skor konstruk yang dihitung melalui PLS. Pengukuran reflektif dianggap memadai jika nilai outer loadingnya melebihi 0,70 dengan konstruk yang diukur. Ghazali (2014) menyatakan bahwa nilai *loading* sekitar 0,5-0,6 sudah cukup baik untuk penelitian awal. Kemudian, dilakukan pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk menilai seberapa besar varians yang dijelaskan oleh setiap variabel tersembunyi dalam model reflektif. Nilai AVE yang minimal diharapkan adalah 0,50, menunjukkan bahwa setiap faktor tersembunyi mampu menjelaskan setidaknya setengah dari variasi pada setiap indikator.
- b. *Discriminant validity* melibatkan evaluasi kemampuan blok indikator dalam memprediksi variabel tersembunyi secara berbeda. Hal ini dievaluasi melalui tahapan *cross loading*, *fornell-lacker criterion*, *heterotrait monotrait ratio* (HTMT) dan *reliability*.
- c. Pendekatan pertama untuk mengukur validitas diskriminan adalah *cross loading*. Nilai *cross loading* dari suatu indikator pada variabel yang diukur

harus lebih besar dibandingkan nilai *cross loading* terhadap konstruk lain. Selain itu, nilai *Fornell-Larcker Criterion* mengharuskan model pengukuran reflektif memiliki nilai akar AVE yang lebih besar dibandingkan nilai korelasi antara variabel laten tersebut dengan variabel laten lain dalam model uji yang sama (Kusnendi & Ciptagusta, 2023). Pengujian ini digunakan untuk menentukan korelasi antara variabel laten itu sendiri dan korelasi dengan variabel laten lainnya.

- d. Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT) adalah rasio rata-rata nilai korelasi antar item yang mengukur variabel yang sama. Henseler, Ringle, dan Sarstedt (2015) mengusulkan bahwa validitas diskriminan yang memadai tercapai jika nilai HTMT tidak lebih besar dari 0,90.
- e. *Composite reability* adalah pengujian untuk mengukur konsistensi internal sebuah model pengukuran, dimana nilai yang diharapkan lebih dari 0,70. Uji ini merupakan alternatif dari penggunaan *Cronbach Alpha* dan memberikan hasil yang lebih akurat dalam membandingkan keandalan antara dua atau lebih model pengukuran.

3. Evaluasi Model Struktural

Model struktural atau *inner model* digunakan untuk memastikan bahwa model yang dibangun kuat dan akurat. Evaluasi model ini melibatkan penggunaan *R-square* untuk konstruk dependen, *uji Stone-Geisser Q-square* untuk *predictive relevance* serta uji t dan signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *R-Square* (R^2) untuk variabel laten endogen menunjukkan skor masing-masing 0,67, 0,33, dan 0,19. Skor ini menunjukkan bahwa model diklasifikasikan sebagai "baik", "moderat", dan "lemah". Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Interpretasinya adalah bahwa perubahan nilai *R-Square* digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel laten independen tertentu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel laten dependen.
- b. Analisis Multikolinearitas digunakan untuk memeriksa apakah terdapat multikolinearitas dalam model PLS-SEM, yang dapat ditentukan melalui

nilai toleransi atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi kurang dari 0.20 atau nilai VIF lebih dari 5, maka terdapat indikasi adanya multikolinearitas.

- c. Analisis F^2 untuk mengukur *effect size* dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel laten diprediksi. Nilai F^2 sebesar 0.02, 0.15, dan 0.35 menunjukkan bahwa variabel laten prediktor memiliki pengaruh yang lemah, sedang, atau kuat pada struktur model.
- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model dan estimasi parameternya menghasilkan nilai observasi yang akurat. Jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0, ini menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai yang kurang dari 0 menunjukkan kurangnya *predictive relevance*.
- e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF) dalam SEM-PLS dilakukan secara manual karena tidak disediakan dalam output SmartPLS. Kategori nilai GoF adalah 0.1, 0.25, dan 0.38, yang diklasifikasikan sebagai kecil, sedang, dan besar. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$GOF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

4. Pengujian Hipotesis (*resampling bootstrapping*)

Tahap selanjutnya dalam pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik menggunakan analisis hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan nilai t yang dihitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka hipotesis dapat diterima. Selain itu, untuk menilai uji hipotesis dalam PLS-SEM, nilai *p-value* juga digunakan. Jika nilai *p-value* kurang dari 0,05, maka hipotesis dapat diterima, dan sebaliknya. Pada penelitian ini uji hipotesis yang digunakan yaitu *one tailed* karena sudah diketahui pengaruh positif dan negatif suatu variabel terhadap variabel lain. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya kualitas layanan bank syariah tidak berpengaruh terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

$H_a : \beta < 0$, artinya kualitas layanan bank syariah berpengaruh negatif terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta = 0$, artinya kepercayaan terhadap bank syariah tidak berpengaruh terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

$H_a : \beta < 0$, artinya kepercayaan terhadap bank syariah berpengaruh negatif terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta = 0$, artinya daya tarik alternatif bank digital syariah tidak berpengaruh terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

$H_a : \beta > 0$, artinya daya tarik alternatif bank digital syariah berpengaruh positif terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

d. Hipotesis Keempat

$H_0 : \beta = 0$, artinya norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah

$H_a : \beta > 0$, artinya norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

e. Hipotesis Kelima

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya biaya beralih tidak memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

$H_a : \beta > 0$, artinya biaya beralih memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

f. Hipotesis Keenam

$H_0 : \beta = 0$, artinya biaya beralih tidak memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

$H_a : \beta > 0$, artinya biaya beralih memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

g. Hipotesis Ketujuh

$H_0 : \beta = 0$, artinya biaya beralih tidak memoderasi pengaruh daya tarik alternatif terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.

$H_a : \beta > 0$, artinya biaya beralih memoderasi pengaruh daya tarik alternatif terhadap niat beralih nasabah bank syariah ke bank digital syariah.