

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah pada saat ini mengalami suatu perkembangan yang semakin pesat. Perbankan syariah merupakan suatu bank yang dalam menjalankan sistemnya maupun kinerjanya berlandaskan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 7 mengenai Perbankan Syariah yang di dalamnya berisi tentang suatu peraturan bank syariah yang diatur mengenai prinsip syariah yang didefinisikan sebagai suatu prinsip hukum islam yang dalam kegitannya sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh suatu lembaga dimana lembaga tersebut memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.² Di Indonesia perbankan syariah merupakan suatu hal yang baru yang memiliki perkembangan yang cukup bagus untuk perekonomian di Indonesia. Ini dapat ditunjukkan dengan munculnya lembaga perbankan syariah baru disetiap tahunnya dengan selalu meningkatkan jiwa kompetitif disetiap masing-masing lembaga tersebut.³

² Amalia Nuril H dan Dedi Suselo , “*Pengaruh Variabel Makro Ekonomi Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Periode 2008-2015)*,”(Tulungagung : Akademia Pustaka, 2017), hlm. 4

³ Andrianto Firmansyan dan Anang, “*Manajemen Bank Syariah*” Ebook, (Surabaya : Qiara Media), hlm. 25

Pada saat ini bank syariah memiliki banyak persaingan antar bank baik dengan bank syariah lainnya maupun dengan bank konvensional. Oleh sebab itu, untuk menghadapi persaingan tersebut bank syariah harus bisa memberikan suatu jasa serta dapat mempromosikan lembaganya dengan lebih inovatif dan kreatif untuk menarik nasabah agar dapat bergabung dengan bank syariah tersebut. Selain itu, bank syariah juga harus selalu mengembangkan sebuah strategi dalam pemasarannya untuk mempertahankan nasabahnya yang sudah ada agar bisa tetap berkembang, serta untuk menarik minat nasabah baru agar perbankan tetap terus berjalan.⁴Oleh karena itu setiap perbankan harus memiliki sebuah strategi dalam melakukan pemasarannya untuk menarik minat nasabah dengan menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah tersebut bank syariah harus menyiapkan strategi yang baik dengan memperhatikan perilaku nasabah yang dapat dilihat dari produk apa saja yang dibutuhkan maupun yang diinginkan oleh nasabah, pelayanan seperti apa yang diharapkan dan diterima oleh nasabah, promosi seperti apa yang diharapkan, dan lainnya.

Secara kelembagaan bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia yang berdiri pada 1 November 1991. Bank Muamalat Indonesia atau BMI didirikan atau gagasan dari Majelis Ulama

⁴ Tatik Suryani, *“Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah”* Edisi Pertama, Ebook, (Jakarta : Prenamedia Group, 2017) hlm. 45

Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia berfungsi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk terbaru. Selain itu, BMI juga terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia dan juga di luar negeri. Hingga saat ini Bank Muamalat Indonesia telah memiliki 249 kantor layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. BMI tidak pernah berhenti untuk berkembang dan terus bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan dapat meraih pertumbuhan yang berjangka panjang dengan selalu membuat suatu strategi pemasaran yang terarah dan Bank Muamalat Indonesia dapat mewujudkan visi dan misinya.⁵ Selain Bank Muamalat Indonesia, perkembangan Bank Syariah Indonesia juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah Tahun 2020

| No | Bank Umum Syariah | KC | KCP | KK |
|----|-------------------------------------|----|-----|----|
| 1 | PT. Bank Aceh Syariah | 26 | 88 | 30 |
| 2 | PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah | 14 | 31 | 6 |

⁵ <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> diakses pada tanggal 22 Februari 2020

| | | | | |
|----|--|-----|-----|----|
| 3 | PT. Bank Muamalat Indonesia | 82 | 149 | 55 |
| 4 | PT. Bank Victoria Syariah | 7 | 2 | - |
| 5 | PT. Bank BRI Syariah | 67 | 320 | 12 |
| 6 | PT. Bank Jabar Banten Syariah | 9 | 54 | 2 |
| 7 | PT. Bank BNI Syariah | 68 | 227 | 15 |
| 8 | PT. Bank Syariah Mandiri | 127 | 428 | 49 |
| 9 | PT. Bank Mega Syariah | 27 | 33 | 5 |
| 10 | PT. Bank Panin Dubai Syariah | 11 | 2 | - |
| 11 | PT. Bank Syariah Bukopin | 12 | 7 | 4 |
| 12 | PT. BCA Syariah | 15 | 13 | 18 |
| 13 | PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah | 24 | 2 | - |
| 14 | PT. Maybank Syariah Indonesia | 1 | - | - |

Sumber : Data Jaringan Bank Umum Syariah dari OJK 2020⁶

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa perkembangan perbankan syariat pada tahun 2020 dimana bank umum syariah yang mengalami perkembangan yang cukup pesat yakni Bank Syariah Mandiri, kemudian Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank Muamalat Indonesia. Meskipun jumlah jaringan kantor BMI masih dibawah jumlah jaringan kantor Bank Syariah yang lain, hal ini tidak menyurutkan keputusan nasabah untuk memilih Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk menggunakan

⁶ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah> diakses pada tanggal 22 Februari 2021

produk maupun jasanya. Oleh karena itu BMI akan selalu meningkatkan performan bisnisnya melalui pengembangan jaringan kantornya.

Bank Muamalat Indonesia yang kini dapat ditemui disetiap kota dapat memudahkan nasabah dalam mengaksesnya. Khususnya di kota Kediri, salah satu bank syariah yang ada di Kediri yakni Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri selalu berusaha semaksimal mungkin untuk melayani kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik serta dengan fasilitas yang dimilikinya. Seiring dengan banyaknya perkembangan bank syariah mengakibatkan adanya tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga Bank Muamalat KC Kediri senantiasa mengembangkan produk serta jasa yang dapat mendukung dan memenuhi kebutuhan nasabah. Berikut ini tabel aset yang dimiliki oleh Bank Muamalat :⁷

Tabel 1.2
Aset Bank Muamalat Indonesia Tahun 2018-2020

| Tahun | Total Aset |
|--------------|--------------------|
| 2018 | 57.227.276 |
| 2019 | 50.555.519 |
| 2020 | 48.785.792 |
| Total | 156.568.687 |

Sumber : Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa total aset dari tahun 2018 sampai 2020 mengalami penurunan, hal ini menjadikan Bank

⁷ Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia <https://www.bankmuamalat.co.id> di akses pada tanggal 22 Februari 2021

Muamalat meningkatkan suatu strategi pemasaran yang dilakukan untuk bisa menarik minat nasabah agar melakukan transaksi di Bank Muamalat. Oleh karena itu Bank Muamalat menyediakan produk dan pelayanan yang baik serta berkualitas agar nantinya dapat menciptakan nasabah yang loyal. Loyalitas dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana nasabah membeli produk maupun jasa secara berulang.⁸ Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yakni kualitas layanan, kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah dan citra perusahaan.

Kualitas layanan dapat dikatakan sebagai salah satu faktor penting didalam perbankan. Hal ini dikarenakan kualitas layanan dapat dinilai dari seberapa baik layanan yang diberikan perbankan kepada nasabah. Nasabah yang akan merasakan dampak atas sebuah kualitas layanan tersebut, apakah kualitas layanan tersebut berdampak baik atau tidak.⁹ Sehingga, perbankan harus bisa memberikan suatu pelayanan yang terbaik agar nasabah tetap akan menjadi nasabah di bank tersebut. Oleh karena itu dengan adanya komitmen nasabah untuk tetap menjadi nasabah di bank tersebut menjadikan nasabah menjadi loyal. Pada akhirnya dapat terbentuk suatu hubungan jangka panjang

⁸Meliana Utami, et.al, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah”, *Conference on Islamic Management, Accounting and Economics (CIMA)E Proceeding Volume 2 No 170-178, 2019*, hlm. 171

⁹Michael B. Pontoh, et.al, “Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado”, *Jurnal EMBA Volume 2 No 3, 2014*, hlm. 286

antara nasabah dengan perbankan. Untuk selalu menjaga hubungan tersebut perbankan harus bisa menjaga kepercayaan yang dimiliki oleh nasabah.

Kepercayaan nasabah akan muncul ketika nasabah telah menggunakan jasa maupun produk yang ada di perbankan dan nasabah tersebut mendapatkan suatu hasil yang memuaskan dari layanan perbankan. Dikarenakan kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah komitmen. Perbankan harus bisa menjaga komitmen tersebut agar nasabah tetap percaya dan menggunakan jasa maupun produk di perbankan. Dikarenakan jika nasabah sudah berkomitmen untuk menggunakan produk dari perbankan tersebut berarti nasabah sudah percaya dengan bank tersebut, sehingga nantinya akan timbul suatu loyalitas yang dihasilkan oleh nasabah tersebut.¹⁰ Kepercayaan di perbankan akan memberikan dampak yang baik dalam menentukan kesuksesan perbankan. Oleh sebab itu bank harus bisa mengelola operasional serta memberikan suatu kontribusi yang baik dalam menjaga segala rahasia nasabah untuk membangun suatu kepercayaan nasabah dan untuk meningkatkan kepuasan nasabah (Jan and Abdullah, 2014).¹¹ Oleh karena itu untuk meningkatkan kepercayaan nasabah perbankan harus memberikan suatu pelayanan yang baik agar nasabah tersebut puas dengan

¹⁰ Anggiat Parluhutan Tambunan, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Sebuah Bank Daerah di Kota Medan)", *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX Volume 1 No. 1*, 2018, hlm. 40

¹¹ Muhammad Amirul Mukminin dan Fitri Nur Latifah, "Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)", *Islamic Banking and Finance Journal Volume 4 No 1, April 2020*, hlm 55

layanan yang ada di bank tersebut. Sehingga apabila nasabah tersebut merasa mendapat hasil layanan yang baik akan timbul kelayalan nasabah.

Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai suatu perasaan yang muncul dari diri seorang nasabah setelah menggunakan layanan dari bank. Kepuasan juga dapat dirasakan setelah seseorang membandingkan hasil atau kinerja suatu layanan yang dia dapat dan produk yang ia rasakan apakah sesuai harapannya atau tidak (Kotler, 2000).¹² Apabila nasabah mendapatkan layanan yang lebih rendah dari ekspektasinya maka mereka akan *dissatisfied*. Kemudian apabila layanan yang diperoleh sama dengan ekspektasinya maka mereka akan *satisfied*, dan ketika layanan yang diperoleh melebihi ekspektasinya maka disebut *delighted*. Oleh karena itu perbankan sebisa mungkin harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah puas dengan layanan yang diterimanya. Jika kepuasan tersebut muncul dari nasabah pasti nantinya nasabah juga akan tetap bertahan dan tetap bertransaksi di bank tersebut.

Selanjutnya yang perlu diperhatikan yakni dengan mewujudkan citra yang baik pada perbankan. Citra merupakan representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen potensial maupun konsumen yang kecewa, serta

¹² Deddy Rakhmad H dan M. Riza Firdaus, “Analisis Pengaruh Layanan Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya)”, *Jurnal Wawasan Manajemen Volume 2 No 3, Oktober 2014*, hlm. 239

pihak-pihak lain yang terkait seperti agan, investor, atau pemasok.¹³ Citra perusahaan yang baik bertujuan agar perusahaan tetap memberikan suatu manfaat kepada orang lain di sekitarnya. Citra perusahaan diartikan sebagai persepsi konsumen kepada perusahaan yang terbentuk melalui pandangan dari konsumen. Citra perusahaan berhubungan dengan fisik dan atribut yang ada pada suatu perusahaan seperti nama, bangunan, produk atau jasa, untuk mempengaruhi kualitas yang kemudian dapat diinformasikan oleh setiap orang supaya tertarik dengan perusahaan. Citra tersebut juga dapat dijadikan sebagai gambaran akan pandangan masyarakat terhadap suatu perusahaan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri merupakan salah satu bank syariah yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan yang sesuai dengan syariah Islam di Kota Kediri. Nasabah yang memanfaatkan produk dan layanan di Bank Muamalat tergolong tidak sedikit.

Dengan demikian untuk mendapatkan nasabah yang loyal maka Bank Muamalat KC Kediri juga harus memberikan dan menyediakan sesuatu yang diinginkan oleh nasabahnya, serta agar nasabah tersebut memperoleh suatu pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapannya. Jika pelayanan yang diberikan baik maka juga akan memberikan dampak yang baik bagi Bank

¹³ Seftiani, “*Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung)*”, (Lampung : Diplublikasikan, 2017), hlm. 250

Muamalat KC Kediri. Selain itu Bank Muamalat KC Kediri akan semakin maju apabila memiliki nasabah yang loyal, hal ini dikarenakan nasabah yang loyal cenderung akan tetap bertahan serta akan merekomendasikan lembaga tersebut kepada orang lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai loyalitas nasabah pada Bank Syariah. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan mengenai kemungkinan-kemungkinan bahasan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diuraikan beberapa masalah yang ada kaitanya dengan kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan citra bank terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri, yakni : Jika bank mampu memberikan kualitas layanan yang baik, rasa kepercayaan, kepuasan nasabah, dan citra bank itu nantinya akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tersebut di Bank Mumalat Kantor Cabang Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil rumusan masalahnya yakni :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri?
2. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri?
4. Apakah citra bank berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri ?
5. Apakah kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dilihat dari latar belakang dan rumusan masalah adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan dapat tercapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Memberikan sumbangsih pemikiran yang berhubungan dengan pengembangan teori dan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi lembaga, yakni diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran maupun masukan sehingga pihak perbankan dapat mengetahui kelayakan nasabah berdasarkan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
- b. Bagi nasabah, yakni diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk memilih perbankan syariah.

- c. Bagi akademik, yakni diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan kepusatkaan maupun referensi pada bidang kajian ilmu perbankan syariah serta juga dapat digunakan untuk sumber bacaan di perpustakaan IAIN Tulungagung.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, yakni di harapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup dan Pembatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan citra bank terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen.

Oleh karena itu sesuai dengan judul penelitian yang diajukan, maka penulis menentukan variabel-variabel sebagai berikut :

- a. Variabel independen dilambangkan dengan X. Peneliti menentukan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan citra bank sebagai X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 karena faktor tersebut diduga mempengaruhi loyalitas nasabah.
- b. Variabel dependen dilambangkan dengan variabel Y. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah loyalitas nasabah.

2. Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya masalah dan tetap sesuai dengan judul dalam penelitian ini, maka penulis memberikan suatu batasan mengenai masalah yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah dan citra bank terhadap loyalitas nasabah.

Kemudian agar penelitian ini berjalan dengan baik, maka tempat penelitiannya juga perlu dibatasi. Oleh sebab itu yang menjadi tempat penelitian penulis adalah di Bank Muamalat KC Kediri. Adapun yang menjadi responden penelitian ini yakni nasabah Bank Muamalat KC Kediri.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Kualitas Layanan adalah suatu totalitas fitur dan karakteristik suatu produk dan layanan yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh nasabah.¹⁴
- b. Kepercayaan nasabah adalah suatu variabel yang logis yang berdasarkan suatu pengalaman dalam membangun suatu hubungan.¹⁵

¹⁴ Meliana Utami, Ttai Handayani, dan Pusporini, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah”, *Conference on Islamic Management, Accounting and Economics (CIMAIE) Praceding Volume 2 No 170-178, 2019*, hlm 172

¹⁵ Muhammad Amirul Mukminin dan Fitri Nur Latifah, “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah di Sidoarjo (*The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo*)”, *Islamic Banking and Finance Journal Volume 4 No 1, April 2020*, hlm 57

- c. Kepuasan Nasabah adalah suatu perasaan yang timbul setelah membandingkan kinerja suatu produk yang nasabah rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁶
- d. Citra Bank adalah suatu kesan maupun gambaran dari bentuk kegiatan suatu perbankan yang dilihat dari khalayak publiknya berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman yang telah diterimanya.¹⁷
- e. Loyalitas Nasabah adalah suatu komitmen terhadap perusahaan maupun produk dan jasa yang memberikan dampak positif dengan adanya pembelian berulang secara konsisten.¹⁸

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penegasan variabel secara operasional secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Definisi operasional dalam penelitian ini yakni :

¹⁶ Deddy Rakhmad Hidayat dan M. Riza Firdaus, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya)”, *Jurnal Wawasan Manajemen Volume 2 No 3*, Oktober 2014, hlm.239

¹⁷ Putri Apriyanti, et.al, “Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa Volume 1 No 2*, November 2017, hlm. 162

¹⁸ Fendy Tjiptono, “Pemasaran Jasa”, Edisi Pertama (Malang, Bayumedia Publishing, 2007), hlm. 386

- a. Kualitas Layanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perbankan dalam mewujudkan harapan dari nasabah di Bank Muamalat KC Kediri.
- b. Kepercayaan nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keyakinan nasabah atas suatu produk maupun jasa yang ada di Bank Muamalat KC Kediri. Keyakinan ini muncul dari pengalaman yang diperoleh nasabah.
- c. Kepuasan nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil dari sikap nasabah terhadap pelayanan maupun produk yang diberikan oleh Bank Muamalat KC Kediri.
- d. Citra Bank yang dimaksud dalam penelitian ini adalah gambaran yang dilihat dari kinerja suatu perbankan dimata publik berdasarkan tanggapan dan pengalaman yang diterima oleh nasabah terhadap Bank Muamalat KC Kediri.
- e. Loyalitas nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesetiaan nasabah terhadap Bank Muamalat KC Kediri yang ditandai dengan terus melakukan transaksi di lembaga tersebut serta memberikan informasi dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Pada penelitian ini dituliskan secara terperinci dalam enam bab, yang di dalam setiap babnya terdiri dari masing-masing sub bab. Untuk itu dapat dipaparkan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, halaman keaslian tulisan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Inti

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tentang gambaran secara singkat terkait dengan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yakni : (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan penelitian, (g) penegasan istilah, dan (h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini berisi tentang uraian mengenai teori-teori yang mendukung tentang variabel-variabel penelitian yang terdiri dari : (a) kajian teori dari setiap variabel, (b) penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, dan (d) hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang : (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi dan sampel, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data, (e) analisis data, dan (f) instrument penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang hasil dari penelitian yakni : (a) deskripsi data, dan (b) pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil dari jawaban mengenai masalah penelitian dengan menjelaskan mengenai implikasi-implikasi dari hasil penelitian.

BAB VI Penutup

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukakn dan saran peneliti untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisi tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.