

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen, moderator, dan endogen. Variabel eksogen meliputi kepuasan nasabah (X1), kualitas layanan (X2), dan kepercayaan (X3). Selanjutnya, *corporate social responsibility* (Z) sebagai variabel moderator serta loyalitas nasabah (Y) sebagai variabel endogen.

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan syariah di Bandung Raya yang minimal dalam satu tahun terakhir memiliki rekening di bank syariah. Subjek ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap tepat dan dapat membantu peneliti dalam menginterpretasikan dan menganalisis pengaruh variabel yang di uji. Subjek yang tepat akan membantu peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian agar tujuan penelitian tercapai.

Keputusan untuk memilih wilayah Bandung Raya didasarkan pada jumlah nasabah perbankan syariah di Provinsi Jawa barat yang merupakan terbanyak di Indonesia. Hal ini tergambar dari jumlah total jaringan kantor perbankan syariah terbanyak tersebar di Jawa Barat. Bandung Raya dipilih karena merupakan penyumbang terbanyak untuk total aset gross, pembiayaan, maupun Dana Pihak Ketika (DPK) di Jawa Barat (OJK, 2024a). Selanjutnya, periode penyebaran kuesioner dilaksanakan pada 29 Juli – 4 September 2025.

3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode kausalitas. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penggunaan angka-angka melalui instrumen penelitian yang digunakan untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti (Syahroni, 2022). Kemudian, metode kausalitas dipilih untuk menganalisis pengaruh antar variabel untuk menarik sebuah kesimpulan (Ferdinand, 2014).

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu kerangka kerja yang disusun secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Desain penelitian yang adalah deskriptif dan kausalitas. Desain penelitian deskriptif dipilih untuk menjawab pertanyaan pertama yaitu untuk memberikan gambaran aktual terkait variabel penelitian. Selain itu, desain penelitian kausalitas digunakan untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan ke-2 sampai ke-7 terkait hasil analisis pengaruh antar variabel penelitian (Ferdinand, 2014).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pada sub bab ini, akan dijelaskan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kepuasan (X1), kualitas layanan (X2), kepercayaan (X3), *corporate social responsibility* (Z) dan loyalitas nasabah (Y). Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
1	Kepuasan nasabah (X1) diartikan sebagai respon perasaan pelanggan terhadap pengalaman yang mereka terima setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa. (Oliver, 1980).	Memenuhi harapan (Lacap et al., 2021)	Tingkat pemenuhan yang responen dapatkan dari ekspektasinya terhadap perbankan syariah	Interval
		Memiliki pengalaman layanan yang menyenangkan (Fianto et al., 2020)	Tingkat pengalaman yang responen dapatkan selama menjadi nasabah di perbankan syariah	
		Merasa puas dengan keputusan yang diambil (Fianto et al., 2020)	Tingkat pengambilan keputusan responen ketika memilih perbankan syariah sebagai pilihan yang tepat	
2	Kualitas Layanan (X2) merujuk pada sejauh mana perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap	Merasa puas dengan kualitas yang ditawarkan mitra (Latif et al., 2020)	Tingkat kepuasan responen atas pelayanan yang diterima	
		Responsivitas (Parasuraman et al., 1988)	Tingkat keramahan tamahan yang responen terima selama mendapatkan layanan di perbankan syariah	Interval

No	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
	layanan yang diterima (Parasuraman et al., 1988).	Empati (Parasuraman et al., 1988)	Tingkat kemampuan perbankan syariah yang responden rasakan dalam memahami dan merasakan kebutuhannya	
		Jaminan & Kepastian (Parasuraman et al., 1988)	Tingkat jaminan dan kepastian yang responden terima selama menjadi nasabah di perbankan syariah	
		Profesionalisme, dedikasi, dan pendekatan yang baik (Asnawi et al., 2020)	Tingkat kualitas pelayanan karyawan yang responden terima selama menjadi nasabah di perbankan syariah	
3	Kepercayaan (X3) merupakan bentuk kesediaan untuk mengandalkan mitra dalam suatu hubungan pertukaran yang dianggap dapat dipercaya (Morgan & Hunt, 1994).	Persepsi integritas (Juliana et al., 2023)	Tingkat konsistensi yang responden terima selama menjadi nasabah di perbankan syariah	Interval
		Persepsi keterbukaan (Juliana et al., 2023)	Tingkat transparansi yang responden dapatkan selama menjadi nasabah di perbankan syariah	
		Dapat dipercaya (Raza et al., 2020)	Tingkat kepercayaan responden terhadap berbagai aspek di perbankan syariah	
		Menunjukkan sikap hangat dan penuh perhatian (Santini et al., 2024)	Tingkat kepedulian yang responden terima selama menjadi nasabah di perbankan syariah	
4	Corporate Social Responsibility (Z) mengacu pada tanggung jawab sosial perusahaan untuk berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan lingkungan sekitar (Carroll, 1999).	CSR terhadap Masyarakat (Turker, 2009)	Tingkat kepedulian sosial perbankan syariah terhadap permasalahan dan kegiatan kemasyarakatan di lingkungan sekitar	Interval
		Tanggung jawab etis (Carroll, 1991)	Tingkat penerapan nilai etika dan prinsip syariah dalam aktivitas serta pelayanan perbankan syariah	
		Tanggung jawab filantropi (Carroll, 1991)	Tingkat keterlibatan perbankan syariah dalam kegiatan sosial,	

No	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
			zakat, infaq, dan program kesejahteraan masyarakat	
	CSR terhadap pelanggan (Carroll, 1991)	Tingkat upaya perbankan syariah dalam menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pelanggannya		
5	Loyalitas Nasabah (Y) merupakan komitmen pelanggan yang mendalam terhadap merek yang tercemin dalam pembelian berulang atau kecenderungan untuk memilih merek atau produk tersebut dibandingkan dengan pesaingnya (Kotler & Keller, 2016).	<p>Pembelian ulang (Griffin, 2005)</p> <p>Merefrensiikan kepada orang lain (Griffin, 2005)</p> <p>Keyakinan bahwa produk tertentu adalah yang terbaik, Tjiptono (dalam Sangadji, 2013)</p> <p>Menjadikan mitra sebagai pilihan pertama (Muflih, 2021)</p>	<p>Tingkat pembelian ulang yang akan responden lakukan terhadap perbankan syariah</p> <p>Tingkat keinginan responden untuk merefrensiikan perbankan syariah kepada orang lain</p> <p>Tingkat keyakinan responden bahwa produk dan layanan di perbankan syariah merupakan yang terbaik</p> <p>Tingkat keputusan responden untuk selalu setia menjadikan perbankan syariah yang paling utama</p>	Interval

Sumber: Diolah penulis (2025)

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan syariah di Bandung Raya yang telah menjadi nasabah minimal selama satu tahun yang jumlahnya belum diketahui saat ini. Sementara itu, sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi tersebut. Kemudian, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Jenis ini dipilih karena sampel memiliki batasan-batasan pada kriteria tertentu sesuai dengan yang telah ditentukan oleh peneliti (Ferdinand, 2014).

Adapun kriteria responden yang diperlukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nasabah perbankan syariah (minimal sudah satu tahun terakhir)
2. Berdomisili di Bandung Raya
3. Mengetahui adanya program CSR di perbankan syariah

Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, dan peneliti juga tidak mempunyai kemampuan untuk menentukan jumlah tersebut secara akurat. Oleh karena itu, untuk penentuan jumlah sampel akan dilakukan dengan menggunakan rumus Hair Jr. et al. (2021) sebagai berikut:

1. 10x jumlah terbesar dari indikator formatif mengukur satu kontruksi atau
2. 10x jumlah terbesar jalur structural yang diarahkan pada kontruksi tertentu dalam model structural, atau dapat digambarkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Vn = Jumlah indikator setiap variabel

n = Ukuran sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kepuasan, kualitas layanan, kepercayaan, *corporate social responsibility*, dan loyalitas nasabah masing-masing memiliki empat indikator, sehingga minimal jumlah sampelnya diperoleh sebagai berikut:

$$(4 + 4 + 4 + 4 + 4) \times 10 = 200$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Hair Jr. et al. (2021), maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 sampel.

Penelitian ini difokuskan pada lima wilayah di Bandung Raya, yaitu Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi dan Kabupaten Sumedang. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada jumlah nasabah perbankan syariah di Provinsi Jawa barat yang merupakan terbanyak di Indonesia. Hal ini tergambar dari jumlah total jaringan kantor perbankan syariah terbanyak tersebar di Jawa Barat. Sedangkan, Bandung Raya dipilih karena merupakan penyumbang terbanyak untuk total aset gross, pembiayaan, maupun Dana Pihak Ketika (DPK) di Jawa Barat (OJK, 2024a).

Kemudian, untuk pembagian kebutuhan responden di setiap wilayah ditentukan berdasarkan data jumlah masyarakat Muslim di Bandung Raya yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS). Keputusan ini diambil karena data

pasti mengenai jumlah nasabah perbankan syariah di Bandung Raya tidak tersedia, maka peneliti menggunakan jumlah penduduk Muslim sebagai pendekatan distribusi populasi. Asumsi ini digunakan karena perbankan syariah umumnya ditujukan bagi masyarakat Muslim, sehingga penyebaran penduduk Muslim dapat dianggap mewakili potensi persebaran nasabah perbankan syariah.

Pembagian sebaran kebutuhan responden di setiap wilayah dihitung menggunakan hitungan matematika dasar yang disesuaikan dengan jumlah masyarakat Muslim di lima wilayah Bandung Raya. Melalui Tabel 3.2 di bawah ini penulis menyajikan jumlah masyarakat Muslim dan jumlah kebutuhan responden yang diperlukan di setiap wilayahnya.

Tabel 3.2
Kebutuhan Responden di Setiap Wilayah

No	Wilayah	Jumlah Masyarakat Muslim	Kebutuhan Responden
1	Kota Bandung	2.371.057	49
2	Kab. Bandung	3.675.094	77
3	Kab. Bandung Barat	1.817.590	38
4	Kota Cimahi	543.114	11
5	Kab. Sumedang	1.200.123	25
		9.606.978	200

Sumber: BPS, diolah penulis (2025)

Distribusi jumlah responden per wilayah disusun secara proporsional berdasarkan jumlah masyarakat Muslim di masing-masing wilayah. Meskipun penelitian ini menargetkan nasabah, data jumlah masyarakat Muslim digunakan sebagai estimator populasi nasabah, mengingat keterbatasan akses terhadap data populasi nasabah perbankan syariah di Bandung Raya secara resmi.

Setelah penulis melakukan pengumpulan data, data *final* yang penulis gunakan adalah sebanyak 250 responden dengan sebaran data sebagai berikut:

Tabel 3.3
Jumlah Responden Final di Setiap Wilayah

No	Wilayah	Kebutuhan Responden	Jumlah Responden Final
1	Kota Bandung	49	114
2	Kab. Bandung	77	64
3	Kab. Bandung Barat	38	29
4	Kota Cimahi	11	18
5	Kab. Sumedang	25	25
		200	250

Sumber: Diolah penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 3.3, terdapat dua wilayah yang tidak memenuhi kebutuhan responden yang telah ditentukan yaitu wilayah Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Namun, jumlah data yang didapatkan mendekati dan melebihi setengah dari total kebutuhan yang artinya jumlah sampel responden dianggap sudah mewakili kedua wilayah tersebut.

3.6 Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa angket atau kuesioner. Instrumen tersebut berupa serangkaian pernyataan yang nantinya dijawab oleh responden melalui *google form* yang disebarluaskan melalui media sosial. Adapun skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala numerik yang menurut Sekaran & Bougie (2016) sebagai berikut:

Tabel 3.4
Skala Numerik

Pernyataan Kiri	Rentang Jawaban							Pernyataan Kanan
Rendah	1 2 3 4 5 6 7							Tinggi
Tidak Setuju	1 2 3 4 5 6 7							Setuju
Buruk	1 2 3 4 5 6 7							Baik

Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

Dalam penelitian yang menggunakan skala numerik ini, jawaban dari setiap pernyataan yang tercantum dalam kuisioner akan dipisahkan oleh garis kontinu yang dimulai dari angka 1 di sebelah kiri hingga 7 di sebelah kanan.

3.6.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuisioner yang disebarluaskan dalam bentuk *google form* melalui media sosial yang meliputi WhatsApp dan Facebook dengan target orang-orang terdekat penulis yang berpeluang menjadi nasabah di bank syariah. Kemudian Instagram melalui akun yang menjadi *follower* bank-bank syariah di Bandung Raya serta komunitas-komunitas maupun alumni-alumni kampus dengan jurusan ekonomi atau keuangan syariah di Bandung Raya, dll. serta disebarluaskan juga secara lansung (*offline*) dengan menyambangi kantor-kantor cabang bank syariah yang tersebar di Bandung Raya.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *Partial Least Square-Struktural Equation Modelling* (PLS-SEM). Analisis deskriptif digunakan untuk mencari jawaban dari pertanyaan penelitian pertama. Sedangkan, analisis SEM-PLS digunakan untuk mencari jawaban dari pertanyaan penelitian ke-2 hingga ke-7.

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian sebagai alat pengukur dapat mengukur fenomena yang sedang diteliti (Ferdinan, 2014). Adapun ketentuan untuk menentukan apakah instrumen dalam penelitian ini tergolong valid atau tidak adalah dengan membandingkan *corrected item total correlation* atau nilai r hitung dengan nilai r tabel, dengan ketentuan apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan pada instrumen penelitian dinyatakan valid, tetapi apabila r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan pada instrumen penelitian dinyatakan tidak valid (Gunawan & Sunardi, 2016).

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

No.	R Hitung	R Tabel	Keterangan
K1	0.667	0.361	Valid
K2	0.498	0.361	Valid
K3	0.679	0.361	Valid
K4	0.649	0.361	Valid
K5	0.670	0.361	Valid
K6	0.728	0.361	Valid
K7	0.756	0.361	Valid
K8	0.718	0.361	Valid
KL1	0.83	0.361	Valid
KL2	0.749	0.361	Valid
KL3	0.773	0.361	Valid
KL4	0.159	0.361	Tidak Valid
KL5	0.815	0.361	Valid
KL6	0.806	0.361	Valid
KL7	0.853	0.361	Valid
KL8	0.881	0.361	Valid
KP1	0.666	0.361	Valid
KP2	0.252	0.361	Tidak Valid
KP3	0.851	0.361	Valid
KP4	0.857	0.361	Valid
KP5	0.857	0.361	Valid

No.	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KP6	0.788	0.361	Valid
KP7	0.823	0.361	Valid
KP8	0.848	0.361	Valid
CSR1	0.876	0.361	Valid
CSR2	0.791	0.361	Valid
CSR3	0.786	0.361	Valid
CSR4	0.873	0.361	Valid
CSR5	0.857	0.361	Valid
CSR6	0.857	0.361	Valid
CSR7	0.797	0.361	Valid
CSR8	0.768	0.361	Valid
LN1	0.864	0.361	Valid
LN2	0.844	0.361	Valid
LN3	0.847	0.361	Valid
LN4	0.638	0.361	Valid
LN5	0.854	0.361	Valid
LN6	0.854	0.361	Valid
LN7	0.810	0.361	Valid
LN8	0.865	0.361	Valid

Sumber: Hasil Pengujian SPSS (2025)

Butir pernyataan yang tidak memenuhi kriteria validitas sebaiknya dihilangkan karena dianggap tidak mempresentasikan indikator maupun variabel yang diukur. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menghapus *item* pernyataan KL4 dan KP2. Setelah itu penulis melakukan kembali uji validitas dengan hasil yang ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian Setelah Item Tidak Valid Dihapus

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
K1	0.667	0.361	Valid
K2	0.498	0.361	Valid
K3	0.679	0.361	Valid
K4	0.649	0.361	Valid
K5	0.670	0.361	Valid
K6	0.728	0.361	Valid
K7	0.756	0.361	Valid
K8	0.718	0.361	Valid
KL1	0.83	0.361	Valid
KL2	0.749	0.361	Valid
KL3	0.773	0.361	Valid
KL5	0.815	0.361	Valid
KL6	0.806	0.361	Valid
KL7	0.853	0.361	Valid
KL8	0.881	0.361	Valid
KP1	0.666	0.361	Valid

No.	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KP3	0.851	0.361	Valid
KP4	0.857	0.361	Valid
KP5	0.857	0.361	Valid
KP6	0.788	0.361	Valid
KP7	0.823	0.361	Valid
KP8	0.848	0.361	Valid
CSR1	0.876	0.361	Valid
CSR2	0.791	0.361	Valid
CSR3	0.786	0.361	Valid
CSR4	0.873	0.361	Valid
CSR5	0.857	0.361	Valid
CSR6	0.857	0.361	Valid
CSR7	0.797	0.361	Valid
CSR8	0.768	0.361	Valid
LN1	0.864	0.361	Valid
LN2	0.844	0.361	Valid
LN3	0.847	0.361	Valid
LN4	0.638	0.361	Valid
LN5	0.854	0.361	Valid
LN6	0.854	0.361	Valid
LN7	0.810	0.361	Valid
LN8	0.865	0.361	Valid

Sumber: Hasil Pengujian SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 3.6, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam angket kuesioner telah dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung dari setiap pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel nya.

3.7.2 Uji Realibilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilaksanakan untuk menguji seberapa jauh instrumen penelitian dapat menampilkan hasil yang konsisten ketika dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2014). Penentuan apakah instrumen penelitian ini reliabel atau tidak adalah dengan melihat nilai koefisien *Cronbach's Alpha*, di mana ketika koefisien yang dihasilkan dari setiap variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,677$ maka dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian konsisten dalam mengukur atau memenuhi syarat reliabel (Ghozali, 2021).

Tabel 3.7
Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah	0.791	0.677	Reliabel
Kualitas Layanan	0.826	0.677	Reliabel
Kepercayaan	0.878	0.677	Reliabel
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.932	0.677	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0.931	0.677	Reliabel

Sumber: Hasil Pengujian SPSS (2025)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 3.7, seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* yang melebihi nilai r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

3.7.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari jawaban dari pertanyaan pertama yaitu bagaimana tingkat kepuasan, tingkat kualitas layanan, tingkat kepercayaan dan *corporate social responsibility* dalam menciptakan loyalitas nasabah pada perbankan syariah. Berikut merupakan tahapan dalam menyiapkan data untuk dilakukan analisis statistik deskriptif. Tahapan yang dilakukan untuk mengolah data menggunakan analisis deskriptif secara umum adalah sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2016):

1. Tahap *Editing*, pada tahapan ini data dari hasil kuisioner akan diperiksa untuk mencari tahu kelengkapan dan kejelasan jawaban dari responden secara menyeluruh.
2. Tahap *Coding*, pada tahap ini jawaban dari responden pada kuisioner akan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori yang nantinya akan diberi tanda atau kode angka yang telah dibuat untuk memudahkan pengolahan data.
3. Tahap *Scoring*, pada tahap ini pemberian skor dilakukan terhadap setiap opsi dari item yang dipilih oleh responden. Pemberian skor dilakukan dengan menghitung bobot nilai dari setiap pernyataan yang disajikan dalam kuisioner yang bobotnya disesuaikan dengan kategori jawaban.
4. Tahap *Tabulating*, pada tahap ini data akan diubah dari yang awalnya berbentuk instrumen pengumpulan data menjadi tabel-tabel data.

Proses selanjutnya adalah proses kategorisasi yang dibuat berdasarkan tahapan-tahapan yang telah ditetapkan oleh Siregar (2013) dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Proses analisis dilakukan sebagai berikut:

- Menentukan jumlah Skor Kriterium (SK)

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan:

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi (Nilai tertinggi pada skala yang digunakan)

JB = Jumlah Bulir/Pertanyaan

JR = Jumlah Responden

- Memeriksa Perbandingan Jumlah Skor dengan Skor Kriterium

Jumlah skor yang diperoleh dari angket dibandingkan dengan skor kriterium untuk mengevaluasi kecenderungan responden dengan rumus berikut:

$$\sum X_1 = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

Keterangan:

X_1 = Jumlah skor hasil angket variabel X

$X_1 - X_n$ = Jumlah skor masing-masing responden

- Membuat Daerah Kontinum

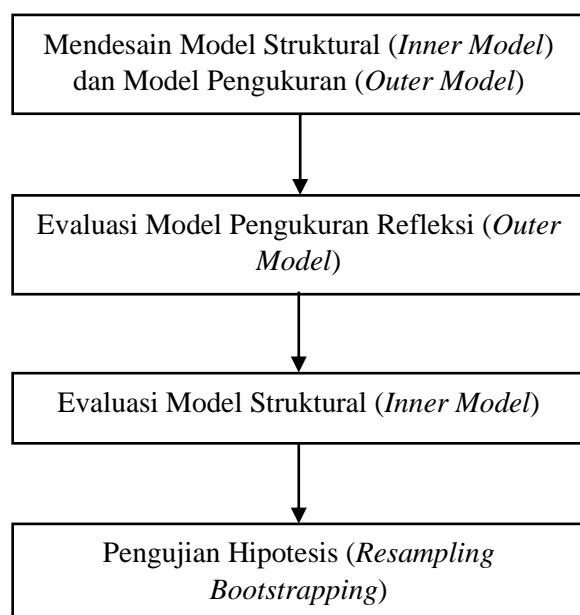
- Menentukan skor kontinum tertinggi dan terendah
- Menghitung selisih skor kontinum (R) dari setiap tingkatan dengan rumus:

$$R = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{5}$$

- Selanjutnya menentukan tingkatan daerah, seperti: kontinum sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi dengan cara menambahkan selisih (R) dari mulai kontinum sangat tinggi sampai sangat rendah.

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

Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Model* (SEM-PLS) digunakan pada penelitian ini. SEM-PLS dipilih karena kemampuan teknik analisisnya dalam hubungan kausalitas serta memiliki kemampuan prediksi yang lebih baik karena dapat menganalisis sampai pada tingkatan terdalam suatu variabel yang sedang diteliti (Santoso & Indrajaya, 2023). Adapun tahapan analisis data dengan menggunakan metode SEM-PLS adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Tahapan Pengujian PLS-SEM

Sumber: (Ghozali, 2021)

1. Mendesain Model Struktural (*Inner Model*) & Model Pengukuran (*Outer Model*)

Mendesain model struktural (*Inner model*) artinya menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansif. Dilakukan dengan memberikan gambaran korelasi antar variabel laten pada PLS yang berbasis pada hipotesis penelitian (Irwan & Adam, 2015). Sedangkan, mendesain model pengukuran (*outer model*) dilakukan dengan memberikan gambaran hubungan antara variabel laten dengan indikatornya.

Outer model didesain berdasarkan indikator indikator yang telah dijelaskan sebelumnya. Untuk variabel endogen loyalitas nasabah perbankan syariah dibangun oleh empat indikator (LN1, LN3, LN5, LN8). Untuk variabel eksogen kepuasan nasabah dibangun oleh empat indikator (K1, K4, K5, K7), variabel eksogen kualitas layanan dibangun oleh empat indikator (KL1, KL3, KL5, KL7), variabel kepercayaan nasabah dibangun oleh empat indikator (KN1, KN3, KN6, KN7), dan variabel moderasi *corporate social responsibility* dibangun oleh empat indikator (CSR1, CSR4, CSR5, CSR8).

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

Model ini menggambarkan hubungan antara setiap blok indikator dengan variabel latennya (Abdillah & Hartono, 2015). Hal tersebut dilakukan untuk memverifikasi apakah pengukuran yang diamati layak digunakan (bervaliditas dan reliabilitas).

- a. *Convergent Validity*, bertujuan untuk mengukur korelasi variabel laten terhadap setiap indikator. Hal tersebut data dilihat melalui nilai *loading factors* dari masing-masing indikator variabel. Adapun nilai *loading factors* 0,5 – 0,6 dapat dianggap cukup baik untuk penelitian tahap awal (Hair Jr. et al., 2021).
- b. *Discriminant Validity*, bertujuan untuk memastikan apakah setiap indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan variabel latennya dibandingkan dengan variabel lain. Dengan melihat *cross loading* > 0,70 atau nilai akar AVE (*Fornell-Loaker Criterion*) masing-masing variabel lebih besar dibandingkan dengan variabel lain, maka *discriminant validitas*-nya terpenuhi (Ghozali, 2023).
- c. *Average Variance Extracted* (AVE), yaitu uji untuk menilai rata-rata *communality* tiap variabel laten. Nilai AVE yang diharapkan ialah > 0,5 yang menunjukkan bahwa variabel laten mampu menjelaskan setiap indikator lebih dari setengah varians (Ghozali, 2023).
- d. *Composite Reliability*, bertujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah instrument mengukur variabel laten secara akurat dan konsisten yang

kemudian dapat dilihat melalui nilai *composite reliability* di atas 0,6 sampai 0,7 (Ghozali, 2023; Hair Jr. et al., 2021).

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* atau model struktural dilakukan dengan menganalisis *variance inflation factor* (VIF), *R-square*, *F-Square*, *Q-square*, dan *Model Fit*. Adapun penjelasan analisis tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas atau hubungan yang sangat tinggi dalam suatu model. Jika nilai $VIF > 5$, maka menunjukkan adanya multikolinearitas yang signifikan. Sebaliknya, jika nilai $VIF < 5$, maka indikasi multikolinearitas rendah dan dapat diabaikan.
- b. Analisis *R-square* (R^2) dilakukan untuk variabel laten endogen, di mana nilai *R-square* sebesar 0.75 termasuk kategori kuat, *R-square* sebesar 0.50 termasuk kategori moderat, dan *R-square* 0.25 termasuk kategori lemah.
- c. Analisis *F-square* (F^2) dilakukan untuk mengetahui level prediktor variabel laten, di mana nilai *F-square* sebesar 0.02 menunjukkan bahwa pengaruh prediktor variabel pada tingkat struktural termasuk lemah, *F square* sebesar 0.15 menunjukkan bahwa pengaruh prediktor variabel pada tingkat struktural termasuk medium, dan *F-square* sebesar 0.35 menunjukkan bahwa pengaruh prediktor variabel pada tingkat struktural termasuk besar.
- d. Analisis *Q-square Predictive Relevance* dilakukan untuk mengukur seberapa baik nilai *predictive relevance* yang dihasilkan, di mana nilai *Q-square* > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, dan nilai *Q-square* < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Nilai *Q-square predictive relevance* sebesar 0.02 termasuk model lemah, *Q-square predictive relevance* sebesar 0.15 termasuk model moderat, *Q-square predictive relevance* sebesar 0.35 termasuk model kuat.

- e. Analisis *model fit* dilakukan untuk mencari tahu kesesuaian sebuah model. Analisis model ini dapat dilakukan dengan melihat nilai Chi-square, NFI, (*Normed Fit Index*), dan SRMR (*Standarized Root Mean Residual*).

4. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Langkah berikutnya dalam pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka hipotesis diterima. Selain itu, pengujian hipotesis dalam PLS-SEM juga dapat dilihat dari nilai *p-value*, di mana hipotesis diterima jika *p-value* lebih kecil dari 0,05. Berikut ini adalah rumusan hipotesis yang diajukan.

a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

$H_1 : \beta > 0$, artinya tingkat kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

$H_1 : \beta > 0$, artinya tingkat kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

$H_1 : \beta > 0$, artinya tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

d. Hipotesis Keempat

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat *corporate social responsibility* tidak memoderasi pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

$H_1 : \beta > 0$, artinya tingkat *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

e. Hipotesis Kelima

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat *corporate social responsibility* tidak memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

$H_1 : \beta > 0$, artinya tingkat *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

f. Hipotesis Keenam

$H_0 : \beta = 0$, artinya tingkat *corporate social responsibility* tidak memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah

$H_1 : \beta > 0$, artinya tingkat *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah