

BAB III

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA DAN HIPOTESIS

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Tempat yang peneliti pilih sebagai lokasi penelitian adalah Jabodetabek, Indonesia. Jabodetabek terdiri dari beberapa wilayah, yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Jabodetabek dipilih karena berdasarkan data OJK, aset perbankan syariah terbesar selalu diduduki oleh DKI Jakarta, serta Jabodetabek adalah tempat penelitian terdekat dengan tempat tinggal peneliti.

3.1.2 Waktu Penelitian

Rentang waktu untuk penelitian ini adalah bulan November 2020 sampai dengan Januari 2021.

3.1.3 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah responden yang mempunyai tabungan di bank syariah.

3.2 Pendekatan Penelitian

Desain metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dipilih, karena dapat mengetahui apa yang tidak diketahui secara matematis melalui teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti, kemudian data digambarkan melalui angka-angka (Suryani, 2015, hal 109). Penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap pengaruh variabel independen yaitu customer loyalty terhadap variabel dependen, yaitu *customer satisfaction*, *customer intimacy* dan *religiosity*, serta variabel mediasi yaitu *trust*.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian (Suryani & Hendryadi, 2015, hal 190). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi millennial yang berlokasi di Jabodetabek, Indonesia. Generasi millennial merupakan generasi kelahiran 1980 – 2000 (Kominfo, 2016). Jika dilihat, generasi millennial adalah mereka yang saat ini berusia 20 – 40 tahun. Karakteristik populasi yang akan diteliti adalah mereka yang sudah mempunyai tabungan di bank syariah. Bank syariah yang ditentukan secara khusus oleh peneliti. Jenis populasi yang akan diteliti adalah *infinite population* (populasi tidak terbatas), karena peneliti belum mengetahui jumlah generasi millennial yang pasti di daerah Jabodetabek Indonesia.

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan Suryani dan Hendryadi (2015:h.192). Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengumpulan sampel dengan kriteria tertentu. kriteria tertentu yang ditentukan peneliti antara lain: responden yang terpilih telah menggunakan bank syariah >1 tahun dan rentang tahun kelahiran di 1980 – 2000.

3.4 Penyusunan Instrumen

Penyusunan instrumen didapatkan dari penelitian-penelitian sebelumnya dan diadaptasi oleh peneliti. Kuesioner dibagikan secara tertutup dengan skala satu sampai enam.

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015), variabel adalah suatu konstruk atau konsep yang akan dipelajari dan diambil kesimpulannya melalui proses penelitian. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*) dan variabel mediator (*intervening*), antara lain:

1. Variabel independen (X); variabel independen adalah variabel stimulus atau variabel yang memengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, kedekatan pelanggan dan religiusitas.
2. Variabel dependen (Y); variabel dependen adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.
3. Variabel *intervening*/mediator; variabel *intervening*/mediator adalah variabel yang memengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, variabel ini sebagai variabel yang memiliki hubungan tidak langsung. Variabel mediator dalam penelitian ini adalah kepercayaan.

Berikut merupakan identifikasi variabel berdasarkan indikator yang telah ditentukan berdasarkan definisi operasional:

Tabel III. 1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Customer Loyalty</i> adalah niat atau kecenderungan konsumen untuk membeli ulang produk yang sama atau produk	1. <i>Customer say something positive about the product consumed.</i>	1. Saya selalu berbicara hal-hal positif tentang bank syariah yang saya pakai 2. Saya merekomendasikan	Kartika, Achmad, & Mukhamad, (2019)

<p>lain dari perusahaan yang sama sesuai dengan yang mereka yakini</p>	<p>2. <i>Referring a friend to get same product the customer has used and liked</i></p> <p>3. <i>Customer makes more subsequent purchases of the product that has been consumed.</i></p> <p>4. <i>Customers give advice or suggestions.</i></p>	<p>teman untuk menggunakan bank syariah yang saya gunakan</p> <p>3. Saya merekomendasikan teman untuk menggunakan bank syariah yang saya sukai.</p> <p>4. Saya akan menggunakan bank syariah ini kembali di masa depan</p> <p>5. Saya akan memberikan saran atau masukan ke bank syariah yang saya gunakan</p>	
<p><i>Customer Satisfaction is a person's feelings of pleasure or dissatisfaction that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations (Kotler., 2016, hal 153).</i></p>	<p>1. <i>I am satisfied with the employee's response and prompt service</i></p> <p>2. <i>I am satisfied with financial service advice</i></p> <p>3. <i>I am satisfied with the products and services provide by my bank</i></p>	<p>1. Saya puas terhadap respon dan layanan yang diberikan karyawan bank syariah</p> <p>2. Saya puas dengan saran yang diberikan oleh jasa keuangan bank syariah</p> <p>3. Saya puas dengan produk dan jasa yang disediakan oleh bank saya</p>	<p>(Darmawan, 2018)</p>
<p><i>Customer Intimacy is a multidimensional construct consisting of closeness, value perception and</i></p>	<p>1. <i>I have a confidential relationship with Islamic banks</i></p>	<p>1. Saya memiliki hubungan yang baik dengan bank syariah</p> <p>2. Saya melekat dengan nilai-nilai bank syariah.</p>	<p>(Tabrani, Muslim, & Ahmad, 2018)</p>

<p><i>mutual understanding (Tabrani, 2018)</i></p>	<p>2. <i>I attach much value to Islamic banks</i></p> <p>3. <i>I have a good understanding with Islamic banks</i></p> <p>4. <i>I am fascinated by the things Islamic banks does</i></p> <p>5. <i>I am very enthusiastic about Islamic banks</i></p>	<p>3. Saya punya pemahaman yang baik terkait bank syariah.</p> <p>4. Saya tertarik dengan hal-hal mengenai bank syariah</p> <p>5. Saya sangat antusias tentang bank syariah</p>	
<p><i>Religiosity merupakan komitmen seseorang dalam mematuhi aturan ilahi yang dapat memengaruhi bagaimana dia memilih dan mengonsumsi produk dan layanan, serta cara berkomunikasi dengan orang lain (Suhartanto, 2019).</i></p>	<p>1. <i>Regularly offer compulsory prayer</i></p> <p>2. <i>Fast during the month of ramadhan</i></p> <p>3. <i>Pay zakat as prescribed criteria</i></p> <p>4. <i>Always avoid sin</i></p> <p>5. <i>Follow Islamic commands in all life affairs</i></p> <p>6. <i>Keep away from haram earnings</i></p> <p><i>Recite the Koran regularly</i></p>	<p>1. Saya sholat wajib secara teratur dengan ikhlas dan sungguh-sungguh</p> <p>2. Saya yakin, memahami serta melaksanakan puasa selama bulan ramadan</p> <p>3. Saya membayar zakat sesuai kriteria yang ditentukan melalui tabungan bank syariah yang saya gunakan</p> <p>4. Saya selalu menjauhi larangan-Nya, sehingga saya takut berbuat dosa, termasuk.</p> <p>5. Saya mengikuti perintah Islam dalam semua</p>	<p>(Suhartanto, et al., 2019)</p>

		<p>aspek kehidupan, termasuk menggunakan tabungan bank syariah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam</p> <p>6. Saya menjauhi diri dari gaji/upah haram haram, seperti menggunakan bank syariah yang menjalankan bisnis dan bersumber dari keuntungan yang halal.</p> <p>7. Saya membaca Al-Qur'an secara teratur dan mengetahui ayat-ayat tentang keharaman riba di dalam Al-Qur'an</p>	
<p><i>Trust</i> kepercayaan nasabah terhadap operasi bank syariah yang dibangun sesuai dengan prinsip Islam (Tabrani, 2018).</p>	<p>1. <i>Islamic banks adhere to the principal to the principal of Islamic law.</i></p> <p>2. <i>Islamic banks should comply with provisions of the existing law.</i></p> <p>3. <i>Deposits in Islamic banks are secured by the relevant authorities.</i></p>	<p>1. Saya percaya bank syariah mengikuti prinsip hukum Islam.</p> <p>2. Bank syariah sebaiknya memenuhi ketentuan hukum yang ada.</p> <p>3. Saya percaya menabung di bank syariah aman, karena dijaga oleh otoritas terkait.</p> <p>4. Saya percaya bank syariah memiliki kepedulian</p>	<p>Kartika, Achmad, & Mukhamad, (2019)</p>

	<p><i>4. Islamic bank concern to community should be potrayed by CSR, zakat distribution and anticipatory to disasters and other emergencies.</i></p>	<p>terhadap masyarakat dengan penyaluran CSR, distribusi zakat dan tempat musibah/bencana darurat lainnya.</p>	
--	---	--	--

Sumber: diolah peneliti (2020)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran angket/kuesioner. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner secara elektronik. Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang akan dijadikan responden untuk menjawabnya (Suryani & Hendryadi, 2015:h.173). Tujuan dari kuesioner adalah mendapatkan informasi yang relevan dari responden, yang berisikan pernyataan atau pertanyaan mengenai loyalitas nasabah bank syariah di Jabodetabek. Kuesioner ini dibuat menggunakan *google form* dan link akan disebar melalui media sosial secara *online*.

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015) skala pengukuran merupakan level pengkuran untuk menganalisis yang berkaitan dengan setiap pernyataan/pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Level pengukuran ada empat tipe dasar, yaitu: skala nominal, ordinal, interval dan ratio. Peneliti menggunakan jenis skala likert dalam menganalisis hasil jawaban responden,

skala likert yang digunakan dari skala satu sampai 6, supaya menghindari jawaban responden untuk netral atau menghindari nilai *zero point*.

Tabel III. 2 Tabel Bobot Pertanyaan

Alternatif Pernyataan	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Sedikit Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber: Simamora (2008)

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam mengolah data penelitian ini menggunakan perangkat lunak LISREL. Dalam pengujian kualitas data dan pengujian hipotesis menggunakan SEM (Structural Equation Modelling). Aplikasi yang digunakan LISREL 8.80 yang sudah dikenal oleh berbagai kalangan praktisi dan peneliti. Kelebihan dari software LISREL adalah dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel yang kompleks.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang untuk tentang variabel penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penggunaan skala likert, maka variabel yang digunakan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Hair *et al.* (2006) dalam Bahri (2017) validitas digunakan sebagai pengukur-pengukur dari suatu konstruk yang berkorelasi tinggi. Jika *loading* >0.50 dalam suatu penelitian, maka hasilnya akan signifikan secara praktikal.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Bahri dan Zamzam (2017) semakin kecil koefisien reliabilitas, yaitu semakin jauh dari angka 1, maka semakin besar peluang eror dalam pengukuran. Menguji reliabilitas, maka hasil *standardize loading* estimasi harus sama dengan 0,50 atau signifikansi sebesar 5%.

3.6.3 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, peneliti menggunakan perangkat lunak SEM LISREL 8.80. SEM (*Structural Equation Modelling*) merupakan teknik analisis multivariat untuk menguji hubungan yang kompleks. SEM dapat menguji kesalahan pengukuran dan analisis faktor, model struktural dan pengukuran bersamaan dengan pengujian hipotesis. Selain itu, SEM juga bisa menguji model statistik dalam bentuk sebab akibat (Bahri, 2017, hal 11-12). Penggunaan *software* SEM dipilih, karena sesuai dengan hipotesis penelitian ini.

Menurut (Riadi, 2018) untuk mengetahui hubungan antar variabel, penggunaan indikator atau variabel yang diteliti, akan menggunakan kriteria *goodness of fit* :

a. *Chi-square* (X^2)

Chi-square untuk menguji kesesuaian model persamaan struktural. Uji X^2 menguji apakah kovarians populasi matriks $\Sigma =$ matriks kovarians model $\Sigma(\theta)$

b. *Non-Centrality Parameter (NCP)*

NCP merupakan ukuran perbedaan antara Σ dengan $\Sigma(\theta)$. Rumus penghitungannya adalah $NCP = X^2 - df$. Jika nilai X^2 dan NCP nya rendah menandakan hasilnya baik, sehingga dapat menghasilkan significance level (p) lebih besar atau sama dengan 0.05 ($p \geq 0.05$)

c. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan ukuran perkiraan fit suatu model di dalam populasi berkaitan dengan perbedaan perkiraan. jika RMSEA lebih kecil atau sama dengan 0.05 disebut *close fit*, *mediocre fit* jika nilai RMSEA antara 0.08 dan 0.10, *cutoff criterion* apabila RMSEA lebih kecil dari 0.06.

d. *Akaike Information Criterion (AIC)*

Informasi akaike menyesuaikan X^2 untuk jumlah parameter perkiraan dan digunakan untuk membandingkan model yang tidak perlu diulang. Nilai AIC yang kecil dan mendekati nol menunjukkan kecocokan yang lebih baik.

e. *Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)*

CAIC sebagai ukuran AIC yang mengikutsertakan sampel. Nilai CAIC lebih kecil menunjukkan parsimoni lebih baik digunakan untuk perbandingan antarmodel.

f. *Normed Fit Index (NFI) dan Non-Normed Fit Index (NNFI)*

Nilai normed Fit Index berkisar dari 0 ke 1. Nilai NFI yang tinggi menunjukkan fit yang baik. Pada umumnya, indeks 0.95 merupakan indikasi model sudah fit relatif terhadap model awal. Sedangkan nilai $0.90 \leq NNFI < 0.95$ biasanya ditafsirkan menunjukkan ambang batas fit yang

masih dapat diterima. NFI dengan nilai 0.97 merupakan indikasi yang fit relatif terhadap independen model, sedangkan $0.95 \leq \text{NNFI} < 0.97$ ditafsirkan sebagai ukuran fit yg masih dapat diterima.

g. *Comparative Fit Index (CFI)*

Comparative fit index untuk menghindari underestimate fit yang sering terjadi dalam sampel kecil ketika menggunakan nilai NFI. Indeks 0.97 merupakan indikasi fit yang baik relatif terhadap model independen, sementara nilai $0.90 \leq \text{NNFI} < 0.97$ ditafsirkan sebagai ukuran fit yang masih dapat diterima.

h. *Critical N*

Critical N adalah estimasi ukuran sampel terbesar yang dapat digunakan untuk menolak hipotesis null bahwa model yang diajukan adalah fit.

i. *Root Mean Square Residual (RMR)*

Root mean square adalah sebuah ukuran badness-of-fit secara keseluruhan yang berdasarkan residual. Nilai RMR yang baik jika standardized RMR < 0.05 .

j. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Goodness of Fit Index adalah ukuran relatif sejumlah variances dan covariances. GFI yang baik jika nilainya ≥ 0.90 .

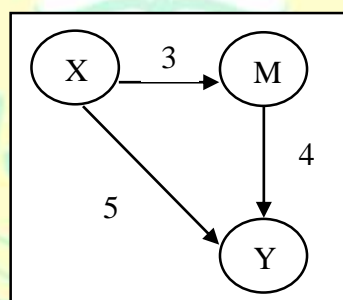
k. *Adjusted Goodness-of-fit Index (AGFI)*

AGFI digunakan untuk menyesuaikan bias perhitungan model yang lebih kompleks. AGFI menyesuaikan derajat kebebasan model relatif terhadap variabel teramati, maka dari itu AGFI menggantikan model lebih kompleks

dengan parameter yang lebih sedikit. Nilai AGFI di kisaran 0 sampai dengan ≥ 0.90

Dalam menghitung hipotesis yang menggunakan variabel *intervening* (mediasi) maka diperlukan tahapan sebagai berikut:

1. Melihat hasil angka *direct effect* masing-masing variabel, antara lain:
 - Panah variabel x ke mediasi
 - Panah variabel mediasi ke variabel y
 - Panah variabel x ke variabel y
2. Melakukan perhitungan *indirect effect* dengan **mengkalikan** angka yang tertera pada panah variabel x ke mediasi dan angka yang tertera pada panah variabel mediasi ke variabel y.
3. Menjumlahkan hasil dari *direct* (angka di panah variabel x ke variabel y) dan *indirect effect* (hasil perkalian angka di panah variabel x ke variabel mediasi dan variabel mediasi ke variabel y).



Gambar III.1 Contoh Model Penelitian Variabel Mediasi

Sebagai contoh dengan model penelitian gambar diatas, maka tahapannya:

1. Direct effect:
 - $X \rightarrow M = 3$
 - $M \rightarrow Y = 4$

- $X \rightarrow Y = 5$

2. Indirect effect

- $X \rightarrow Y$ melalui M = 3

- $M \rightarrow Y$ _____ = 4 x

Indirect Effect = 12

3. Total effect

= Direct effect (X ke Y) + indirect effect

= 5 + 12

= 17

Jadi, uji hipotesis dari contoh diatas bernilai 17.

