

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pembukaan kantor bank syariah terdapat faktor khusus yang digunakan sebagai pertimbangan, yaitu jumlah penduduk beragama islam dan jumlah jemaah haji.² Kedua faktor tersebut dapat menggambarkan potensi konsumen secara spesifik. Kepala Otoritas Jasa Keuangan Regional 4 Jawa Timur dalam Antaranews menyebutkan potensi perbankan syariah di Jawa Timur cukup besar dengan jumlah penduduk muslim mencapai 97%.³ Disamping itu Jawa Timur juga tercatat memiliki jumlah jemaah haji yang diberangkatkan terbanyak kedua di Indonesia pada tahun 2018, yaitu sebanyak 35.286.⁴ Oleh sebab itu, tidak heran apabila tingkat persaingan antar perbankan sangat ketat dalam menawarkan produk dan layanan berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan tabel 1.1 pertengahan tahun 2020, Jawa Timur memiliki 282 kantor bank syariah yang tersebar di berbagai kabupaten atau kota. Hal ini menunjukkan ketatnya persaingan yang terjadi antar bank syariah yang ada di Jawa Timur. Persaingan didominasi oleh kelompok bank umum syariah yang

² Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: Grasindo, 2003), hal. 186

³ Ibrahim, "OJK Sebut Potensi Bank Syariah di Jatim Belum Tergarap Maksimal", *Antaranews* dalam <https://m.antaranews.com/amp/berita/885288/ojk-sebut-potensi-bank-syariah-di-jatim-belum-tergarap-maksimal>, diakses 11 September 2020

⁴ Badan Pusat Statistik, *Statistik Indonesia 2019*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2019), hal. 217

beroperasional dengan 44 kantor cabang, 143 kantor cabang pembantu, dan 44 kantor kas.⁵

Tabel 1.1
Sebaran Jaringan Kantor Bank Syariah di Jawa Timur

Kelompok Bank		Jumlah
Bank Umum Syariah	Kantor Pusat Operasional/ Kantor Cabang	44
	Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah	143
	Kantor Kas	22
Unit Usaha Syariah	Kantor Pusat Operasional/ Kantor Cabang	22
	Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah	20
	Kantor Kas	4
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah		27
Total		282

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Juni 2020

Salah satu cara yang baik untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, yaitu melalui program pemasaran yang dirancang secara kreatif dan dilaksanakan dengan baik. Program pemasaran diharapkan mampu menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lamanya. Perusahaan yang berpusat pada pelanggan mempunyai keahlian dalam membangun hubungan pelanggan bukan hanya produk, tetapi mereka ahli dalam rekayasa pasar.⁶

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk merupakan bank umum syariah yang didirikan sejak tahun 1991, tak heran jika bank ini dikenal sebagai pionir di industri perbankan syariah di Indonesia. Pendekatan yang berpusat pada nasabah ditampilkan melalui nilai-nilai muamalat, yaitu “Muamalat IDEAL (Islami, Modern, Profesional)”. Islami diwujudkan dengan menjaga integritas dalam setiap aktivitas sesuai dengan ajaran islam, etika dan aturan yang berlaku. Modern

⁵ OJK, *Statistik Perbankan Syariah*, (Jakarta: OJK, 2020), hal. 5

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*, terj. Bob Sebran, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 133

diwujudkan dengan cara berpikir positif dan terbuka terhadap perubahan, serta tanggap dan inovatif dalam memberikan solusi. Profesional artinya kompeten dan bertanggung jawab terhadap tugas dan kewajiban, serta berorientasi pada proses dan layanan prima.⁷

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memastikan nasabahnya mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik dengan terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada produk dan layanannya. Inovasi-inovasi yang dilakukan membantu bank ini mendapatkan penghargaan *innovative company in quickly responding to customer problems in islamic digital financial services* kategori *islamic banking* pada 22 Februari 2019 oleh Warta Ekonomi. Dedikasinya kepada nasabah juga memungkinkan bank ini untuk membentuk hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, terbukti dengan diperolehnya peringkat pertama *satisfaction loyalty engagement awards 2019* oleh Infobank.⁸

Salah satu kantor cabang utama PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk yang beroperasi di Jawa Timur, yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri yang didirikan pada tanggal 15 Maret 2004 di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan, Kota Kediri. Lokasinya yang terbilang strategis yaitu berada di sekitar pusat perbelanjaan dan alun-alun kota Kediri membuat daya tarik tersendiri untuk nasabah karena mudah untuk mengaksesnya.

Strategi pemasaran yang kreatif sangat penting ditetapkan dan dilaksanakan dengan baik oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri agar menjadi unggul, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Kotler dan

⁷ PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, *Laporan Tahunan 2019: Transformasi untuk Pertumbuhan yang Berkelanjutan*, hal. 89

⁸ *Ibid.*, hal. 12

Keller yang menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang adalah mampu menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan.⁹ Melihat banyaknya pesaing di bidang perbankan baik konvensional maupun syariah di Kota Kediri, penulis berpendapat bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri perlu untuk menarik minat masyarakat untuk menabung di bank tersebut. Kantor cabang yang tergolong baru, ibarat manusia masih berada di usia remaja di mana keadaannya belum stabil sementara tingkat persaingan semakin gencar dengan berbagai strategi untuk menarik nasabah baru maupun mempertahankan nasabah lama. Pendapat ini diperkuat dengan adanya kecenderungan penurunan jumlah DPK di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri selama lima tahun terakhir.

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah DPK PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk
Cabang Kediri Periode 2015-2019



Sumber : Data Diolah dari PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri

Berdasarkan gambar 1.1, PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri selama tahun 2015 sampai 2019 jumlah DPK mengalami penurunan, kecuali pada

⁹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 153

tahun 2017 yang mengalami peningkatan sebesar 6.766 miliar rupiah. Namun tahun berikutnya terus mengalami penurunan jumlah DPK yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Padahal keberadaan Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu perbankan. Keberhasilan perbankan juga dapat diukur dengan melihat kemampuannya membiayai kegiatan operasional dari sumber dana ini. Melihat kondisi tersebut, penulis tertarik untuk menjadikannya sebagai lokasi penelitian mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat menabung nasabah pada bank tersebut.

Menciptakan minat nasabah untuk menabung di bank syariah sangat penting untuk keberlangsungan operasional bank. Suatu bisnis dapat dikatakan sukses apabila berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Dewasa ini nasabah lebih terdidik dan lebih berpengalaman. Mereka mempunyai sarana misalnya internet, nasihat keluarga dan teman, informasi dan janji pemasar, serta pengalaman pembelian masa lalu. Banyak faktor yang mempengaruhi seorang nasabah untuk memutuskan bertransaksi pada suatu bank.

Pelayanan yang diberikan bank menjadi hal yang diperhitungkan oleh nasabah ketika memutuskan melakukan transaksi pada bank tersebut. Ketika suatu bank menerapkan standar pelayanan yang mampu memberikan rasa kepuasan pada diri nasabah, maka nasabah akan menetapkan bank tersebut sebagai referensi utama untuk kebutuhan perbankannya. Maka sangat tepat apabila bank sebagai penyedia jasa untuk memperhatikan kualitas dari pelayanan yang diberikan.

Tabel 1.2
Program Peningkatan Kualitas PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk

No	Program
1	Mengevaluasi dan meningkatkan kebijakan dan prosedur secara berkala dalam rangka menjaga efektivitas, kecukupan dan kesesuaian kebijakan dan prosedur yang dimiliki dengan ketentuan dan perundangan yang berlaku.
2	Direksi secara berkesinambungan melakukan upaya-upaya untuk memperbaiki kinerja bank dengan memperhatikan aspek kehati-hatian dan tata kelola yang baik.
3	Melakukan penyempurnaan struktur organisasi bank sejalan dengan fokus bisnis bank.
4	Secara berkesinambungan melakukan pelatihan dan sertifikasi kepada pejabat dan pegawai.
5	Melakukan sosialisasi kode etik bank dan <i>corporate culture</i> .
6	Setiap karyawan diwajibkan untuk membuat persetujuan secara elektronik surat pernyataan kepatuhan, pelaksanaan GCG dan deklarasi anti <i>fraud</i> secara berkala.
7	DPS dan <i>Compliance</i> Syariah melakukan pengawalan terhadap penerbitan produk dan aktivitas bank agar sesuai dengan aspek syariah termasuk melakukan uji petik dalam memastikan penerapan kepatuhan syariah di unit bisnis.

Sumber: Laporan Tahunan 2019, Bank Muamalat

Tabel 1.2 menunjukkan kesungguhan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk para nasabahnya. Semua program tersebut dilakukan dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik. Berawal dari kualitas pelayanan akan berdampak pada minat masyarakat untuk menabung di bank ini. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang memenuhi persyaratan, harapan, dan kepuasan sehingga memunculkan minat nasabah untuk bertransaksi ulang di bank tersebut. Banyak penelitian yang sudah membuktikan hubungan kualitas pelayanan dan minat menabung, salah satunya yang dilakukan oleh Fitri Al Faqih yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.¹⁰

¹⁰ Fitri Al Faqih, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah pada Tabungan Marhamah PT Bank Sumut KCP Syariah Karya", dalam *AL-INFAQ : Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 11, No. 1, 2020, hal. 22-38

Penentuan lokasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dengan baik dan mendalam dengan memperhatikan sumber daya yang akan dipakai. Begitu juga untuk produk jasa, penentuan lokasi sangat penting karena konsumen sendiri yang akan datang menikmati jasa di tempat. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar pelanggan dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Maslina Setyaningrum yang memperoleh hasil bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.¹¹

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengujinya dalam penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan bagian yang menjelaskan kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian dengan melakukan identifikasi dan inventarisasi sebanyak-banyaknya kemungkinan yang dapat diduga sebagai masalah. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dirasa penting untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang

¹¹ Maslina Setyaningrum, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Anggota Menabung di Kopontren Al-Barkah Wonodadi Blitar*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

Kediri. Di mana pada penelitian ini faktor-faktor tersebut dikhususkan pada kualitas pelayanan dan lokasi.

Adapun permasalahan yang dapat diidentifikasi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas pelayanan, pelayanan dan produk yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri terus mengalami perbaikan dan penyempurnaan sebagai upaya untuk menjaga kualitasnya.
2. Lokasi, PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri terbilang strategis yaitu di sekitar pusat perbelanjaan dan alun-alun kota Kediri, akses menuju ke lokasi juga mudah, walaupun di kota Kediri banyak bank-bank yang beroperasi namun lokasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri berjauhan dengan bank lainnya.
3. Minat menabung, terjadi penurunan minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Hal ini dapat dilihat dari jumlah DPK lima tahun terakhir yang cenderung mengalami penurunan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri?

3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan diadakan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap minat menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat berguna bagi berbagai pihak diantaranya, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pembaca dan menambah wawasan serta mengembangkan disiplin ilmu pengetahuan tentang pentingnya pengembangan strategi pemasaran untuk

menarik minat menabung dalam lembaga keuangan syariah, seperti kualitas pelayanan dan lokasi.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri sebagai lembaga keuangan syariah agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya dengan mengembangkan strategi pemasaran, seperti strategi kualitas pelayanan dan lokasi untuk meningkatkan minat menabung pada bank tersebut.

b. Bagi Akademik

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini bisa menambah koleksi kepustakaan di IAIN Tulungagung, dan memberikan hasil penelitian yang bermanfaat bagi pembaca.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini bisa menjadi salah satu bahan referensi tambahan bagi penelitian dengan tema yang sejenis, sehingga ilmu pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah bisa terus diikuti perkembangannya.

d. Bagi Masyarakat

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi sebagai pertimbangan untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri karena adanya kualitas

pelayanan yang terjaga dan lokasi strategis yang dapat diperoleh nasabah.

F. Penegasan Istilah

Sebagai upaya untuk menghindari multitafsir istilah yang dipakai dalam skripsi yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri*”, maka penulis memandang perlu adanya penegasan terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul baik secara konseptual maupun operasional.

1. Definisi Konseptual, yaitu definisi yang bersumber dari kamus atau bahan kajian literatur yang relevan dengan penelitian.¹² Dalam penelitian ini definisi dari setiap variabel yang digunakan secara konseptual sebagai berikut:
 - a. Kualitas Pelayanan menurut A. Parasuraman, et. all., adalah ukuran seberapa baik level layanan yang diberikan dengan harapan konsumen. Memberikan kualitas layanan berarti sesuai dengan harapan pelanggan secara konsisten.¹³
 - b. Lokasi bank menurut Kasmir adalah tempat diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan.¹⁴
 - c. Minat menabung menurut Aisyah adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap

¹² Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung: FEBI IAIN Tulungagung, 2017), hal. 29

¹³ A Parasuraman, et. all., “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, dalam *The Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4, 1985, hal. 42

¹⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 145

kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.¹⁵

2. Definisi Operasional, yaitu definisi variabel secara operasional, praktik, riil, nyata dalam lingkup objek penelitian.¹⁶ Definisi operasional menjelaskan suatu variabel agar dapat diukur dengan melihat pada dimensi/ indikatornya”.¹⁷ Dalam penelitian ini definisi dari setiap variabel yang digunakan secara operasional sebagai berikut:

a. Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik pelayanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri kepada nasabahnya. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan mengacu pada dimensi CARTER yang dirumuskan Othman dan Owen, yaitu:

- 1) *Compliance*, kemampuan perusahaan untuk memenuhi hukum dan prinsip-prinsip islam dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.
- 2) *Assurance*, kemampuan perusahaan dalam menanamkan rasa kepercayaan dan keyakinan pelanggan kepada perusahaan.
- 3) *Reliability*, kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan dengan meyakinkan dan akurat.
- 4) *Tangibles*, kemampuan perusahaan dilihat dari penampilan fasilitas, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.

¹⁵ Aisyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung (Study Kasus pada PT. Bank Mega Syariah Cabang Semarang*, (Semarang : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 13

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan...*, hal. 29

¹⁷ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 97

- 5) *Empathy*, kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian yang mendalam dan spesifik kepada setiap pelanggan.
 - 6) *Responsiveness*, kemampuan perusahaan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan dengan cepat.¹⁸
- b. Lokasi merupakan tempat PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri beroperasi. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur lokasi dalam penelitian ini mengacu pada Julyanthry, et. all., yaitu:
- 1) Akses, yaitu kemudahan keluar dan masuk ke dan dari jalan raya menuju lokasi, serta kemudahan mendapatkan sarana angkutan umum.
 - 2) Jarak penglihatan, yaitu nampak dari jalan umum atau mudah mencari lokasi yang dimaksud dan dapat memasang berbagai petunjuk jalan menuju lokasi.
 - 3) Lalu lintas, yaitu tingkat kemacetan atau kelancaran jalan raya.
 - 4) Parkir, yaitu adanya sarana parkir yang memadai.
 - 5) Persaingan, yaitu lokasi pesaing.¹⁹
- c. Minat menabung merupakan kekuatan yang mendorong nasabah untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Kediri yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang. Indikator

¹⁸ AbdulQawi Othman & Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House)", dalam *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3, No. 1, 2001, hal. 10

¹⁹ Julyanthry, et. all., *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 46

yang digunakan untuk mengukur minat menabung dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu bertransaksi dengan produk atau jasa yang telah dikonsumsinya.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk atau jasa yang sudah dikonsumsi, sehingga juga dikonsumsi oleh orang lain dengan referensi pengalaman konsumsinya.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk atau preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk atau jasa yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk atau jasa yang dilanggannya.²⁰

G. Sistematika Skripsi

Sistematika skripsi ini berisi mengenai urutan-urutan yang sistematis berhubungan dengan pembahasan yang ada dalam skripsi. Sistematika skripsi ini penulis susun untuk mempermudah dan memberikan alur kajian atau pembahasan

²⁰ Basrah Saidani dan Samsul Arifin, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market", dalam *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No. 1, 2012, hal. 7

yang harus dilakukan. Adapun sistematika pembahasan terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama, bagian akhir.

Bagian awal terdapat halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman pernyataan, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari beberapa bab seperti yang dijelaskan sebagai berikut.

Bab I pendahuluan, terdiri dari latar belakang yang mengemukakan alasan yang melatarbelakangi suatu masalah penting untuk diteliti. Kemungkinan-kemungkinan yang diduga sebagai masalah selanjutnya dibahas dalam identifikasi masalah. Permasalahan yang sudah tergambar akan diusahakan untuk diselesaikan melalui pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah. Mengacu pada rumusan masalah, dapat diungkapkan sasaran-sasaran yang ingin dicapai dalam tujuan dan kegunaan penelitian. Setelah itu variabel-variabel yang digunakan dalam judul penelitian didefinisikan secara konseptual dan operasional dalam penegasan istilah. Supaya mempermudah dan memberikan alur disusun urutan-urutan yang sistematis terkait dengan pembahasan yang ada dalam skripsi.

Bab II landasan teori, pada bab ini berisi mengenai dasar teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan penelitian. Adapun landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini tentang manajemen pemasaran jasa, kualitas pelayanan, lokasi, minat menabung, hubungan kualitas pelayanan dengan minat menabung, hubungan lokasi dengan

minat menabung, penelitian terdahulu, kerangka konsep penelitian, mapping variabel, teori, dan indikator, serta hipotesis penelitian.

Bab III metodologi penelitian, pada bab ini berisi mengenai (1) pendekatan dan jenis penelitian, (2) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (3) definisi konsep dan operasional variabel, (4) populasi, sampling, dan sampel penelitian, (5) teknik pengumpulan data dan sumber data, (6) variabel dan skala pengukuran penelitian, (6) analisis data.

Bab IV hasil penelitian, pada bab ini berisi mengenai gambaran umum bank syariah yang diteliti, deskripsi data yang sudah diolah dengan teknik statistik deskriptif disajikan dalam bentuk angka statistik, tabel ataupun grafik beserta penjelasannya serta pengujian hipotesis yang terbatas pada interpretasi atas angka statistik yang diperoleh.

Bab V pembahasan, pada bab ini digunakan untuk menjawab masalah penelitian dengan menafsirkan temuan-temuan menggunakan logika dan teori-teori yang sudah ada.

Bab VI penutup, pada bab ini berisi mengenai pernyataan singkat dan tepat yang disarikan berhubungan dengan rumusan masalah atau tujuan penelitian. Serta memberikan saran berdasarkan hasil temuan.

Bagian akhir terdapat daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup peneliti.