BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Mayoritas penduduk yang beragama Islam ini, menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang potensial dalam perkembangan lembaga keuangan. Terlebih lagi pada era globalisasi ini banyak lembaga keuangan baik bank mapun non bank yang muncul. Perbankan merupakan *financial immedetiary* atau perantara, yang melaksanakan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana. Pada saat ini lembaga keuangan syariah juga cukup berkembang, seperti yang terlihat pada saat ini bank mapun non bank yang berbasis konvensional atau syariah sudah banyak yang berdiri dan beroperasi. Berdirinya bank atau lembaga keuangan di Indonesia di dasari oleh berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, menjadi Bank Syariah pertama di Indonesia yang berdiri.

Tabel 1.1

Total BUS, UUS, dan BRPS di Indonesia Tahun 2014-2017

	2014	**2015**	**2016**	**2017**
BUS	11	12	13	13
UUS	22	22	21	21
BPRS	163	163	166	166

Sumber: data statistik perbankan syariah 2014-2017 (www.ojk.go.id), diakses tanggal 25 Februari 2019.

Dari data diatas, perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin berkemabang dari tahun ketahun. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan semakin kompetitif bagi industri perbankan. Maka dari itu kepuasan merupakan senjata untuk memebntuk kepuasan nasabah dan mendapatkan laba

Tabel 1.2

Jaringan kantor individual perbankan syariah tahun 2017

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK	Total
1	PT Bank Aceh Syariah	28	86	18	130
2	PT Bank Muamlat Indonesia	83	191	80	354
3	PT Bank Victoria Syariah	9	5	-	14
4	PT Bank BRI Syariah	52	205	12	269
5	PT Bank Jabar Banten Syariah	9	56	1	66
6	PT Bank BNI Syariah	68	171	18	257
7	PT Bank Syariah Mandiri	130	437	54	621
8	PT Bank Mega Syariah	32	33	1	66
9	PT Bank Panin Syariah	16	5	1	22
10	PT Bank Syariah Bukopin	12	7	4	23
11	PT BCA Syariah	11	8	3	22
12	PT May Bank Syariah Indonesia	1	-	-	1
13	PT Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah	23	3	-	28

Sumber: Data jaringan Bank Umum Syariah dari OJK 2017

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia menjadi Bank Umum yang memiliki Kantor Cabang (KC), Kantor Cabang Pembantu (KCP) dan Kantor Kas (KK) yang cukup besar. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Indonesia dapat menjadi bank pilihan nasabah atau masyarakat yang kredibilitasnya bagus dan mudah ditemui di setiap kota. Produk-produk tabungan Bank Muamalat juga sudah mudah diakses melalu jaringan internet, agar memudahkan nasabah untuk bertransaksi sewaktu-waktu. Dengan kemudahan yang diberikan oleh Bank Muamalat, diharapkan kedepannya Bank Muamalat tetap dan dapat menjadi pelopor Bank syariah di Indonesia.

Munculnya lembaga keuangan baik bank mapun non bank pada saat ini merupakan masalah bagi lembaga keuangan untuk bagaimana cara perusahaan memberikan kepuasan kepada nasabah. untuk membentuk kepuasan yang diberikan kepada nasabah adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, produk yang bagus, serta bagi hasil yang adil. Apabila konsumen atau nasabah puas, maka konsumen diharapkan untuk membeli ulang produk dan menggunakan jasa di lembaga keuangan tersebut. Hal ini berarti kepuasan merupakan kunci utama untuk konsumen/ nasabah kembali lagi melakukan transaksi yang hal tersebut akan berdampak pada laba perusahaan.

Agar dapat meningkatkan jumlah penghimpunan dana atau dana pihak ketiga, Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri perlu

memperhatikan harapan atau keinginan para nasabahnya. Dengan terpenuhinya harapan nasabah, maka nasabah akan merasakan kepuasan, begitu juga sebaliknya jika harapan nasabah tidak terpenuhi maka nasabah akan merasa kecewa.[1]

Tabel 1.3

Rincian Jumlah Tabungan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri Tahun 2015-2017

Produk Tabungan	**Tahun**		
	2015	**2016**	**2017**
Giro Wadi'ah	924.039.940.250	931.459.540.000	815.317.287.250
Tabungan Wadi'ah	488.930.173.000	559.654.331.500	681.999.647.500
Deposito Wakalah	1.412.970.113.250	1.377.863.867.000	1.587.216.934.500
Tabungan Mudharabah	2.702.294.721.250	2.425.201.792.250	2.550.169.256.000
Deposito Mudharabah	6.937.757.793.750	6.520.193.457.500	7.546.257.496.500
Sukuk Mudharabah	375.000.000.000	375.000.000.000	477.837.500.000
Total	**12.858.929.741.500**	**12.189.372.988.250**	**13.658.898.122.000**

Sumber: Laporan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri 2015-2017

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat tabungan dari tahun 2015 sampai 2017 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Persaingan dalam dunia perbankan memang sangat diminati dan ini juga bisa menunjukkan bahwa bank Muamalat Indoensia Kantor Cabang Kediri semakin berkembang dan mengalami kemajuan yang cukup pesat. Saat ini

[1] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian,* (Yogyakarta: ANDI Offset, 2014), hlm 353.

produk yang ditawarkan Bank Muamalat sudah sangat beragam dan kemudahannya supaya nasabah di Bank Muamalat semakin puas.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ediyansah yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk, menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangakn variabel yang lebih dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Diperoleh kesimpulan bawa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri (persero) Tbk.[2]

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.[3] Pada dasarnya, tujuan perusahaan/ lembaga keuangan yang menganut konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dan masyarakat lain dalam pertukarannya untuk mendapatkan laba. Ini berarti konsep pemasaran mengajarkan bahwa perumusan strategi pemasaran sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen berdasarkan kebutuhan dan keinginan

---

[2] Teuku Ediyansah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk*, Jurnal Ekonomi, 2014).

[3] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salmeba Empat, 2006) hlm 15.

konsumen.[4] Konsep pemasaran di fokuskan untuk mencapai kepuasan pelanggan atau konsumen dengan tujuan bahwa pembelian dan pembelian ulang akan dilakukan apabila pelanggan (individual) mendapatkan kepuasan dalam pembelian.

Konsep pemasaran beorientasi pada pelanggan (lingkungan eksternal), dengan anggapan konsumen hanya akan bersedia membeli produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan mencapai kepuasan konsumen. Implikasinya, fokus aktivitas pemasaran dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan adalah berusaha memuaskan pelanggan yang dijabarkan dalam kegiatan pemasaran.[5]

Tujuan dari pemasaran pada perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan semaksimal mungkin kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan pada dunia perbankan harus diartikan secara menyeluruh, artinya nasabah akan merasa puas bila komponen kepuasan tersebut dapat terpenuhi secara lengkap. Komponen kepuasan nasabah dalam dunia perbankan termasuk dalam dimensi kualitas pelayanan yaitu, *tangibles, responsivitas, assurance, reliabilitas, dan emphaty.*[6] Strategi dalam pemasaran jasa sendiri dapat dilakukan melalui strategi marketing mix 4P, yaitu *product, place, price, promotion,* dan secara spesifik untuk bisnis jasa marketing mix dilengkapi dengan 3P + *customers service*

---

[4] Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta: BPFE), hlm 122.
[5] Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Jasa,* (yogyakarta: ANDI) hlm 5.
[6] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: Kencana:2006), hlm 67-68.

khusus jasa yaitu *people, process, physichal evidence* dan *customer service.*[7]

Elemen bauran pemasaran yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan konsep marketing mix, kualitas pelayanan termasuk unsur *process, people, customer service,* dan *physichal evidence* kualitas produk termasuk kedalam unsur *product* dan bagi hasil termasuk kedalam unsur *price*. Peneliti mengambil beberapa elemen tersebut karena *process, poeple, customer service, physichal evidence, product* dan *price* sering menjadi pertimbangan nasabah untuk melakukan penyimpanan dananya pada lembaga keuangan. Sehingga mengharuskan penetapan *process, people, customer service, physichal evidence* dalam bentuk kualitas pelayanan, serta *product* dalam bentuk kualitas produk, dan *price* yang dalam arti bagi hasil harus diperhatikan guna meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam hal ini, *price* adalah sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan barang mapun jasa. Sedangkan *process* merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan[8] dan *product* merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dalam hal ini bank dapat dinilai memiliki reputasi

---

[7] Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm 92.

[8] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 214.

baik melalui produk yang dimiliki.[9] Sehingga, demi kesuksesan perusahaan (pemasar) harus mampu merencanakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang akan memaksimalkan kepuasan pelanggan dan akan mengakibatkan loyalitas pelanggan.

Dalam hal ini kualitas pelayanan yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri dengan menyediakan produk yang dibutuhkan nasabah serta kecepatan dalam melayani, agar nasabah mempunyai persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, maka penyedia layanan harus mengetahui apa yang diharapkan oleh nasabah, sehingga tidak terjadi perbedaan antara kinerja yang diberikan dengan harapan nasabah, yang akhirnya nasabah merasa puas dan mempersepsikan secara baik atas kualitas pelayanan yang diterimanya.[10]

Tabel 1.4

JUMLAH KARYAWAN BANK MUAMALAT KANTOR CABANG KEDIRI

Jabatan	**Jumlah**	**Jabatan**	**Jumlah**
Branch Manager	1	Sub Branch Manager	3
BDM	1	BOM	1
RM Funding	3	RM Launching	2
BC	2	Teller	3

[9] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 76

[10] Akh Muwafik Saleh, *Public Service Communication Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-kisah Pelayanan*, (Malang: UMM Press, 2010), hal. 102

Jabatan	Jumlah	Jabatan	Jumlah
BO	1	Customer Service	2
Driver	4	Security	4
	12	+	19
Total	31		

Sumber: struktur organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

Dari data diatas, jumlah karyawan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah 30 orang. Penempatan posisi atau jabatan yang sesuai juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dalam melayani nasabah. Dalam melayani nasabah menabung atau menarik uangnya, Bank Muamalat memiliki 2 Teller yang dirasa cukup dan dapat melayani nasabah dengan baik dan cepat.

Variabel kedua yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Didalam atribut produk terdapat kualitas produk. Atribut produk adalah karakteristik atau ciri suatu produk.[11] Atribut produk merupakan hal yang berhubungan dengan produk, adapun manfaat yang disampaikan oleh atribut produk adalah seperti mutu, sifat dan rancangan. Karena setiap konsumen pasti telah mempertimbangkan kualitas yang dimiliki produk tersebut. Produk-produk yang ditawarkan biasanyan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Ketika nasabah merasa terpenuhi keinginan dan kebutuhannya, maka nasabah akan mersa puas.

[11] Risjanti Prasetyo, *Perilaku Konsumen Ed 1*, (Yogyakarta: Andi, 2005) hlm 14.

Penetapan bagi hasil merupakan salah satu elemen pemasaran yang paling penting untuk diperhatikan untuk membentuk kepuasan nasabah. Bagi hasil adalah prosentase keuntungan yang akan diperoleh *shahibul mal* dan *mudharib* yang ditentukan berdasarkan kesepakatan antara keduanya.[12] Dengan hal ini penetapan bagi hasil disuatu lembaga keuangan harus ditentukan dengan benar, artinya tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Dengan tujuan memberi kepuasan nasabah untuk menggunakan produk dari lembaga tersebut. Tingkat bagi hasil merupakan faktor yang begitu dominan dalam mendorong seseorang nasabah dalam membuka rekening atau menyimpanan dananya di bank syariah, maka pihak manajemen bank harus melakukan persaingan tingkat bagi hasil dengan bank lain secara berkelanjutan, karena nasabah mempertimbangkan tingkat bagi hasil dalam menentukan apakah ia akan menabung atau tidak di suatu bank syariah.

Dari ketiga varibel yang telah dijelaskan diatas merupakan satu kesatuan didalam keberlangsungan serta peningkatan persaingan dalam lembaga keuangan dunia perbankan. Kualitas pelayanan jasa ditujukan kepada nasabah untuk memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dan memberikan perasaan puas/ senang tersendiri jika layanan jasa yang diberikan oleh pihak lembaga keuangan tersebut baik. Dengan memberikan pelayanan yang baik, kualitas produk yang baik, Bank Muamalat juga memberikan bagi hasil yang adil kepada nasabah sesuai

[12] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 27

dengan porsi yang diberikan. Sehingga anggota merasa aman dan senang bertransaksi di bank Mualamat. Hal tersebut juga akan memberikan kesinambungan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menabung di Bank Muamalat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraiakn diatas, maka dari sinilah penulis tertarik untuk meneliti bagaimana ***"Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri".***

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan bahasan yang dapat mucul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasikan beberapa masalah yang ada terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Kualitas pelayanan dalam melayani nasabah memang sangat diperlukan guna untuk membentuk suatu perasaan puas nasabah. Jika kualitas pelayanan yang diberikan melebihi harapan nasabah, maka kepuasan maksimal dapat terjadi. Kualitas produk juga berperan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, apabila produk yang digunakan nasabah baik, maka kepuasan dapat terjadi. Serta bagi hasil yang adil atas penyimpanan dananya di Bank, juga akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri?
3. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
2. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
3. Untuk menguji apakah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

4. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi berbagai pihak, seperti:

1. Kegunaan Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan memperluas wawasan ilmu yang berkaitan dengan pemasaran mengenai perilaku konsumen terkait dengan kepuasan nasabah menabung, dan untuk memperluas pengetahuan umum lainnya.

2. Kegunaan Praktis

   a. Bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri

      Penelitian ini dapat bermanfaat bagi Bank Muamalat Cabang Kediri sebagai bahan pertimbangan bagi Bank Muamalat dalam melayani nasabah dan peningkatan kepuasan nasabah.

   b. Kegunaan Bagi Pihak Akademik

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

   c. Kegunaan bagi Peneliti Selanjutnya

      Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta dapat

menjadi referensi tentang penelitian yang sejenis dengan faktor yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi masalah agar pembahasan lebih terarah. Adapun ruang lingkup dalam skripsi ini adalah mengenai pengaruh kualitas pelayanna, kualitas produk dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Peneliti menilai kepuasan nasabah dilihat dari 3 variabel. Variabel pertama kualitas pelayanan, variabel ini dinilai dengan cara mengamati seluruh kegiatan pealayanan karyawan kepada nasabah selama jam kerja di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Variabel kedua kualitas produk, diamati dengan produk-produk tabungan yang digunakan oleh para nasabah, serta variabel ketiga bagi hasil dinilai dengan pemberian bagi hasil pendanaan yang diberikan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri sesuai dengan porsinya.

Keterbatasan penelitian ini hanya terbatas pada varriabel kualitas pelayanan (X1) kualitas produk (X2) dan bagi hasil (X3) terhadap kepuasan nasabah menabung (Y) dan juga terbatasnya data dari tempat penelitian serta dari peneliti waktu dan biaya.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Koseptual

   a. Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu; kadar; derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan).[13]

      Pelayanan adalah perihal atau cara melayani: usaha untuk melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan.[14]

      Jadi kuallitas pelayanan adalah sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keuntungan tersebut memenuhi keinginan nasabah.

   b. Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu; kadar; derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan)[15]

      Produk adalah sesuatu barang atau jasa yang dihasilkan.

      Jadi kualitas produk adalah tingkat baik buruknya suatu barang atau jasa yang dihasilkan.

   c. Bagi hasil merupakan suatu pecahan dari yang utuh secara adil.[16]

      Jadi bagi hasil adalah keuntungan yang akan diperoleh *shahibul mal* dan *mudharib* yang ditentukan berdasarkan kesepakatan antara keduanya.[17]

---

[13] Kamus Bahasa Indonesia, (Pusat Bahasa, Jakarta, 2008) hlm 763.
[14] Kamus Bahasa Indonesia...hlm 826.
[15] Kamus Bahasa Indonesia, (Pusat Bahasa, Jakarta, 2008) hlm 763.
[16] *Kamus Bahasa Indonesia*...hlm 117
[17] Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011) hlm 95

d. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk riil/ aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.[18]

e. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari orang yang kelebihan dan menyalurkan dana kepada orang yang membutuhkan dana. Bank syariah merupakan lembaga *intermediatery* (perantara).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberi kejalasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah menabung adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil terhadap kepuasan nasabah menabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

[18] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Periliaku Konsumen.* (Bogor: Ghalia Indonesia. 2011), hlm 180.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam pemahaman yang dibahas, maka konsep yang telah disusun ini dibagi menjadi enam bab. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang yang menjadi objek penelitian dan alasan diangkatnya judul judul tersebut. Selanjutnya membahas rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dan definisi operasional terkait Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap kepuasan menabung nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri dan sistematika penulisan skipsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang kerangka teori pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan menabung nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis untuk menjelaskan fenomena hasil penelitian sebelumnya. Teori yang digunakan antara lain teori tentang bank syariah, kepuasan konsumen dan perilaku konsumen.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian yang diawali pendefinisian sampai dengan teknis analisis data. Secara rinci, bab ini terdiri dari lokasi penelitain, objek penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis sata.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran perusahaan, sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data yang meliputi analisis stastisik, hasil pengujian hipotesis

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan rumusan masalah I, rumusan masalah II, rumusan masalah III, dan rumusan masalah IV.

BAB VI KESIMPULAN

Bab ini berisi simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian yang menunjukkann kemungkinan penerapannya, kelebihan dan kekurangan. Saran-saran yang diberikan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi peneliti yang akan datang.