

BAB III

OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel *Sharia Governance* (X_1) kemudian variabel reputasi (X_2) sebagai variabel bebas (*independent variabel*), sedangkan variabel kepercayaan nasabah (Y) merupakan variabel terikat (*dependent variable*). Subjek yang akan diteliti adalah nasabah BJB Syariah KCP Kota Cimahi. Peneliti hanya mengambil sampel sebesar 210 responden berdasarkan perhitungan rumus Harun Al-Rasyid.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Notohadiprawiro (Notohadiprawiro, 2006) metode merupakan suatu kerangka kerja untuk melakukan suatu tindakan atau suatu kerangka berpikir menyusun gagasan yang beraturan, berarah, sesuai dengan konteks dan relevan dengan maksud dan tujuan. Berdasarkan pada masalah yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *exploratori*.

Penelitian eksploratori adalah untuk menguji antar variabel yang dihipotesiskan penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis ini menggambarkan hubungan antara dua variabel, untuk mengetahui apakah variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya (A Sani, 2013). Metode ini bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti perilaku individu atau kelompok dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi. Regresi merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel (Hasan, 2002). Adapun regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis ada atau tidaknya korelasi *sharia corporate governance* dan reputasi terhadap kepercayaan nasabah bank syariah.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja penelitian untuk bisa menjelaskan secara keseluruhan. Desain penelitian dalam penelitian ini adalah desain *explanatory* karena bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar dua atau lebih variabel. sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *shariah governance* dan reputasi terhadap kepercayaan nasabah bank syariah.

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah pemberian arti pada suatu konsep dengan menspesifikasikan (menetapkan dan merinci) usaha yang diperlukan untuk pengukurannya (Juanda, 2009). Pentingnya landasan teori dalam operasional variabel ini adalah untuk menjamin validitas isi dari instrument yang akan dikembangkan. Variabel penelitian itu sendiri dikembangkan dari teori, dimana variabel itu dibentuk oleh dimensi. Dimensi itu dibentuk oleh indikator- indikator penelitian dan indikator penelitian dibentuk oleh item (Agung, 2012). Operasional variabel dalam penelitian ini akan di jelaskan pada Tabel 3.5 sebagai berikut.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel X ₁				
No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	<i>Sharia governance</i> adalah suatu sistem, peraturan, dan proses yang digunakan untuk mewujudkan budaya kepatuhan dalam mengelola resiko perbankan Islam serta memonitoring, mengatur, dan mendorong kinerjanya secara efisien agar menghasilkan nilai tambah yang berkesinambungan bagi <i>stakeholders</i> dalam jangka panjang yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Junusi (2012))	Transparansi	<ul style="list-style-type: none">• Kemudahan akses informasi layanan• Penyampaian informasi layanan jelas• penyampaian informasi layanan tepat waktu dan memadai	Interval
		Akuntabilitas	<ul style="list-style-type: none">• Penyampaian informasi layanan akurat• Kelengkapan informasi layanan• kebijakan yan diambil bank di informasikan ke publik• Kebijakan Bank konsisten dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku	Interval
		Responsibilitas	<ul style="list-style-type: none">• Bank taat pada peraturan perundang-undangan yang berlaku• Bank peduli akan masyarakat dan lingkungan sekitar• Bank bertanggungjawab pada layanan yang diberikan nasabah	Interval

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		Kemandirian	<ul style="list-style-type: none"> • Bank melindungi semua kepentingan nasabah • Bank selalu bersikap objektif dalam pengambilan keputusan 	Interval
		Keadilan	<ul style="list-style-type: none"> • Semua kepentingan nasabah diperlakukan sama • Bank memberikan kesempatan untuk memberikan masukan ataupun kritikan • Keluhan nasabah ditindaklanjuti oleh bank 	Interval
		<i>Shariah Compliance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada riba, gharar, Maisyir dalam transaksi • menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal • Menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah • Pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah yang amanah 	Interval
Variabel X₂				
2	Reputasi adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon pelanggan terhadap produk atau jasa Aaker dan Keller dalam Sulistriani (2008)	Kompetensi perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan (karyawan bank melakukan tugas sesuai dengan bidangnya) • Keterampilan (karyawan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang dieberika oleh perusahaan) • Sikap(karyawan melaksanakan tugasnya sesuai dengan peraturan perusahaan) 	Interval
		Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan • Kebaikan Hati • Integritas 	Interval
		Pengalaman perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> • Lama waktu / Masa Kerja • Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki • Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan 	Interval
		Keunggulan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Harga (bank mempunyai keunggulan bersaing apabila bank mampu untuk bersaing melawan pesaing untuk memberikan harga yang lebih murah) • Kualitas (bank mempunyai keunggulan bersaing apabila bank dapat memberikan kualitas produk dan kinerja yang dapat memberikan nilai yang lebih tinggi untuk konsumen) 	Interval

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Delivery Dependability</i> (bank mampu memenuhi permintaan pelanggannya secara tepat, baik dalam hal jumlah, jenis produk dan waktu) • Inovasi Produk (bank mampu memperkenalkan produk atau fitur baru ke masyarakat) • <i>Time To Market</i> (bank mampu memperkenalkan produk barunya kepada masyarakat lebih cepat dari pesaingnya) 	
Variabel Y				
3	Kepercayaan (<i>trust</i>) secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan <i>relationship</i> suatu perusahaan. Tanpa adanya kepercayaan atau <i>relationship</i> makaperusahaan tidak akan bertahandalam jangka waktu yang panjang (Rosidah, 2011).	Kemampuan (<i>Ability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Bank mampu myediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain • Nasabah memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari bank dalam melakukan transaksi 	Interval
		Kebaikan hati (<i>Benevolence</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Bank mampu memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antar bank dan nasabah • Bank tidak hanya mencari keuntungan semata tapi melainkan juga memiliki perhatian besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen 	Interval
		Integritas (<i>Integrity</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi yang diberikan kepada nasabah adalah benar dan sesuai dengan fakta • Kualitas produk yang di tawarkan dapat dipercaya 	Interval

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjad kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Alma, 2012). Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan cabang BJB Syariah KCP Cimahi Populasi dalam penelitian ini berukuran 4.863 orang pada tahun 2018 (Cahyadi, 2018).

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Dengan meneliti sampel, seorang peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk seluruh populasinya (Ferdinand, 2014). Jenis teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah proses pemilihan sampel dalam cara tertentu yang didalamnya terdapat semua elemen dalam populasi yang di definisikan mempunyai kesempatan yang sama, bebas, dan seimbang dipilih menjadi sampel. Mengingat jumlah populasinya diketahui, maka rumus penentuan sampel yang digunakan yaitu “*simple random sampling*” dan dengan rumus Harun Al-Rasyid sebagai berikut (Al-Rasyid, 1994) :

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

Dimana :

$$n_o = \left[\frac{z \left(1 - \frac{a}{2} \right) s}{\delta} \right]^2$$

N = Populasi

n = Ukuran sampel

n_o = Banyak sampel yang diambil

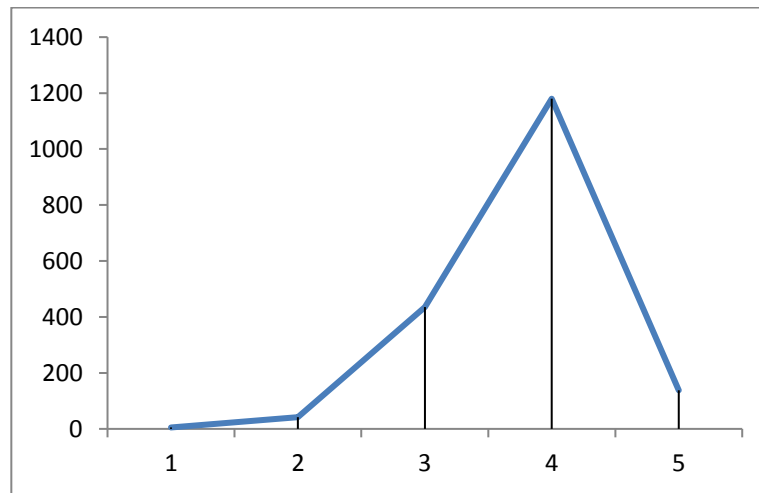
s = simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir / dikehendaki sebesar 5 %

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada disitu sebagai berikut ;

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item = 45
- c. Nilai tertinggi skor responden : $(45 \times 5) = 225$
- d. Nilai terendah skor responden : $(45 \times 1) = 45$
- e. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah = 180
- f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi standar deviation) diperoleh : $S = (0,21)(180) = 37,8$

Diperoleh $S = (0,21 R)$ berdasarkan pengamatan dari hasil responden yang telah menjawab kuesioner yang berskala 1 – 5, bahwa responden menjawab berpola miring ke kiri



Gambar 3.1 Kurva Distribusi

- g. Dengan derajat kepercayaan 95% dimana $\alpha = 5\%$

$$z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = z_{0,975} = 1,96$$

(Lihat tabel Z, yaitu tabel normal baru akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 lebih dahulu, yaitu :

$$n_o = \left[\frac{z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right)S}{\delta} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(37,8)}{0,05} \right]^2 = \left[\frac{74,088}{0,05} \right]^2 = [1.481,76]^2 = 219,5 \approx 220$$

Nilai n_0 sudah diketahui yaitu sebesar 220, setelah itu kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

Setelah itu kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai n untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$$

$$n = \frac{220}{1 + \frac{220}{4863}} = \frac{220}{1,045} = 210,5$$

$$n = 210$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0.05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebanyak 210 orang.

3.3.3 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner, yaitu penyebaran daftar pertanyaan penelitian kepada responden yang akan disebar pada nasabah BJB Syariah KCP Cimahi. Kuesioner tersebut berisikan pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan yang akan diukur dengan skala *likert*, Skala ini sering digunakan dalam ilmu sosial terutama untuk pengukuran sikap seseorang seiring berkembangnya waktu, skala ini dapat digunakan untuk mengukur pendapat, personalitas, menggambarkan kehidupan maupun lingkungan seseorang, emosi, kebutuhan personal dan penggambaran pekerjaan. Namun, skala ini hanya dapat membuat ranking tetapi tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya di dalam nilai skala (Sunnyoto, 2013). Dalam penelitian ini terdapat lima kategori penilaian jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain :

Tabel 3.2
Kategori Penilaian

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh dari seorang responden, merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya semakin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh penulis. Tujuan ini untuk mengarahkan responden menjawab pertanyaan yang benar-benar menggambarkan kondisi responden.

Instrumen penelitian yang digunakan harus memenuhi dua syarat utama yaitu valid dan reliabel. Instrumen yang valid mengindikasikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian itu sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin dicapai. Adapun instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa penelitian akan memperoleh hasil yang sama apabila dilakukan berulang kali (Sugiyono, 2014).

Menentukan Kategori Variabel melalui kriteria Interpretasi:

Tabel 3.3
Kategori Variabel

Persentase Skor	Skala
0%-20%	Sangat Rendah
21%-40%	Rendah
41%-60%	Sedang
60%-80%	Tinggi
80%-100%	Sangat Tinggi

Sumber: (Rafiani, 2014)

1. Uji Validitas

Penelitian ini akan menguji validitas instrumen menggunakan rumus *Person Product Moment*, sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien validitas yang dicari
- X = skor yang diperoleh dari subjek tiap item
- Y = skor total item instrument
- $\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

n = jumlah responden

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil penelitian dan hasil perhitungan, dibandingkan dengan tabel korelasi tabel nilai r dengan derajat kebebasan $(N-2)$ dimana N menyatakan jumlah baris atau banyak responden.

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen dinyatakan tidak valid

Apabila instrumen itu valid, maka instrumen tersebut dapat digunakan pada kuesioner penelitian.

Teknik uji validitas yang digunakan adalah korelasi *Person Product Moment* dan perhitungannya menggunakan program *SPSS Statistic 22*. Dalam variabel *Shariah Corporate Governance* diuraikan menjadi 26 butir pernyataan angket yang disebar kepada 40 orang responden. Berikut hasil uji validitas untuk variabel *Shariah Corporate Governance*:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Sharia Corporate Governance*

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	0,576	0,312	Valid
2	0,624	0,312	Valid
3	0,565	0,312	Valid
4	0,186	0,312	Tidak Valid
5	0,330	0,312	Valid
6	0,694	0,312	Valid
7	0,481	0,312	Valid
8	0,425	0,312	Valid
9	0,495	0,312	Valid
10	0,161	0,312	Tidak Valid
11	0,571	0,312	Valid
12	0,528	0,312	Valid
13	0,359	0,312	Valid
14	0,517	0,312	Valid
15	0,574	0,312	Valid
16	0,571	0,312	Valid
17	0,345	0,312	Valid
18	0,393	0,312	Valid
19	0,411	0,312	Valid
20	0,402	0,312	Valid
21	0,397	0,312	Valid

22	0,582	0,312	Valid
23	0,661	0,312	Valid
24	0,633	0,312	Valid
25	0,569	0,312	Valid
26	0,425	0,312	Valid

Sumber : Hasil Uji Coba Angket

Berdasarkan Tabel 3.8 terdapat dua item yang tidak valid karena pernyataan kuesioner tersebut memiliki koefisien korelasi butir total (r_{hitung}) yang lebih rendah dari r_{tabel} . Sehingga jumlah item variabel *shariah corporate governance* menjadi 24 item.

Teknik uji validitas yang digunakan adalah korelasi *Person Product Moment* dan perhitungannya menggunakan program *SPSS Statistic 22*. Dalam variabel Reputasi Perusahaan diuraikan menjadi 12 butir pernyataan angket yang disebar kepada 40 orang responden. Berikut hasil uji validitas untuk variabel reputasi perusahaan :

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan

No.	Rhitung	rtabel	Ket
1	0,783	0,312	Valid
2	0,686	0,312	Valid
3	0,345	0,312	Valid
4	0,663	0,312	Valid
5	0,588	0,312	Valid
6	0,473	0,312	Valid
7	0,276	0,312	Tidak Valid
8	0,619	0,312	Valid
9	0,431	0,312	Valid
10	0,531	0,312	Valid
11	0,342	0,312	Valid
12	0,569	0,312	Valid

Sumber : Hasil uji coba angket

Berdasarkan Tabel 3.9 terdapat satu item yang tidak valid karena pernyataan kuesioner tersebut memiliki koefisien korelasi butir total (r_{hitung}) yang lebih rendah dari r_{tabel} . Sehingga jumlah item variabel Reputasi Perusahaan menjadi 11 item

Teknik uji validitas yang digunakan adalah korelasi *Person Product Moment* dan perhitungannya menggunakan program *SPSS Statistic 22*. Dalam variabel Kepercayaan Nasabah diuraikan menjadi 12 butir pernyataan angket yang

disebar kepada 40 orang responden. Berikut hasil uji validitas untuk variabel Kepercayaan Nasabah :

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Nasabah

No.	rhitung	rtabel	Ket
1	0,106	0,312	Tidak Valid
2	0,529	0,312	Valid
3	0,438	0,312	Valid
4	0,796	0,312	Valid
5	0,645	0,312	Valid
6	0,465	0,312	Valid
7	0,642	0,312	Valid
8	0,347	0,312	Valid
9	0,689	0,312	Valid
10	0,295	0,312	Tidak Valid
11	0,722	0,312	Valid
12	0,612	0,312	Valid

Sumber : Hasil uji coba angket

Berdasarkan Tabel 3.10 terdapat satu dua item yang tidak valid karena pernyataan kuesioner tersebut memiliki koefisien korelasi butir total (r_{hitung}) yang lebih rendah dari r_{tabel} . Sehingga jumlah item variabel Kepercayaan Nasabah menjadi 10 item.

Tabel 3.7
Rekapitulasi Jumlah Agket Hasil Uji Coba

Variabel	Jumlah Item Sebelum Uji Coba	Setelah Uji Coba		
		Valid	Tidak Valid	Jumlah Item
<i>Sharia Corporate Governance</i>	26	24	2	24
Reputasi Perusahaan	12	11	1	11
Kepercayaan Nasabah	12	10	2	10
Total	50	45	5	45

Sumber : Hasil Uji Coba Angket (2018)

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas instrumen, selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas instrumen. Pengujian reliabilitas instrumen adalah pengujian alat pengumpulan data kedua. Notoadmodjo di dalam Widi (2011) berpendapat bahwa “Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama”.

Sementara itu, untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian digunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} : Reabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir

σt^2 : Varian total

Rumus varian adalah (Arikunto, 2014):

$$\sigma t^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

σt^2 : Harga varians total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor total

$(\sum x)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N : Jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel dengan menggunakan tehnik ini, bila koefisien reliabilitas (r_n) $> 0,6$ (Siregar, 2013). Berdasarkan hasil

perhitungan uji realbilitas angket, rekapitulasi perhitnungan nya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.8
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, Y

Variabel	Hasil			Keterangan
	Cronchbach Alpha	N of Item	Konstanta	
<i>Sharia Corporate Governance</i> (X1)	0,853	26	0,6	Reliabel
Reputasi Perusahaan (X2)	0,733	12	0,6	Reliabel
Kepercayaan Nasabah (Y)	0,755	12	0,6	Reliabel

Sumber: *Hasil uji coba angket* (2018)

Hasil uji reliabilitas variabel X1, X2, Y menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil kedua pengujian di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa instrumen dinyatakan valid dan reliabel, sehingga penelitian dapat dilanjutkan. Artinya bahwa tidak ada hal yang menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian disebabkan instrumen yang belum teruji kevalidan dan kereliabilitasnya.

3.3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dilakukan untuk dua tujuan yaitu menyajikan temuan empiris berupa data statistik deskriptif yang menjelaskan mengenai karakteristik responden khususnya dalam hubungannya dengan variabel –variabel penelitian yang digunakan dalam pengujian hipotesis serta analisis statistic inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan dan atas dasar itu sebuah kesimpulan ditarik (Ferdinand, 2014). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknis regresi linear berganda. Regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh *Sharia Corporate Givernance* dan reputasi terhadap kepercayaan nasabah.

3.3.4.1 Uji Asumsi Klasik Linier Berganda

Uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan tentang pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Analisis ini digunakan sebagai salah satu persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda agar data yang dihasilkan dapat bermanfaat. Salah satu uji asumsi klasik yang digunakan dalam

penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Heteroskedastitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Autokorelasional.

1. Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau penyebaran data statistic pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2005)

Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *Probability Distribusi Function* (PDF) yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2005)

- a. Jika data menyebar disekitar garis horizontal atau grafik residualnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari horizontal atau grafik residual tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Multikolinieritas

Pada dasarnya multikolinearitas dianggap sebagai suatu gejala yang muncul dalam suatu model regresi dikarenakan adanya hubungan yang sempurna diantara variabel bebas. Munculnya multikolinieritas dalam sebuah model regresi ditandai dengan nilai varian yang semakin meningkat dan juga nilai standar error yang semakin besar (Rohmana, 2013).

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari terjadinya korelasi antar variabel bebas dalam regresi linier berganda dengan nilai sangat tinggi atau sangat rendah. Adapun ketentuan pengambilan keputusan untuk mengetahui suatu data terkena multikolinieritas atau tidak adalah sebagai berikut :

- 1) Melihat Nilai *tolerance*
 - a. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas.
 - b. Jika nilai *tolerance* lebih kecil maka terjadi multikolinieritas

2) Melihat Nilai VIF

- a. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yg di uji
- b. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.

3. Heteroskedastisitas,

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka di sebut heteroskedastitas (Ghozali, Analisis Multivariate dengan Program SPSS. , 2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah *di-studentized* (Ghozali, 2005). Pengambilan keputusan uji heteroskedastitas :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastitas.

4. Uji Autokorelasional

Menurut Ghozali (2012), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $-t$ dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin watson* dengan membandingkan nilai *durbin watson* hitung (d) dengan nilai *durbin watson* tabel, yaitu batas atas (d_u) dan batas bawah (d_L). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Jika $d < d_L$ atau $d > 4 - d_L$ maka terdapat autokorelasi.
2. Jika $d_u < d < 4 - d_u$, maka tidak terdapat autokorelasi.
3. Jika $4 - d_u < d < 4 - d_L$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.

5. Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi linier berganda di mana sebuah variable terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X) (Hasan, 2002). analisis linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh *shariah corporate governance* dan reputasi perusahaan terhadap kepercayaan nasabah.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kepercayaan Nasabah)

X₁ dan X₂ = Variabel bebas I dan II (*Sharia Corporate Governance* reputasi)

a = Intercep atau konstanta

b₁ dan b₂ = koefisien regresi

Nilai – nilai a, b₁, dan b₂ dapat ditentukan dengan rumus :

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum X_1Y) - (\sum X_2Y)(\sum X_1X_2)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 \sum X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum X_2Y) - (\sum X_1Y)(\sum X_1X_2)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 \sum X_2)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum x_2}{n}$$

Dimana :

$$\sum x_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$$

$$\sum x_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$$

$$\sum x_1x_2 = \sum X_1X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$$

$$\sum x_1Y = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

Evita Nurul Rusady, 2019

PENGARUH SHARIAH CORPORATE GOVERNANCE DAN REPUTASI TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH BANK SYARIAH

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

$$\sum X_2Y = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(Y)}{n}$$

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

3.3.4.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t, Uji F dan analisis koefisien determinasi.

a. Uji Parsial t

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen *Sharia Corporate Governance* dan reputasi terhadap variabel dependen, yaitu kepercayaan nasabah. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$) (Rohmana, 2013). Uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau tidak.

Dalam Juanda (2009), tahapan uji-t adalah sebagai berikut :

1) Perumusan hipotesis

- a. Hipotesis *Sharia Corporate Governance* (X1) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y)

$$H_0 : \alpha_i = 0$$

$$H_1 : \alpha_i \neq 0$$

Hipotesis dalam bentuk kalimat yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh *Sharia Corporate Governance* terhadap kepercayaan nasabah BJB syariah KCP Cimahi.

H_1 : Ada pengaruh *Sharia Corporate Governance* terhadap kepercayaan nasabah BJB syariah KCP Cimahi.

- b. Hipotesis Reputasi (X2) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y)

$$H_0 : \alpha_i = 0$$

$$H_1 : \alpha_i \neq 0$$

Hipotesis dalam bentuk kalimat yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh Reputasi terhadap Kepercayaan Nasabah BJB Syaria KCP Cimahi.

H_1 : Ada pengaruh Reputasi terhadap Kepercayaan Nasabah BJB Syaria KCP Cimahi.

- 2) Penentuan nilai kritis, dilihat pada t_{tabel}
- 3) Nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dapat diketahui dari perhitungan komputer
- 4) Pengambilan keputusan
 H_0 diterima, jika $|t_{\text{hitung}}| < t_{\text{tabel}}$
 H_1 diterima jika $|t_{\text{hitung}}| > t_{\text{tabel}}$
- 5) Mengambil keputusan

Uji t dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

t : t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Dalam melakukan pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila t hitung > t tabel atau probabilitas < tingkat signifikansi (Sig 0,01), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika t hitung < t tabel atau probabilitas > tingkat signifikansi (Sig 0,05) maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan F

Pada regresi berganda kita mempunyai lebih dari satu variabel independen, kita perlu mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen dengan uji F. Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan variabel bebas X terhadap variabel terikat Y untuk mengetahui seberapa pengaruhnya (Rohmana, 2013).

$$R^2_{YX_iX_j} = \sqrt{\frac{r^2_{YX_i} + r^2_{YX_j} - 2r_{YX_i}r_{YX_j}r_{X_iX_j}}{1 - r^2_{X_iX_j}}}$$

Uji signifikansinya dapat dihitung dengan rumus :

$$F = \frac{ESS/(k - 1)}{RSS/(n - k)} = \frac{R^2/(k - 1)}{(1 - R^2)/(n - k)}$$

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 (keseluruhan variabel bebas X tidak berpengaruh terhadap variabel Y).
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (keseluruhan variabel bebas X berpengaruh terhadap variabel terikat Y).

c. Analisis Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur atau mengetahui seberapa besar tingkat kecocokan atau kesempurnaan model regresi. Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang ditemukan dan selanjutnya dikalikan 100% (dinyatakan dalam persentase). Rumus yang digunakan adalah:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi dikuadratkan