

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan responden nasabah Bank Muamalat Bandar Lampung. Data yang telah dikumpulkan dianalisis sesuai dengan teknik analisis yang dipilih untuk mencapai tujuan penelitian. Karakteristik data kuisisioner penelitian dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Data Kuisisioner

No.	Keterangan	Jumlah Kuisisioner
1	Kuisisioner yang disebar	200
2	Kuisisioner yang direspon	200
3	Kuisisioner yang tidak direspon	0
4	Persentase Pengembalian	100 %
5	Kuisisioner yang tidak dapat digunakan	0
6	Kuisisioner yang dapat digunakan	200
7	Persentase Kuisisioner yang dapat diolah	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa kuisisioner yang disebar dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 kuisisioner dan jumlah kuisisioner yang tidak kembali adalah 0, sehingga total kuisisioner yang direspon dan dapat digunakan untuk mengolah data sebanyak 200 kuisisioner atau 100% dari kuisisioner yang disebar.

4.1.2 Deskripsi Responden

Informasi responden dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.2
Informasi Responden (n=200)

Keterangan		Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	77	38.5
	Wanita	123	61.5
Jumlah		200	100
Lama Penggunaan Jasa/Layanan	6 Bulan-1 Tahun	83	41.5
	>1-2 Tahun	73	36.5
	>2-3 Tahun	29	14.5
	>3-4 Tahun	12	6
	>4-5 Tahun	3	1.5
	>5 Tahun	0	0
Jumlah		200	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan demografi responden pada tabel 4.2 dapat diperoleh beberapa kesimpulan:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dari responden dilihat dari nama-nama responden yang mengisi kuisioner dalam penelitian ini. Terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin wanita memiliki persentase lebih besar yaitu 61.5% atau sebanyak 123 responden sedangkan responden yang berjenis kelamin pria memiliki persentase 38.5% atau sebanyak 77 responden.

2. Lama Penggunaan Jasa / Layanan

Dalam penelitian ini terlihat bahwa jumlah responden yang menggunakan jasa/layanan dalam jangka waktu 6 Bulan-1 Tahun adalah sebanyak 83 orang (41.5%), sedangkan untuk responden yang menggunakan jasa/layanan dalam jangka waktu >1-2 Tahun adalah sebanyak 73 orang (36.5%), untuk responden yang menggunakan jasa/layanan dalam jangka waktu >2-3 Tahun adalah sebanyak 29 orang (14.5%), untuk responden yang menggunakan jasa/layanan dalam jangka waktu >3-4 Tahun adalah sebanyak 12 orang (6%), untuk responden

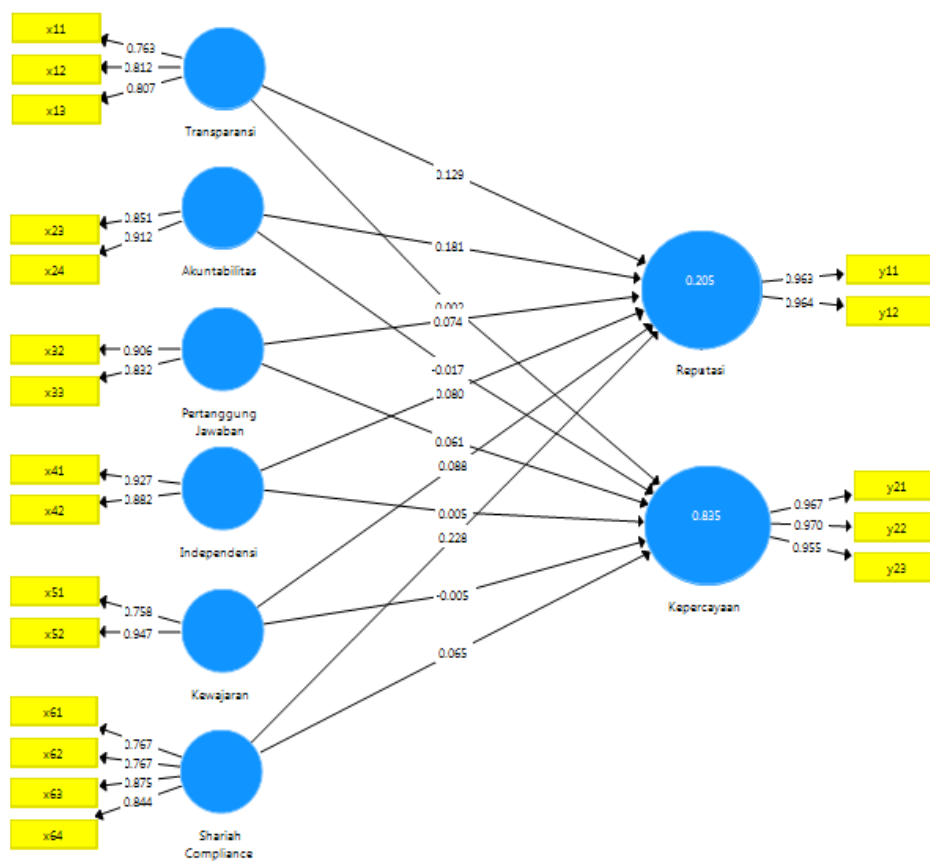
yang menggunakan jasa/layanan dalam jangka waktu >4-5 Tahun adalah sebanyak 3 orang (1.5%) dan untuk responden yang menggunakan jasa/layanan dalam jangka waktu >5 Tahun adalah sebanyak 0 (0%).

4.2 Hasil

4.2.1 Uji Analisis Data

4.2.1.1 Penilaian *Outer Model (Measurement Model)*

Pada peelitian ini ada tiga kriteria yang digunakan untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability* (Ghozali, 2013). Gambar *full model* persamaan struktural untuk menilai *outer model* dengan menggunakan Smart PLS versi 3.0 pada peneltian ini dapat dilihat seperti pada gambar 4.1



Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Gambar 4.1 Full Model Struktural

Keterangan :Transparansi : X_1 Akuntabilitas : X_2 Pertanggung Jawaban : X_3 Independensi : X_4 Kewajaran : X_5 *Shariah Compliance* : X_6 Reputasi : Y_1 Kepercayaan : Y_2

Adapun hasil uji *Outer Model* dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji *Outer Model*

Variabel	Indikator	Loading	Composite Reliability
Transparansi (X_1)	X11	0.763	0.837
	X12	0.812	
	X13	0.807	
Akuntabilitas (X_2)	X23	0.851	0.875
	X24	0.912	
Pertanggung Jawaban (X_3)	X32	0.906	0.861
	X33	0.832	
Independensi (X_4)	X41	0.927	0.900
	X42	0.882	
Kewajaran (X_5)	X51	0.758	0.846
	X52	0.947	
<i>Shariah Compliance</i> (X_6)	X61	0.767	0.887
	X62	0.767	
	X63	0.875	
	X64	0.844	
Reputasi (Y_1)	Y11	0.963	0.963
	Y12	0.964	
Kepercayaan (Y_2)	Y21	0.967	0.975
	Y22	0.970	
	Y23	0.955	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Setelah melakukan uji *outer model* terhadap variabel transparansi, akuntabilitas, pertanggung jawaban, independensi, kewajaran, *shariah compliance*, reputasi dan kepercayaan seperti pada tabel 4.3, maka didapat seluruh indikator-indikator konstruk memenuhi nilai *convergent validity* dengan faktor *loading* > 0.7. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam diagram *full model strktural* adalah valid dan memiliki konvergen yang baik.

Uji *composite reliability* merupakan analisis data yang menunjukkan akurasi konsisten dan ketepatan alat ukur dalam melakukan pengukuran. Suatu data yang memiliki nilai *composite reliability* >0.8 mempunyai reabilitas yang tinggi. Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh nilai variabel penelitian berada diatas 0.7, hal ini berarti semua variabel dalam penelitian ini *reliable* karena telah memenuhi kriteria *Composite Reliability*.

Uji *discriminant validity* menggambarkan korelasi antara variabel dengan nilai korelasi *cross loading* seluruh indikator yang digunakan dalam membentuk variabel laten dinyatakan valid apabila nilai korelasi *ccross loading* variabel latennya yang lebih besar dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel laten yang lain. Nilai korelasi *cross loading* masing-masing variabel dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel 4.5.

Tabel 4.4

Hasil Uji *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2
X11	0.763	0.213	0.242	0.189	0.146	0.135	0.203	0.229
X12	0.812	0.294	0.191	0.272	0.139	0.015	0.186	0.156
X13	0.807	0.340	0.185	0.264	0.121	0.072	0.254	0.224
X23	0.355	0.851	0.275	0.154	0.236	0.054	0.223	0.207
X24	0.287	0.912	0.180	0.117	0.208	0.070	0.293	0.255
X32	0.225	0.239	0.906	0.322	0.354	0.075	0.234	0.281
X33	0.230	0.192	0.832	0.302	0.191	0.214	0.189	0.206
X41	0.274	0.136	0.347	0.927	0.199	-0.061	0.182	0.196
X42	0.276	0.137	0.298	0.882	0.166	0.060	0.158	0.143
X51	0.175	0.244	0.275	0.322	0.758	0.038	0.120	0.113
X52	0.137	0.208	0.292	0.110	0.947	0.156	0.238	0.234
X61	0.074	0.082	0.127	-0.024	0.186	0.767	0.186	0.257
X62	0.143	0.112	0.082	0.012	0.106	0.767	0.157	0.147

X63	0.055	0.049	0.124	0.010	0.076	0.875	0.263	0.281
X64	0.077	0.019	0.154	-0.019	0.082	0.844	0.262	0.302
Y11	0.255	0.276	0.217	0.198	0.166	0.266	0.963	0.876
Y12	0.274	0.295	0.255	0.166	0.267	0.266	0.964	0.876
Y21	0.247	0.257	0.287	0.240	0.184	0.289	0.875	0.967
Y22	0.239	0.223	0.281	0.149	0.218	0.331	0.882	0.970
Y23	0.270	0.284	0.253	0.160	0.233	0.293	0.873	0.955

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Berdasarkan hasil uji *discriminant validity* dengan *cross loading* pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan konstruk laten telah memprediksi ukuran pada blok variabel konstruk lebih baik dibandingkan dengan ukuran pada blok lainnya.

Discriminant validity juga dapat ditunjukkan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Adapun hasil uji *discriminant validity dengan square root AVE* pada penelitian ini dapat dilihat pada table 4.5 :

Tabel 4.5

Hasil Uji Discriminant Validity dengan Square Root AVE

Konstruk	Average Variance Extracted (AVE)
Transparansi (X1)	0.631
Akuntabilitas (X2)	0.778
Pertanggung Jawaban (X3)	0.756
Independensi (X4)	0.819
Kewajaran (X5)	0.736
<i>Shariah Compliance</i> (X6)	0.663
Reputasi (Y1)	0.928
Kepercayaan (Y2)	0.930

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Berdasarkan hasil uji *discriminant validity* dengan *Square Root AVE* pada tabel 4.5 menunjukkan hasil bahwa *Discriminant validity* tercapai karena nilai *Square Root AVE* pada masing-masing konstruk lebih besar dari 0.5, sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian telah memenuhi kriteria Uji *Partial Least Square* dengan ukuran *Outer Model (Measurement Model)*.

4.2.1.2 Pengujian *Inner Model*

Pengujian ini dilakukan untuk validasi model secara keseluruhan yaitu gabungan *inner model* dan *outer model*. Menurut (Tenenhaus, 2004; dalam Hussein, 2015) evaluasi *Inner Model* dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan melihat dari *R-Square*, *Q-Square* dan GoF. Berikut ini adalah hasil pengujian *Inner Model* dengan ukuran *R-Square* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji *Inner Model* dengan ukuran *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Reputasi (Y1)	0.835
Kepercayaan (Y2)	0.205

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.6, didapati nilai sebesar 0.835 untuk variabel reputasi (Y1) dan 0.205 untuk variabel kepercayaan (Y2). Apabila nilai *R-Square* 0.6(kuat), 0.33(moderat), dan 0.19(lemah). Lalu, pengujian *Inner Model* dapat juga dilakukan dengan melihat nilai Q^2 (*predictive relevance*). Untuk mengetahui Q^2 dapat digunakan rumus sebagai berikut :

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

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.835) (1 - 0.205)$$

$$Q^2 = 0.869$$

Dari perhitungan diatas didapati nilai sebesar 0.869, dimana 0.02(kecil), 0.15(sedang), dan 0.35(besar).

Yang terakhir adalah dengan nilai *Goodness of Fit* (GoF). Nilai GoF diperoleh dari *average communalities index* dikalikan dengan nilai *R-Square*. Perhitungan GoF pada PLS-SEM dilakukan secara manual. Berikut perhitungannya :

$$\text{GoF} = \sqrt{\overline{AVE} + \overline{R^2}}$$

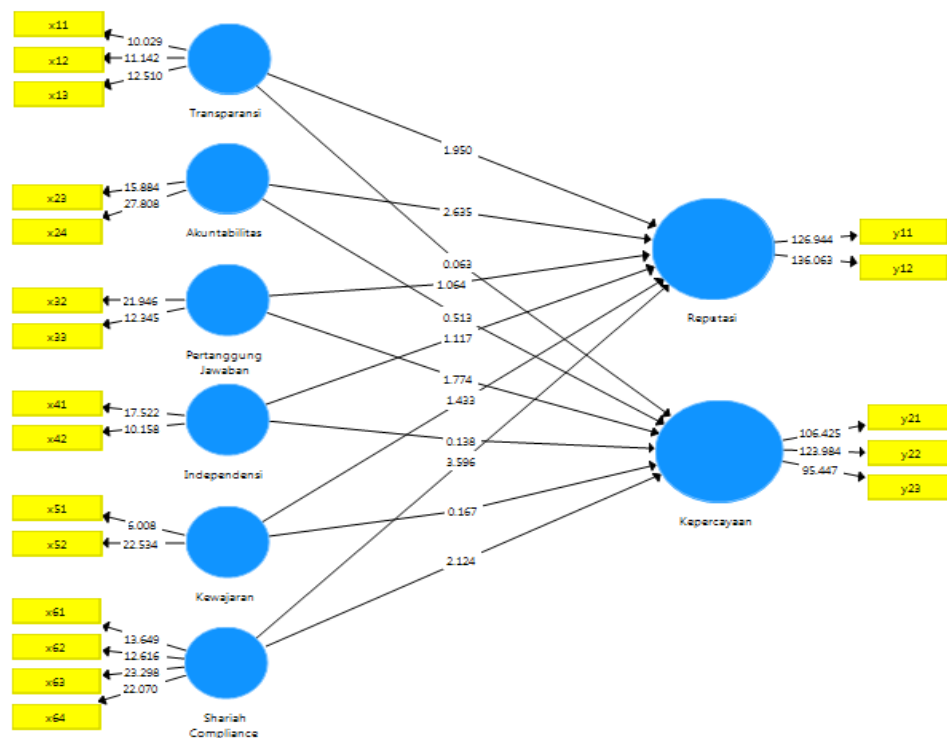
$$\text{GoF} = \sqrt{0.780 \times 0.52}$$

$$\text{GoF} = 0.637$$

Semakin besar nilai GoF yang didapat, maka semakin sesuai pula dalam menggambarkan sampel penelitian. Nilai GoF dapat dikategorikan *small* = 0.1, *GoF medium* = 0.25, *GoF large* = 0.38 (Tenenhaus, 2004 dalam Hussein, 2015). Di lihat dari hasil pengujian *R-Square*, *Q-Square* dan GoF pada model penelitian, maka diberi kesimpulan bahwa pengujian hipotesa dapat dilakukan.

4.2.2 Uji Hipotesis

4.2.2.1 Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Gambar 4.2 Hasil Pengujian *Bootstrapping*

Hasil pengujian hipotesis diatas didapatkan dari pengujian *Bootstrapping* dengan menggunakan bantuan *software SmartPLS 3.0*.

4.2.2.2 Uji Pengaruh Langsung

Pada penelitian ini hipotesis dapat dilihat dari nilai T-statistiknya. Dinyatakan berpengaruh secara langsung apabila hasil T-statistik > T-tabel (1.96) dengan menggunakan ($\alpha=0.05$) atau tingkat *error* sebesar 5%. Hasil uji pengaruh langsung masing-masing variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Pengaruh Langsung Variabel Laten

<i>Path</i>	<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standar Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
X1 → Y1	0.129	0.132	0.066	1.956	0.051
X1 → Y2	0.002	0.002	0.034	0.061	0.951
X2 → Y1	0.181	0.184	0.070	2.583	0.010
X2 → Y2	-0.017	-0.017	0.032	0.536	0.592
X3 → Y1	0.074	0.074	0.074	0.998	0.319
X3 → Y2	0.061	0.057	0.037	1.634	0.103
X4 → Y1	0.080	0.079	0.072	1.104	0.270
X4 → Y2	0.005	0.009	0.041	0.130	0.897
X5 → Y1	0.088	0.094	0.060	1.451	0.147
X5 → Y2	-0.005	-0.002	0.030	0.153	0.878
X6 → Y1	0.228	0.231	0.062	2.133	0.033
X6 → Y2	0.065	0.066	0.031	3.678	0.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.0, 2018

Untuk tingkat keyakinan 95% dengan jumlah responden 200 orang sebagai nasabah bank Muamalat Bandar Lampung maka T-tabel adalah sebesar (1.96). Apabila T-statistik > T-tabel, maka berpengaruh secara signifikan. Sebaliknya,

apabila $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$, maka tidak berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan pada tabel 4.7, maka dapat dijelaskan hasil pengujian secara langsung adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Transparansi Pada Reputasi

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa transparansi memiliki nilai koefisien sebesar 0.129 dengan nilai $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$ atau $1.956 < 1.96$. Artinya bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

2. Pengaruh Transparansi Pada Kepercayaan

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa transparansi memiliki nilai koefisien sebesar 0.002 dengan nilai $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$ atau $0.061 < 1.96$. Artinya bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

3. Pengaruh Akuntabilitas Pada Reputasi

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa akuntabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0.181 dengan nilai $T\text{-statistik} > T\text{-tabel}$ atau $2.583 > 1.96$. Artinya bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

4. Pengaruh Akuntabilitas Pada Kepercayaan

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa akuntabilitas memiliki nilai koefisien sebesar -0.017 dengan nilai $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$ atau $0.536 < 1.96$. Artinya bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

5. Pengaruh Pertanggung Jawaban Pada Reputasi

Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa pertanggung jawaban memiliki nilai koefisien sebesar 0.074 dengan nilai $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$ atau $0.998 < 1.96$. Artinya bahwa pertanggung jawaban tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

6. Pengaruh Pertanggung Jawaban Pada Kepercayaan

Hasil uji hipotesis keenam menunjukkan bahwa pertanggung jawaban memiliki nilai koefisien sebesar 0.061 dengan nilai T-statistik < T-tabel atau $1.634 < 1.96$. Artinya bahwa pertanggung jawaban tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

7. Pengaruh Independensi Pada Reputasi

Hasil uji hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa independensi memiliki nilai koefisien sebesar 0.080 dengan nilai T-statistik < T-tabel atau $1.104 < 1.96$. Artinya bahwa independensi tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

8. Pengaruh Independensi Pada Kepercayaan

Hasil uji hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa independensi memiliki nilai koefisien sebesar 0.005 dengan nilai T-statistik < T-tabel atau $0.130 < 1.96$. Artinya bahwa independensi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

9. Pengaruh Kewajaran Pada Reputasi

Hasil uji hipotesis kesembilan menunjukkan bahwa kewajaran memiliki nilai koefisien sebesar 0.088 dengan nilai T-statistik < T-tabel atau $1.451 < 1.96$. Artinya bahwa kewajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

10. Pengaruh Kewajaran Pada Kepercayaan

Hasil uji hipotesis kesepuluh menunjukkan bahwa kewajaran memiliki nilai koefisien sebesar -0.005 dengan nilai T-statistik < T-tabel atau $0.153 < 1.96$. Artinya bahwa kewajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

11. Pengaruh *Shariah Compliance* Pada Reputasi

Hasil uji hipotesis kesebelas menunjukkan bahwa *Shariah Compliance* memiliki nilai koefisien sebesar 0.228 dengan nilai T-statistik > T-tabel atau $2.133 > 1.96$. Artinya bahwa *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi.

12. Pengaruh *Shariah Compliance* Pada Kepercayaan

Hasil uji hipotesis keduabelas menunjukkan bahwa *Shariah Compliance* memiliki nilai koefisien sebesar 0.065 dengan nilai T-statistik $>$ T-tabel atau $3.678 > 1.96$. Artinya bahwa *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

Tabel 4.8
Hasil Penelitian

Hipotesis Penelitian	Hasil Uji
Pengaruh Transparansi Pada Reputasi	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Transparansi Pada Kepercayaan	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Akuntabilitas Pada Reputasi	Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Akuntabilitas Pada Kepercayaan	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Pertanggung Jawaban Pada Reputasi	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Pertanggung Jawaban Pada Kepercayaan	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Independensi Pada Reputasi	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Independensi Pada Kepercayaan	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Kewajaran Pada Reputasi	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh Kewajaran Pada Kepercayaan	Tidak Berpengaruh Signifikan
Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> Pada Reputasi	Berpengaruh Signifikan
Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> Pada Kepercayaan	Berpengaruh Signifikan

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Transparansi Pada Reputasi Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis pertama diketahui bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Transparansi akan dapat diraih jika pihak bank mampu menyediakan informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, serta dapat dengan mudah di akses. Karena, tansparansi merupakan keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan yang akan berdampak pada reputasi bank syariah.

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip transparansi terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia dikarenakan masih kurangnya keterbukaan terhadap informasi keuangan kepada nasabah, dan juga mengenai kemudahan dan ketepatan waktu dalam pemberian informasi kepada para nasabah, sehingga masih dinilai kurang memadai. Wardayati (2011) juga mengatakan bahwa, Bank Muamalat Indonesia diharapkan dapat lebih terbuka lagi mengenai informasinya dan juga diharapkan dapat meningkatkan kemudahan dan ketepatan waktu dari informasi yang diberikan kepada para pemangku kepentingan, dalam penelitian ini yaitu para nasabah Bank Muamalat Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati, 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa transparansi berkontribusi kecil terhadap reputasi bank syariah.

4.3.2 Pengaruh Transparansi Pada Kepercayaan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kedua diketahui bahwa transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Transparansi berhubungan dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, tepat waktu dan dapat dibandingkan dengan indikator-indikator yang sama.

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip tansparansi terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia disebabkan karena

kurangnya ketepatan waktu dan keakuratan dalam penyampaian informasi yang diberikan kepada nasabah, serta kurang jelasnya penyampaian informasi layanan pada Bank Muamalat Indonesia, sehingga para nasabah tidak dapat memanfaatkan informasi itu secara maksimal sesuai dengan kebutuhannya yang berujung pada menurunnya kualitas informasi tersebut. Penyampaian informasi kepada publik secara terbuka, benar, kredibel, dan tepat waktu akan memudahkan untuk menilai kinerja dan risiko yang dihadapi perusahaan (Purnomo, 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa transparansi berkontribusi kecil terhadap kepercayaan bank syariah.

4.3.3 Pengaruh Akuntabilitas Pada Reputasi Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis ketiga diketahui bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Akuntabilitas yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggung jawaban organ bank sehingga pengelolaannya berjalan secara efektif, sehingga semakin baik penerapan akuntabilitas pada bank syariah, maka cenderung semakin baik pula reputasi suatu bank syariah (Faozan, 2014). Menurut Sabrina (2010), prinsip akuntabilitas menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta mendukung usaha untuk menjamin keseimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebagaimana yang diawasi oleh dewan komisaris. Akuntabilitas juga mengharuskan informasi layanan yang diberikan untuk para nasabah akurat dan juga lengkap. Dalam penelitian ini, hasil yang didapat mengatakan bahwa para nasabah sudah cukup puas dengan keakuratan serta kelengkapan dari layanan informasi yang sudah diberikan oleh pihak bank syariah. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa akuntabilitas berkontribusi kecil terhadap reputasi bank syariah.

4.3.4 Pengaruh Akuntabilitas Pada Kepercayaan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis keempat diketahui bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia.

Meskipun akuntabilitas berpengaruh terhadap reputasi bank syariah, namun ini tidak berlaku untuk kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Hal ini dapat terjadi karena stigma faktor keagamaan lebih kuat dibandingkan dengan faktor lainnya (Wardayati, 2011). Akuntabilitas merupakan kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban organisasi bank sehingga pengelolaannya berjalan secara efektif. Bentuk implementasi dari akuntabilitas dapat berupa kebijakan-kebijakan yang diambil oleh Bank Muamalat di informasikan ke publik, serta kebijakan yang diambil konsisten dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Junusi, 2012).

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip akuntabilitas terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia dikarenakan sebagian nasabah masih ada yang merasa bahwa kebijakan yang diambil oleh Bank Muamalat Indonesia masih kurang dalam penginformasiannya kepada publik, sehingga mereka tidak dapat menilai apakah kebijakan tersebut sudah sesuai dan konsisten dengan peraturan yang berlaku atau belum. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa akuntabilitas berkontribusi kecil terhadap kepercayaan bank syariah.

4.3.5 Pengaruh Pertanggung Jawaban Terhadap Reputasi Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kelima diketahui bahwa pertanggung jawaban tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. *Responsibilitas* menurut Bank Indonesia adalah kesesuaian pengelolaan bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat. Prinsip ini diperlukan di bank syariah agar dapat menjamin terpeliharanya kesinambungan usaha bank dalam jangka panjang (Faizan, 2014). *Responsibility* memastikan dipatuhinya peraturan serta ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial. Penerapan prinsip ini diharapkan membuat perusahaan menyadari bahwa dalam kegiatan operasionalnya sering kali menghasilkan eksternalitas (dampak di luar perusahaan) negatif yang harus ditanggung masyarakat (Sabrina, 2010).

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip pertanggung jawaban terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia dikarenakan bank Muamalat dinilai masih kurang dalam hal peduli akan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, dimana para nasabah masih belum banyak melihat adanya kegiatan yang dilakukan oleh pihak bank dalam rangka peduli masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa akuntabilitas merupakan indikator terkecil dalam menjelaskan *shariah governance*, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanggung jawaban berkontribusi kecil terhadap reputasi bank syariah.

4.3.6 Pengaruh Pertanggung Jawaban Terhadap Kepercayaan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis keenam diketahui bahwa pertanggung jawaban tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Bank harus bertindak sebagai good corporate citizen (perusahaan yang baik). Untuk menjaga kelangsungan usahanya, bank harus berpegang pada prinsip kehati-hatian (*prudential banking practices*) dan menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku (Purnomo, 2016). Prinsip ini menekankan pada ketaatan perusahaan dalam menaati peraturan perundang-undangan, serta adanya sistem yang jelas untuk mengatur mekanisme pertanggung jawaban perusahaan pada para pemangku kepentingan, dalam hal ini adalah pertanggung jawaban pada layanan yang diberikan untuk para nasabah.

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip pertanggung jawaban terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia dikarenakan para nasabah tidak mengetahui dengan pasti, apakah bank Muamalat sudah menaati peraturan perundang-undangan dengan baik atau belum, hal ini bersangkutan dengan kurang terbukanya pihak bank kepada nasabahnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa akuntabilitas merupakan indikator terkecil dalam menjelaskan *shariah governance*, sehingga dapat

dikatakan bahwa pertanggung jawaban berkontribusi kecil terhadap kepercayaan bank syariah.

4.3.7 Pengaruh Independensi Terhadap Reputasi Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis ketujuh diketahui bahwa independensi tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Menurut Bank Indonesia, independensi adalah memiliki kompetensi, mampu bertindak obyektif dan bebas dari pengaruh/tekanan dari pihak manapun (independen) serta memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan bank syariah (Septiputri, 2013). Bank syariah harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain (Faozan, 2014).

Salah satu implementasi dari prinsip independensi adalah dengan cara melindungi kepentingan nasabah, sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi nilai dari reputasi bank syariah tersebut. Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip independensi terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia dikarenakan para nasabah masih ada yang ragu mengenai keamanan perlindungan terhadap kepentingan ataupun kerahasiaan milik para nasabah. Sebagian nasabah masih ada yang berpikir apakah benar pihak bank betul-betul menerapkan prinsip independensi dengan benar. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa independensi berkontribusi kecil terhadap reputasi bank syariah.

4.3.8 Pengaruh Independensi Terhadap Kepercayaan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kedelapan diketahui bahwa independensi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Dalam prinsip profesional terdapat unsur kemandirian dan bebas dari dominasi pihak lain dan berlaku objektif dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya. Dalam hubungan dengan penerapan prinsip profesional, bank syariah harus dikelola secara independen agar masing-masing organ perusahaan

beserta seluruh jajaran dibawahnya tidak boleh saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun yang dapat mempengaruhi obyektivitas dan profesionalisme dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya (Faozan, 2014). Bank harus menghindari terjadinya dominasi yang tidak wajar oleh *stakeholder* manapun dan tidak terpengaruh oleh kepentingan sepihak serta bebas dari benturan kepentingan (Purnomo, 2016).

Salah satu implementasi dari prinsip independensi adalah dengan cara bersikap objektif dalam pengambilan keputusan terhadap nasabah, keputusan yang diambil pihak bank dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank syariah tersebut. Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip independensi terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia dikarenakan pihak bank dirasa kurang objektif dalam pengambilan keputusan. Sebagian nasabah masih merasa bahwa perlakuan dalam pengambilan keputusan antar nasabah tidak sama. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa independensi berkontribusi kecil terhadap kepercayaan bank syariah.

4.3.9 Pengaruh Kewajaran Terhadap Reputasi Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kesembilan diketahui bahwa kewajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Menurut (Purnomo, 2016), bank harus senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders* berdasarkan azas kesetaraan dan kewajaran (*equal treatment*). Penurunan prinsip kewajaran dapat diketahui dari kurangnya kesempatan yang diberikan oleh pihak bank syariah kepada nasabah untuk mengajukan keluhan (Wardayati 2011). Implementasi dari prinsip ini adalah dapat berupa pemberian kesempatan bagi nasabah untuk mengajukan keluhan dan penindaklanjutan dari keluhan-keluhan nasabah yang sudah disampaikan pada pihak bank syariah. Semakin banyak keluhan nasabah yang ditindaklanjuti, dapat berpengaruh positif bagi reputasi bank syariah tersebut.

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip kewajaran terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia dikarenakan nasabah

masih ada yang sulit untuk mengemukakan pendapatnya, baik berupa masukan ataupun berupa kritikan. Masih terdapat nasabah yang belum mengetahui bagaimana ataupun dimana mereka dapat mengadukan keluhannya. Selain itu, untuk para nasabah yang sudah menyampaikan keluhannya, mereka masih merasa bahwa keluhannya tidak mendapat perhatian dari pihak bank atau bahkan keluhan mereka belum juga ditindaklanjuti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa kewajaran berkontribusi kecil terhadap reputasi bank syariah.

4.3.10 Pengaruh Kewajaran Terhadap Kepercayaan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kesepuluh diketahui bahwa kewajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Bank harus memberikan kesempatan kepada seluruh *stakeholders* untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan bank serta mempunyai akses terhadap informasi sesuai dengan prinsip keterbukaan. Apabila kurangnya kesempatan untuk menyampaikan keluhan, maka kemungkinan tindak lanjut dari keluhan itu pun kecil (Purnomo, 2016). Implementasi dari prinsip ini adalah dapat berupa memberikan perlakuan yang sama antar semua kepentingan nasabah bank syariah tersebut.

Dalam penelitian ini, tidak berpengaruh secara signifikannya prinsip kewajaran terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia dikarenakan sebagian nasabah masih ada yang merasa bahwa mereka masih belum mendapatkan perlakuan yang sama antar nasabah. Ada sebagian responden yang mengatakan bahwa terkadang terdapat pihak bank yang memberikan respon ataupun perlakuan berbeda untuk setiap nasabahnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa kewajaran berkontribusi kecil terhadap kepercayaan bank syariah.

4.3.11 Pengaruh *Shariah Compliance* Terhadap Reputasi Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kesebelas diketahui bahwa *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Bank syariah berkewajiban menerapkan prinsip syariah dalam seluruh aktivitas kegiatan usahanya. Keharusan ini dilatarbelakngi karena adanya keinginan umat Islam akan adanya sebuah bank yang dijalankan dengan prinsip syariah. Sebagaimana dalam Undang-Undang tentang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008 menjelaskan bahwa prinsip syariah dalam perbankan syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI (Purnomo, 2016).

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dalam beroperasinya harus mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam (Faozan, 2014). *Shariah compliance* merupakan penyumbang kontribusi terbesar didalam *shariah governance*. Sehingga bank syariah diharuskan lebih hati-hati lagi dalam melaksanakan pinsip-prinsip syariah (Wardayati, 2011). Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa *shariah compliance* berkontribusi besar terhadap reputasi bank syariah.

4.3.12 Pengaruh *Shariah Compliance* Terhadap Kepercayaan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan hasil analisis hipotesis keduabelas diketahui bahwa *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Menurut (Faozan, 2014), bank syariah harus menerapkan prinsip syariah dalam seluruh aktivitas kegiatan usahanya. Keharusan ini dilatar belakangi karena adanya keinginan umat Islam akan adanya sebuah bank yang dijalankan dengan prinsip syariah. *Shariah compliance* merupakan bentuk ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dalam beroperasinya harus mengikuti ketentuan-

ketentuan syariah khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Prinsip tersebut harus diterapkan pada akad-akad yang digunakan dalam produk-produk bank syariah (Purnomo, 2014). *Shariah compliance* juga merupakan faktor yang berkontribusi besar dalam kepercayaan nasabah terhadap suatu bank syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wardayati 2011) dan (Junusi, 2012) yang menunjukkan bahwa *shariah compliance* berkontribusi besar terhadap kepercayaan bank syariah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk membuktikan secara signifikan pengaruh implementasi *shariah governance* (*good corporate governance* dan *shariah compliance*) terhadap reputasi dan kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah *software Partial Least Square* (PLS) yaitu *SmartPLS* versi 3.0. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan melakukan beberapa langkah pengujian, yaitu : Penilaian *outer model* untuk menguji apakah variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid atau tidak, lalu yang kedua penilaian *inner model* untuk mengetahui apakah *shariah governance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi dan kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel akuntabilitas dan *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Sedangkan untuk variabel transparansi, pertanggung jawaban, independensi, dan kewajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi Bank Muamalat Indonesia. Untuk variabel *shariah compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia. Sedangkan untuk variabel transparansi, akuntabilitas, pertanggung jawaban, independensi, dan kewajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan Bank Muamalat Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta simpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi bank muamalat, diharapkan dapat lebih meningkatkan lagi penerapan dari prinsip-prinsip yang terdapat pada *Good Corporate Governance* sehingga implementasi dari *Shariah Governance* pun jadi lebih meningkat. Terutama pada indikator independensi yang memiliki pengaruh paling kecil di antara

semua indikator. Diperlukan peningkatan dalam pelayanan untuk para nasabah, seperti pemberian informasi yang lebih jelas, akurat, dan tepat waktu, bersikap objektif, serta adanya tindak lanjut dari keluhan yang telah disampaikan oleh nasabah. Dengan demikian, pengimplementasian dari *Shariah Governance* jadi meningkat yang akhirnya berdampak pada reputasi dan kepercayaan pada bank syariah pun meningkat.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap reputasi dan kepercayaan bank syariah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya agar diperoleh hasil yang lebih baik. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya perbedaan pemahaman responden tentang indikator pertanyaan pada kuisisioner.
2. Kurangnya pemahaman dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner serta sikap kepedulian dan keseriusan dalam menjawab pertanyaan yang ada.