

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada masalah dan/atau tema yang diteliti (Idrus, 2009). Pada penelitian ini, terdapat variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam model. Penelitian ini akan menggunakan tiga variabel laten eksogen yaitu kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2), religiositas (X3), dan citra perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi. Variabel laten endogen merupakan variabel yang kedudukannya dipengaruhi oleh variabel laten eksogen. Penelitian ini menggunakan variabel laten endogen berupa loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger* (Y). Adapun subjek dari penelitian ini adalah para nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*. Penelitian dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang dilakukan pada bulan Juni 2022.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang akan digunakan adalah metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode ilmiah dengan bentuk datanya berupa angka-angka yang dikumpulkan melalui pertanyaan terstruktur dan diolah dengan perhitungan statistika. Data dapat diukur jika dikategorisasi dengan cara tertentu. Tujuan dari pendekatan kuantitatif adalah untuk mengembangkan model sistematis dan teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti (Sekaran & Bougie, 2017).

Pada penelitian ini digunakan metode survei dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pertanyaan dibuat terstruktur dengan kategorisasi melalui angka atau bilangan. Oleh karena itu, penelitian kali ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian (*research design*) adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif digunakan untuk mengumpulkan data yang menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi. Studi deskriptif ini memudahkan peneliti dalam memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2), religiositas (X3), citra perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi, dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger* (Y).

Desain penelitian kausalitas digunakan untuk mengetahui sebab-akibat di antara variabel yang ada. Studi kausalitas menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel yang lain berubah atau tidak (Sekaran & Bougie, 2017). Pada penelitian ini, variabel yang akan dijelaskan pengaruhnya kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2), religiusitas (X3), citra perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi, dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger* (Y).

Selain itu penerapan metode survei juga digunakan dalam penelitian ini, yakni untuk mengambil sampel dan populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel

Pada bagian ini akan dipaparkan definisi operasionalisasi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2), religiositas (X3), citra perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger* (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel / Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
1.	Kepercayaan (X1) dari nasabah merujuk pada pengetahuan yang dimilikinya atas produk dan jasa perbankan yang memberikan nilai	Integritas (Andesra, 2019)	Kondisi nasabah meyakini perbankan mematuhi prinsip-prinsip yang dapat diterima, seperti mengedepankan etika dan perilaku	Interval

	positif. Kepercayaan terhadap produk dan jasa mendorong nasabah untuk loyal terhadap perbankan tersebut.		jujur.	
		Kebaikan (Andesra, 2019)	Kondisi nasabah melihat kemauan perbankan dalam memberikan kepuasan bagi nasabahnya.	
		Keterbukaan (Raharso, 2011)	Kondisi nasabah yang meyakini bahwa perbankan bersifat terbuka tanpa ada hal lain yang ditutupi.	
2.	Kualitas layanan (X2) adalah suatu penawaran jasa untuk memenuhi harapan dalam mencapai kepuasan nasabah. Kualitas layanan juga diberikan untuk menggapai nasabah agar mereka terdorong untuk datang kembali dan loyal terhadap perbankan.	<i>Assurance</i> (Tjiptono, 2014)	Kondisi nasabah melihat kemampuan perbankan dalam memberikan jaminan yang bersifat bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.	Interval
		<i>Empathy</i> (H. Wijaya dkk., 2017)	Kondisi nasabah melihat seberapa jauh perbankan memberikan kemudahan dan perhatian terhadap kebutuhan nasabah.	
		<i>Tangible</i> (H. Wijaya dkk., 2017)	Kondisi nasabah melihat bukti fisik perbankan, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi yang dipakai.	
		<i>Responsiveness</i> (Tjiptono, 2014)	Kondisi nasabah melihat cara pegawai untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tanggap, dengan memberikan pelayanan yang dijanjikan oleh perbankan mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan, serta pemecahan masalah.	
3.	Religiositas (X3) didalam seorang	Keyakinan (Asih dkk.,	Kondisi nasabah meyakini kebenaran	Interval

	individu menjadikan orang tersebut bertindak seperti ketaatannya. Beragama juga menghubungkan makhluk dengan Tuhan, dimana hubungan ini diwujudkan pada sikap sosialnya.	2020)	ajaran agama yang dianutnya	
		Pengetahuan agama (Haqqi, 2019)	Kondisi pengetahuan nasabah mengenai ajaran-ajaran agamanya.	
		Peribadatan (Haqqi, 2019)	Kondisi seberapa jauh tingkat ketaatan nasabah untuk mengerjakan kegiatan ritual yang diperintah atau dianjurkan oleh agamanya.	
		Pengamalan (Haqqi, 2019)	Berisi tentang seberapa jauh nasabah berperilaku yang didasari oleh ajaran agamanya dalam praktik duniawi.	
4.	Citra perusahaan (Z) pada perbankan adalah persepsi nasabah yang diwujudkan dalam bentuk pikiran atau ide berdasarkan pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman-pengalaman yang telah diterima dari perbankan tersebut.	<i>Value</i> (Kotler & Keller, 2016)	Kondisi nasabah melihat nilai-nilai atau budaya yang dimiliki perbankan seperti nilai moral, etika, dan kepedulian karyawan kepada nasabah.	Interval
		<i>Communication</i> (Abdu, 2018)	Kondisi nasabah melihat perbankan mengelola cara komunikasi dengan masyarakat dalam berbagai hal di antaranya yaitu brosur mengenai perusahaan jelas, iklan yang disajikan menarik dan <i>website</i> mudah diakses.	
		<i>Corporate identity</i> (Abdu, 2018)	Kondisi nasabah melihat komponen-komponen yang mudah dikenali suatu perbankan seperti logo, produk, dan slogan.	
5.	Loyalitas nasabah (Y) adalah sikap nasabah	Pembelian ulang	Kondisi kemauan nasabah untuk	Interval

<p>untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perbankan dengan melibatkan perasaan didalamnya. Loyalitas nasabah yang tinggi akan memberikan pengaruh positif terhadap perbankan tersebut.</p>	<p>(Andesra, 2019)</p> <hr/> <p>Rekomendasi (Trisusanti, 2017)</p> <hr/> <p>Komitmen (Trisusanti, 2017)</p>	<p>melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan lainnya yang disediakan perbankan.</p> <hr/> <p>Kondisi nasabah dalam pengkomunikasian secara lisan mengenai pengalamannya kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.</p> <hr/> <p>Kondisi kemauan nasabah untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh perbankan di masa datang dan enggan untuk berhenti sebagai nasabah tersebut</p>
---	---	---

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik yang ingin diteliti. Populasi adalah kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik di mana peneliti ingin membuat opini (berdasarkan statistik sampel) (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri atas beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, tidak semua elemen populasi menjadi sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi

6 Buku 2, 2017). Dalam penelitian ini, kriteria populasi yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Muslim
2. Nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*

Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dalam populasi penelitian. Adapun rumus Slovin (Muhammad, 2008) adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1 + (N e^2)}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persentasi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 5%

Berdasarkan rumus tersebut, didapatkan hasil sesuai dengan perhitungan berikut ini:

$$\mathbf{n} = \frac{17.966.481}{1 + (17.966.481 (0,05^2))}$$

$$\mathbf{n} = \frac{17.966.481}{44.917}$$

$$\mathbf{n} = \mathbf{399,99}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus dengan ukuran populasi sebesar 17.966.481 nasabah maka penelitian ini mengambil 400 responden untuk diteliti. Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai instrumen dan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian.

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner, yaitu penyebaran daftar pertanyaan kepada responden penelitian. Responden dalam penelitian adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berjumlah 400 responden. Cara menyebarkan kuesioner tersebut menggunakan media sosial melalui *google form*.
2. Studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan analisis atau penelaahan berbagai literatur seperti buku, jurnal, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

3.6.2 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui angket/kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran & Bougie, 2017). Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskriptif. Pengukuran instrumen dikembangkan dengan menggunakan skala *semantic differential*.

Instrumen penelitian yang digunakan akan disajikan dalam bentuk skala *semantic differential* (diferensial semantik). Skala diferensial semantik digunakan untuk menilai sikap responden terhadap merek, iklan, objek, atau orang tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Skala ini digunakan untuk mengukur sikap dalam bentuk pilihan ganda atau *checklist*, tetapi tersusun dengan sebuah garis kontinum di mana nilai yang sangat negatif terletak di sebelah kiri sedangkan nilai yang sangat positif terletak di sebelah kanan atau juga dapat didefinisikan skala ini selalu menunjukkan keadaan yang bertentangan, misalnya: kosong – penuh, jelek – baik, bodoh – pintar dan sebagainya (Siregar, 2017). Respon tersebut dapat diplot untuk menghasilkan ide menarik dari persepsi mereka. Hal ini diperlakukan sebagai skala interval (Sekaran & Bougie, Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2, 2017).

Tabel 3.2
Skala Ukuran Semantik Diferensial

Buruk	1	2	3	4	5	6	7	Baik
Lemah	1	2	3	4	5	6	7	Kuat
Pasif	1	2	3	4	5	6	7	Aktif

Sumber: (Sekaran & Bougie, Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2, 2017)

Langkah selanjutnya adalah mengategorikan masing-masing variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut untuk menjawab rumusan hipotesis. Adapun untuk pengkategorian variabel digunakan rumus sebagai berikut (Azwar S. , 2006):

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Kategori

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,0\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$	Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	Rendah

Sumber: (Azwar S. , 2006)

Keterangan:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoretis ((skor min + skor maks.)/2)

σ = Simpangan baku teoretis ((skor maks. – skor min)/6)

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menilai seberapa baik suatu instrumen pada penelitian ataupun proses pengukuran terhadap konsep yang diharapkan (Sugiyono, 2014). Uji instrumen penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solution V.22* (SPSS) dengan teknik *corrected item total correlation*.

Untuk mengetahui butir-butir soal kuesioner tersebut valid atau tidak, maka cukup memperhatikan nilai yang ada dalam tabel “*Corrected Item-Total Corelation*” (Purwanto, 2018). Dalam uji validitas, nilai *corrected item total correlation* disebut sebagai r hitung. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
2. Sementara, jika nilai r hitung $<$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Adapun nilai r tabel untuk $\alpha = 0,05$, $n = 34$, $df = n-2 = 34-2 = 32$, adalah 0,349. Hasil data pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

No. Item	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
PC1	Tingkat kepercayaan saya terhadap BSI terkait aspek kejujuran	0.660	0.349	Valid
PC2	Tingkat kepercayaan saya terhadap BSI terkait aspek moral dan etika	0.654	0.349	Valid
PC3	Tingkat kepercayaan saya terhadap BSI dalam memberikan layanan jasa	0.686	0.349	Valid
PC4	Tingkat kepercayaan saya terhadap BSI dalam memenuhi kebutuhan nasabah	0.702	0.349	Valid
PC5	Tingkat kepercayaan saya terhadap BSI dalam memberi informasi secara transparan	0.537	0.349	Valid
PC6	Tingkat kepercayaan saya terhadap BSI dalam menjaga hubungan silaturahmi dengan para nasabah	0.700	0.349	Valid
KL1	Tingkat kemampuan BSI dalam menjaga informasi pribadi nasabah	0.572	0.349	Valid
KL2	Tingkat keamanan bertransaksi di BSI	0.673	0.349	Valid
KL3	Tingkat kemudahan bertransaksi di BSI	0.631	0.349	Valid
KL4	Tingkat profesionalitas karyawan BSI dalam memberikan perhatian terhadap kepentingan nasabah	0.721	0.349	Valid
KL5	Kelengkapan fasilitas di BSI	0.620	0.349	Valid
KL6	Tingkat kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan BSI	0.450	0.349	Valid
KL7	Ketanggapan BSI dalam mengatasi kendala yang dialami nasabah	0.618	0.349	Valid
KL8	Kejelasan BSI dalam memberikan informasi	0.553	0.349	Valid
RE1	Tingkat keyakinan saya bahwa Allah subhanahu wata'ala selalu mengawasi setiap hal yang saya lakukan	0.405	0.349	Valid
RE2	Tingkat keyakinan saya bawa segala perilaku yang dilakukan termasuk bagian dari ibadah	0.460	0.349	Valid
RE3	Tingkat keyakinan saya terhadap syariat Islam yang mengatur segala aspek	0.570	0.349	Valid

No. Item	Indikator	Corrected Item-Total Corelation	R Tabel	Keterangan
	kehidupan termasuk dalam kegiatan ekonomi			
RE4	Tingkat keyakinan saya bahwa bertransaksi di bank syariah adalah kegiatan yang dianjurkan dalam Islam	0.637	0.349	Valid
RE5	Tingkat pengetahuan saya terhadap hukum perbuatan yang mengandung riba	0.509	0.349	Valid
RE6	Pengetahuan saya mengenai unsur riba yang terkandung dalam kegiatan transaksi di bank konvensional	0.461	0.349	Valid
RE7	Kesediaan saya menyimpan dana di BSI agar terhindar dari dosa riba	0.597	0.349	Valid
RE8	Kesediaan saya menyimpan dana di BSI ditujukan untuk kepentingan dan kemaslahatan umat	0.631	0.349	Valid
CP1	Tingkat kepedulian karyawan BSI terhadap kebutuhan nasabah	0.535	0.349	Valid
CP2	Kesesuaian kinerja karyawan BSI dengan nilai-nilai syariah	0.472	0.349	Valid
CP3	Tingkat kemudahan mengakses <i>website</i> dan <i>m-banking</i> BSI	0.644	0.349	Valid
CP4	Ketertarikan saya melihat penawaran produk BSI di media cetak maupun elektronik	0.595	0.349	Valid
CP5	Tingkat pengetahuan saya bahwa BSI merupakan hasil <i>merger</i> tiga bank syariah BUMN	0.547	0.349	Valid
CP6	Tingkat pengetahuan saya terhadap logo dan slogan BSI	0.490	0.349	Valid
LN1	Tingkat intensitas saya melakukan transaksi di BSI	0.525	0.349	Valid
LN2	Kesediaan saya untuk memanfaatkan berbagai layanan produk dari BSI	0.770	0.349	Valid
LN3	Kesediaan saya untuk memberi penilaian terbaik untuk BSI	0.745	0.349	Valid
LN4	Kesediaan saya untuk merekomendasikan BSI kepada orang lain	0.770	0.349	Valid
LN5	Kesediaan saya untuk tetap menjadi nasabah BSI	0.737	0.349	Valid
LN6	Kesediaan saya untuk tidak berpaling ke perbankan lain	0.716	0.349	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.4, diketahui bahwa seluruh indikator dari variabel kepercayaan (X1), kualitas

layanan (X2), religiositas (X3), citra perusahaan (Z) dan loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

Setelah melakukan uji validitas, instrumen harus melewati uji reliabilitas. Ghozali (2016) menyatakan bahwa instrumen dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas variabel penelitian dilakukan pada *Statistical Product and Service Solution V.22* (SPSS) dengan metode *split-half*. Berikut merupakan dasar keputusan uji reliabilitas (Raharjo, 2019):

1. Jika nilai koefisien *guttman split-half* $>$ r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.
2. Jika nilai koefisien *guttman split-half* $<$ r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r hitung mendekati angka 1 (Wahyuni, 2014) . Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.70 .

Tabel 3.5
Hasil Uji Reabilitas Guttman Split-half

Variabel	<i>Guttman Split-half</i>	R Tabel	Keterangan
Kepercayaan	0.846	0.7	Reliabel
Kualitas Layanan	0.826	0.7	Reliabel
Religiositas	0.717	0.7	Reliabel
Citra Perusahaan	0.788	0.7	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0.880	0.7	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Selanjutnya mengenai kriteria pengujian reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel dengan melihat nilai dari koefisien *Cronbach's Alpha*. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $>$ 0,7 maka instrumen dinyatakan reliabel (Ghozali, 2016). Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reabilitas *Cronbach's Alpha*

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,945	34

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada Tabel 3.5, diketahui bahwa pada seluruh variabel kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2), religiositas (X3), citra perusahaan (Z) dan loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai *guttman split-half* lebih besar dari nilai r tabel sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Kemudian dalam uji *Cronbach's Alpha* diketahui memiliki koefisien sebesar $0,945 > 0,7$ sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Setelah dari kedua pengujian yakni validitas dan reliabilitas, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yakni menyebarkan kuesioner hingga memenuhi sampel yang dibutuhkan.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul terkait dengan variabel yang digunakan yang dilihat dari nilai distribusi frekuensi dan rata-rata (*mean*). Berikut merupakan tahapan dalam menyiapkan data untuk dilakukan analisis statistik (Sekaran & Bougie, 2017).

1. Editing (Pemeriksaan)

Dalam proses ini dilakukan kegiatan memeriksa angket yang telah diisi responden, pemeriksaan yang dilakukan berupa kelengkapan dan kejelasan pengisian angket secara keseluruhan.

2. Coding (Proses Pemberian Identitas)

Coding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori-kategori, yang biasanya klasifikasi dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing-masing jawaban.

3. *Scoring* (Pemberian Angka)

Scoring yaitu pemberian skor untuk setiap opsi dari *item* yang dipilih oleh responden untuk menjawab pertanyaan kuesioner. Memberi skor dengan menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan dalam angket menggunakan skala *semantic differential*.

4. *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi merupakan proses perhitungan hasil skor yang dikumpulkan menjadi tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh *item* pada setiap variabel yang hendak ditelaah atau diuji secara sistematis.

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

Analisis faktor dan analisis jalur (*path*) merupakan dua metode yang tergabung dalam *Structural Equation Model* (SEM) (Loehlin, 2004). Analisis faktor merupakan suatu teknik matematika untuk menemukan variabel baru dari beberapa variabel berdasarkan pada korelasi antar variabelnya (Gorsuch, 2015). Sedangkan, analisis jalur adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen (Putra, Marliyah, & Yafiz, 2019).

PLS-SEM menggunakan prosedur metode anggaran regresi berdasarkan kuasa dua terkecil biasa (*regression-based ordinary least square, OLS*) yang dikemukakan untuk kajian yang bersifat eksplorasi (Shafinah & Ahmad, 2019). *Partial Least Square* (PLS) dikembangkan pertama kali oleh Wold sebagai metode umum untuk mengestimasi *path model* menggunakan konstruk laten dengan *multiple* indikator (Ghozali, *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square* (PLS). Edisi 4, 2014). Analisis *multivariate* dalam generasi kedua menggunakan pemodelan persamaan struktural atau dikenal dengan *Structural Equation Model* (SEM). Metode-metode ini memungkinkan peneliti untuk memasukkan variabel-variabel yang tidak dapat diamati (*unobservable*) namun hanya diukur secara tidak langsung oleh variabel-variabel indikator atau variabel laten. Analisis multivariat merupakan metode analisis statistik untuk menganalisis beberapa variabel secara bersamaan (Juliandi, 2018).

Menurut Ringle, dkk (dalam Juliandi, 2018) PLS dapat digunakan untuk sampel yang berjumlah kecil, walaupun demikian jumlah sampel yang besar akan lebih mampu meningkatkan presisi estimasi. PLS tidak membutuhkan persyaratan asumsi distribusi data harus normal atau tidak. Bentuk konstruk dapat menggunakan model reflektif atau formatif. Jumlah indikator maksimum juga cukup besar, yakni 1000 indikator. Konstruk atau laten adalah suatu ukuran yang abstrak, tidak dapat diamati langsung (*unobservable*).

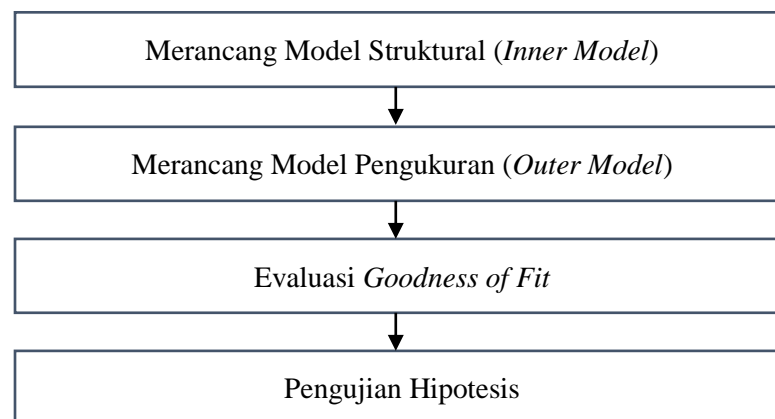
PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) yang berbasis varian, secara simultan analisis ini dapat melakukan pengujian model, pengukuran sekaligus juga pengujian model struktural. Dalam PLS-SEM, model pengukuran digunakan sebagai pengujian validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan sebagai pengujian kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi) (Ghozali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 2014). PLS bertujuan untuk memprediksi pengaruh variabel X terhadap Y dan menjelaskan hubungan teoretis di antara kedua variabel (*casual-predictive*) dalam situasi kompleksitas yang tinggi dengan dukungan teori yang rendah (Abdillah & Hartono, 2014).

Dalam penelitian Juliana (2021) metode PLS menawarkan beberapa keunggulan yaitu mengungkapkan variabel laten, baik reflektif atau formatif yang tidak dapat dilakukan dengan SEM berbasis kovarians seperti LISREL dan AMOS. Selain itu tidak didasarkan pada banyak asumsi dan kondisi; tidak membutuhkan data terdistribusi normal karena estimasi langsung menggunakan teknik *bootstrapping*; dan mampu mengelola sampel yang tidak terlalu besar. Bahkan, PLS-SEM bisa memproses data multivariat.

Penulis memilih *Structural Equation Modeling* (SEM) karena dapat membantu dalam menguji hubungan antara variabel laten. Secara konsep, PLS-SEM serupa dengan *ordinary least squares* yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai *R-squared* serta meminimalkan residual atau kesalahan prediksi. PLS-SEM juga mampu menghasilkan estimasi meskipun ukuran sampel kecil (Marliana, 2019). Selain itu juga, PLS digunakan untuk mengetahui pengaruh indikator-indikator dalam sebuah variabel, karena pada alat analisis atau metode analisis data yang lain tidak dapat mengukur indikator-indikator variabel secara lebih

spesifik. Kemudian PLS-SEM tidak hanya berfungsi untuk merancang model, tetapi juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori dan menjelaskan ada tidaknya hubungan antara laten variabel (Muflih & Juliana, 2021).

Pengujian model struktural dalam PLS ini dilakukan dengan bantuan *software SmartPLS 3 for windows*. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data menggunakan metode PLS adalah sebagai berikut (Ghozali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 2014):



Gambar 3.1
Tahapan Pengujian PLS-SEM

3.8.2.1 Merancang Model Struktural (*Inner Model*) dan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model struktural adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar konstruk (variabel laten). Hubungan antar konstruk didasarkan kepada teori atau asumsi-asumsi tertentu (Juliandi, 2018). *Inner Model* (*inner relation, structural model, dan substantive theory*) menggabungkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantif.

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance*, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Hasil R^2 sebesar 0,67; 0,33; dan 0,19 mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah”. Persamaan inner model adalah:

$$D = \beta_0 + \beta_1\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Ω merupakan simbol dari vektor endogen (dependen) variabel laten, ξ simbol dari vektor variabel laten eksogen, ζ simbol dari vektor variabel residual (*unexplained variance*). Pada dasarnya, SEM-PLS ini mendesain model *recursive*. Maka hubungan antar variabel laten pada setiap variabel laten dependen Ω , atau biasa disebut dengan *causal chain system* dari variabel laten dapat dispesifikasikan berikut ini:

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

β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien jalur yang menghubungkan prediktor endogen dan laten eksogen ξ dan Ω sepanjang *range* indeks i dan b , dan ζ_j adalah *inner residual variable*.

Pada penelitian ini variabel laten eksogen ialah kepercayaan (X1), kualitas layanan (X2), religiuitas (X3), dan citra perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi. Adapun variabel laten/konstruk endogen merupakan variabel yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh variabel laten eksogen. Variabel laten endogen pada penelitian ini adalah loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (Y).

Setelah menentukan variabel laten sebagai variabel yang membangun dalam *inner* model, selanjutnya adalah merancang *outer* model. Model pengukuran adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya. Indikator-indikator dapat dirujuk dari referensi (Juliandi, 2018). Model yang biasa disebut dengan *outer relation* atau *measurement model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model-model pengukuran di dalam PLS ada dua, yakni (Juliandi, 2018):

- 1) Model reflektif: Arah panah berawal dari variabel laten menuju kepada Indikator
- 2) Model formatif: Arah panah berawal dari Indikator menuju kepada variabel laten

Dalam penelitian ini, blok indikator yang digunakan adalah blok indikator reflektif dengan persamaan sebagai berikut:

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

X dan Y dalam model tersebut adalah indikator atau manifes variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen, ξ dan η , sedangkan Λ_x dan Λ_y adalah *matriks loading* yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Sementara itu, ϵ_x dan ϵ_y menggambarkan simbol kesalahan pengukuran atau *noise*.

Dalam penelitian ini, *outer* model dibangun berdasarkan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya, yang mana variabel laten endogen loyalitas nasabah dibangun oleh enam indikator (LN1, LN2, LN3, LN4, LN5, LN6), variabel laten eksogen tingkat kepercayaan dibangun oleh enam indikator (PC1, PC2, PC3, PC4, PC5, PC6), variabel laten eksogen tingkat kualitas layanan dibangun oleh delapan indikator (KL1, KL2, KL3, KL4, KL5, KL6, KL7, KL8), variabel laten eksogen tingkat religiositas dibangun oleh delapan indikator (RE1, RE2, RE3, RE4, RE5, RE6, RE7, RE8) dan variabel tingkat citra perusahaan sebagai variabel laten eksogen dibangun oleh enam indikator (CP1, CP2, CP3, CP4, CP5, CP6).

3.8.2.2 Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

PLS tidak mengasumsi adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, sehingga teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak perlu dilakukan. Pada evaluasi ini akan dilakukan analisis validitas, reliabilitas serta melihat tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan menganalisis hal-hal berikut:

- a. *Convergent Validity*, yakni uji yang digunakan untuk mengukur korelasi variabel laten terhadap tiap indikator. Menurut Juliana (2017), *convergent validity* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur validitas reflektif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat melalui nilai *outer loadings* dari masing-masing indikator variabel. Dalam *convergent validity* pada pemeriksaan pertama yaitu *individual item reliability*, dapat melihat nilai *standardized loading factor*. *Standardized loading factor* mengukur seberapa besar korelasi antara setiap *item* pengukuran (indikator) dengan konstruksinya. Nilai *loading factor* > 0.7 dapat dikatakan ideal, artinya indikator *valid* dalam mengukur konstruksinya. Namun, Hair (2017) mengemukakan bahwa untuk penelitian tahap awal nilai *loading* 0,5-0,6 sudah dianggap cukup baik.

- b. *Discriminant Validity*, merupakan uji yang digunakan untuk melihat tingkat prediksi variabel laten terhadap blok indikatornya yang dapat dilihat pada nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Prediksi dikatakan memiliki nilai AVE yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten. Pengujian ini dilakukan melalui analisis *Fornell-Lacker Criterion* yaitu uji validitas yang dilakukan dengan membandingkan korelasi antar variabel atau konstruk dengan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (\sqrt{AVE}). Hair (2017) menyatakan bahwa prediksi dikatakan memiliki nilai AVE yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE setiap variabel laten lebih besar daripada korelasi antar variabel laten lainnya.
- c. *Average Variance Extracted* (AVE) yaitu pengujian untuk menilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model refleksif. *Average Variance Extracted* (AVE) berguna dalam mengukur banyaknya varians yang dapat ditangkap oleh konstruknya dibandingkan dengan varians yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran. Hair (2017) menjelaskan nilai AVE harus di atas 0.50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance*. Rumus untuk menentukan nilai AVE adalah sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \hat{\lambda}_i^2}{\sum_{i=1}^n \hat{\lambda}_i^2 + \sum_{i=1}^n var(\hat{\epsilon}_i)}$$

- d. *Composite Reliability*, uji ini untuk mengukur internal konsistensi dan nilainya harus di atas 0.70. Nilai *composite reliability* berada dalam variasi rentang 0 sampai 1, dengan 1 menunjukkan adanya estimasi reliabilitas yang sangat kuat. Hair (2017) menyatakan bahwa nilainya harus > 0.70 . Namun jika nilainya 0.60 – 0.70 masih dapat diterima untuk *explanatory research*. *Composite reliability* adalah uji alternatif lain dari *cronbach's alpha*, apabila dibandingkan hasil pengujiannya maka *composite reliability* lebih akurat daripada *cronbach's alpha*.

3.8.2.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Model ini dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter. Penjelasannya sebagai berikut:

- a. Analisis *R-Square* (R^2) untuk variabel laten endogen yaitu hasil *R-square* sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah” (Hair J. F., 2017). Tujuan dari uji ini ialah untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Interpretasinya yaitu perubahan nilai *R-Square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Rumus uji *R-Square* (R^2) adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \sum_{h=1}^H \hat{\beta}_{jh} \text{cor}(X_{jh}, Y_j)$$

- b. Analisis *Multicollinearity* yaitu pengujian ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS – SEM yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* < 0.20 atau nilai VIF > 5 maka diduga terdapat multikolinearitas.
- c. Analisis F^2 (*effect size*) yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R_{include}^2 - R_{exclude}^2}{1 - R_{include}^2}$$

$R_{include}^2$ adalah R^2 yang dihitung dengan melibatkan variabel laten eksogen sedangkan $R_{exclude}^2$ dihitung tanpa melibatkan variabel laten eksogen. Nilai F^2 sebesar 0.02, 0.15 dan 0.35 mengindikasikan prediktor variabel laten memiliki pengaruh yang lemah, moderat atau kuat pada tingkat struktural (Sholihah & Salamah, 2015).

- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance* yaitu analisis untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi

parameternya. Jika nilai *q-square* lebih besar dari 0 (nol) maka memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari nol menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Rumus untuk mencari nilai Q-Square adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2)$$

- e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF) dalam analisis data menggunakan SEM - PLS, pengujian GoF dilakukan secara manual. Hal ini berbeda dengan analisis data menggunakan CB-SEM. Pengujian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Menurut Tenenhaus kategori nilai *GoF* adalah 0.1 dikategorikan kecil, 0.25 dikategorikan sedang dan 0.38 dikategorikan besar.

3.8.2.4 Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam SEM - PLS dapat dilihat dari nilai *p-value*, jika nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan begitu pun sebaliknya. Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

- a. Hipotesis Pertama

H_0 : $\beta \leq 0$, artinya kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

H_a : $\beta > 0$, artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

- b. Hipotesis Kedua

H_0 : $\beta \leq 0$, artinya kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

H_a : $\beta > 0$, artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

c. Hipotesis Ketiga

H_0 : $\beta \leq 0$, artinya religiositas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

H_a : $\beta > 0$, artinya religiositas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

d. Hipotesis Keempat

H_0 : $\beta \leq 0$, artinya citra perusahaan tidak memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

H_a : $\beta > 0$, artinya citra perusahaan memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

e. Hipotesis Kelima

H_0 : $\beta \leq 0$, artinya citra perusahaan tidak memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

H_a : $\beta > 0$, artinya citra perusahaan memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

f. Hipotesis Keenam

H_0 : $\beta \leq 0$, artinya citra perusahaan tidak memoderasi pengaruh religiositas terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.

H_a : $\beta > 0$, artinya citra perusahaan memoderasi pengaruh religiositas terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pasca *merger*.