

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat pada setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perbankan syariah cukup baik sehingga berkontribusi positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Bukti nyata kerja perbankan syariah cukup baik adalah ketika badai krisis ekonomi melanda Indonesia, dimana perbankan konvensional terpuruk, sedangkan perbankan syariah relatif dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangannya.

Perbankan syariah pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan yang dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang menginginkan adanya jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam.¹

Di Indonesia perkembangan perbankan syariah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Secara kelembagaan bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI).² Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu perbankan yang sistem operasionalnya menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam dengan tujuan memperoleh margin dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pada saat ini Bank Muamalat Indonesia

¹ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabta, 2002), hal. 3

² Abdul Ghafur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hal. 31

memiliki kantor yang cukup banyak, sehingga dapat dikatakan menjadi bank pilihan nasabah dan mudah ditemui di setiap kota.

Tabel 1.1
Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah Tahun 2020

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK	Total
1	PT Bank Aceh Syariah	28	86	18	130
2	PT Bank Muamalat 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 Nasioanal Syariah	25	3	-	28

Sumber : Data Jaringan Bank Umum Syariah dari OJK 2020

Pada tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia menjadi Bank Umum Syariah yang memiliki Kantor Cabang (KC) sebanyak 83, Kantor Cabang Pembantu (KCP) sebanyak 191, dan Kantor Kas (KK) sebanyak 80 kantor, dengan total sebanyak 354 kantor. Dengan jumlah kantor yang cukup banyak tentunya dana yang ada di dalam bank semakin banyak juga. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Indonesia dapat menjadi bank pilihan masyarakat yang kredibilitasnya bagus dan mudah ditemui di

setiap kota. Maka dari itu peneliti mengambil objek penelitian di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri yang terletak di Jl. Sultan Hasanuddin No.26, Dandangan, Kec. Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur 64122. Dengan alasan letak yang cukup strategis, sehingga lebih memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya. Selain itu kualitas produk yang baik serta kualitas pelayanan yang sudah tidak diragukan lagi keramahannya. Ditambah lagi bank muamalat memberikan layanan mobile banking yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke bank. Dari tahun ke tahun layanan mobile banking bank muamalat KC Kediri mulai diminati banyak kalangan, dengan beberapa pertimbangan akses yang mudah, dan biaya transaksi yang cukup terjangkau, serta fitur layanan yang lengkap menjadi alasan mengapa nasabah menggunakan layanan ini. Berikut adalah jumlah pengguna layanan mobile banking bank Muamalat KC Kediri tahun 2018-2020.

Tabel 1.2
Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Muamalat KC Kediri Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah
2018	1250 orang
2019	1875 orang
2020	2267 orang

Sumber : Bank Muamalat KC Kediri 2020

Pada tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa pengguna layanan Mobile Banking Bank Muamalat KC Kediri dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 terdapat 1250 orang pengguna m-banking bank Muamalat KC Kediri dan pada tahun 2019 naik sebanyak 625 orang menjadi 1875 orang dan pada tahun 2020 naik sebesar 392 orang menjadi 2267

pengguna layanan m-banking bank Muamalat KC Kediri. Dapat dilihat bahwasanya semakin banyaknya nasabah yang menggunakan layanan m-banking bank Muamalat KC Kediri, semakin merasa nyaman nasabah dalam menggunakan layanan m-banking maka semakin meningkatkan tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan m-banking tersebut.

Kepuasan merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.³ Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka tidak meninggalkan perbankan tersebut dan merasa segala urusannya terlayani serta akan terus menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang-ulang. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. Salah satu dari berbagai manfaat tersebut yaitu secara tidak langsung nasabah tersebut membantu lembaga dalam mempromosikan lembaga perbankan yang bersangkutan.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri telah melakukan upaya untuk mencapai kepuasan nasabah dengan memaksimalkan penggunaan sarana layanan seperti *mobile-banking*. Hal tersebut dilakukan oleh pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri memanfaatkan perkembangan teknologi

³ Herry Sutanto, dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 39

yang tinggi saat ini khususnya penggunaan internet yang digunakan oleh masyarakat luas. Dari banyaknya bank syariah yang memiliki m-banking, Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu bank syariah yang giat untuk terus berinovasi, memperbaiki kualitas pelayanannya dan menggait nasabah melalui teknologinya. Selain itu Bank Muamalat Indonesia, adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya, Bank Muamalat juga meraih penghargaan di tingkat Internasional. Pada Tahun 2006, 2008, 2009, 2010, 2012, 2013 dan 2014 Bank Muamalat telah Mendapat predikat sebagai Best Islamic Bank in Indonesia pada penghargaan Islamic Finance New (IFN). Dan pada tahun 2012 Bank Muamalat meraih penghargaan sebagai The Most Innovative Islamic Bank in The World.⁴ Menurut Kotler, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain layanan mobile banking yang diberikan, kualitas produk yang baik dan juga kualitas pelayanan.⁵

Layanan *mobile banking* merupakan suatu layanan yang disediakan pihak bank agar mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang kebank secara langsung. Layanan *mobile banking* digunakan dengan perangkat *smart phone* seperti *blackberry*, *apple*, dan HP dengan sistem operasi berbasis *android* serta *windows*. Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *mobile banking* relatif sama dengan *internet banking* seperti transfer dana antar rekening atau ke bank lain; informasi saldo dan mutasi rekening; pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain; pembelian tiket

⁴ <https://kompasiana.com> diakses pada tanggal 24 Februari 2020

⁵ Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhal Indonesia, 2009), Hal. 15

transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain; dan layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.⁶

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen karena kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal. Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam mempergerakkan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan kemudahan pengoperasiannya dan reparasi produk juga atribut konsumen. Konsep kualitas produk telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit, karena apabila konsumen merasa bahwa kualitas produk yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi konsumen yang loyal. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.⁷

Kualitas pelayanan merupakan penyesuaian terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen sendiri dapat diperoleh dari perbandingan beberapa jenis pelayanan yang diterima oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang dapat memuaskan sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen, ketika kualitas pelayanan tersebut dapat melampaui keinginan konsumen, maka kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas dan sangat memuaskan, tetapi jika kualitas

⁶ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal.7.

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana,2005), hal. 136-137

pelayanan yang buruk maka kualitas pelayanan tersebut dibawah standart dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.⁸

Banyak cara yang dapat dilakukan Bank dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh Bank tersebut akan merasa puas. Alasan peneliti memilih kepuasan nasabah untuk diteliti dikarenakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan itu akan menumbuhkan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen memang sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena pertumbuhan suatu usaha itu sendiri sangat tergantung pada konsumen.

Bank Indonesia (BI) mencermati transaksi ekonomi dan keuangan digital pada Agustus 2021 terus meningkat sejalan dengan akseptasi dan preferensi masyarakat untuk berbelanja daring. Juga perluasan pembayaran digital, dan akselerasi digital banking. BI mencatatkan transaksi digital *e-channel M-Banking* mencapai lebih dari Rp2.500 triliun per Agustus 2020. Adapun transaksi ini didorong dengan kondisi pandemi Covid-19 di mana masyarakat mulai banyak melakukan transaksi secara online khususnya melalui aplikasi *mobile banking* di mana nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti transfer, bayar tagihan, top up saldo e-wallet, beli paket pulsa/data/token listrik,

⁸ Bagus Dwi Setyawan, 2013. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervennin*”. Diakses pada tanggal 6 april 2020

pembayaran kartu kredit, bayar belanja online.⁹ Dengan adanya *m-banking* dimasa pandemi ini tentunya sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran tanpa harus keluar dari rumah.

Alasan peneliti memilih *m-banking* Bank Muamalat KC Kediri untuk diteliti karena dapat dilihat bahwasanya pada tahun 2018-2020 peminat layanan *m-banking* Bank Muamalat KC Kediri semakin meningkat, hal tersebut disebabkan karena adanya pandemi covid pada tahun 2019 yang semua kegiatan termasuk bertransaksi dilakukan di rumah. *M-Banking* sangat memudahkan penggunaanya dalam melakukan semua transaksi hanya dengan menggunakan *smartphone*, sehingga pada tahun 2020 pengguna *m-banking* melonjak drastis, lebih lagi penggunaannya yang mudah, serta transaksi yang dilakukan efektif dan efisien juga menghemat waktu. Dapat diketahui bahwa layanan mobile banking, kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Dengan berbagai kemudahan yang ada pada layanan mobile banking peneliti tertarik untuk membahas permasalahan tersebut, dan apakah kualitas produk, kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian ini memilih obyek Bank Muamalat Cabang Kediri dikarenakan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Seiring kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga lembaga keuangan yang

⁹ <https://kompasiana.com> diakses pada tanggal 29 November 2021

mampu memberikan kepuasan kepada nasabahlah yang akan memperoleh simpati. Nasabah telah pandai memilah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan, al tersebut menarik perhatian dan rasa ingin tahu, sehingga akan dilakukan analisis yang berjudul **“Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri”**

B. Rumusan Masalah

Setelah penjelasan latar belakang, maka rumusan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah layanan *mobile banking*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
2. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa tercapai, diantaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan layanan *mobile banking*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri
2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri
3. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri
4. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

D. Kegunaan Penelitian

Hasil yang akan dicapai dalam penelitian diharapkan dapat bermanfaat diantaranya:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Diharapkan dapat mengungkap pengaruh layanan *mobile banking*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia sehingga bisa memberikan wawasan kepada penulis maupun pembaca.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi Lembaga Keuangan

Diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan didalam pengambilan keputusan menerapkan pelayanan nasabah melalui teknologi informasi berbasis internet dan kualitas pelayanan.

b. Bagi Akademis

Diharapkan dapat mengembangkan wawasan serta memberi tambahan referensi atau tambahan koleksi buku dipergustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berguna sebagai bahan kajian atau referensi apabila akan melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama ataupun dengan menggunakan variabel yang berbeda.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini membahas mengenai “pengaruh layanan *mobile banking*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank Muamalat indonesia kantor Cabang Kediri”. Penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap Y, dimana X sebagai variabel independen terdiri dari X1 layanan *mobile banking*, X2 kualitas produk, X3 kualitas pelayanan, dan variabel y sebagai dependen yaitu tingkat kepuasan.

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan data responden dari nasabah pengguna layanan *mobile banking syariah* Bank Muamalat KC Kediri tahun 2018-2020. Objek yang digunakan adalah bank Muamalat KC Kediri yang terletak di Jl. Sultan Hasanuddin No.26, Dandangan, Kec. Kediri, Kota

Kediri, Jawa Timur 64122, serta variabel yang diteliti hanya layanan mobile banking, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan variabel tingkat kepuasan nasabah sebagai independen.

F. Penegasan Istilah

Penelitian ini tentunya memakai istilah-istilah yang perlu ditegaskan agar menghindari tafsiran yang berbeda dari yang diharapkan karena banyaknya pendapat yang akan muncul dan juga demi mewujudkan kesatuan pandangan dan kesamaan pemikiran. Penegasan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Penegasan konseptual

Agar dapat mewujudkan kesatuan pandangan sehingga tidak terjadi penafsiran berbeda, perlu adanya penegasan istilah diantaranya:

a. *Mobile Banking* (X1)

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal indosat, telkomsel, dan operator lainnya.¹⁰ Dengan adanya kerjasama antara bank dan operator seluler serta nasabah, maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut *mobile banking*.

b. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya (seperti ketahanan, ketepatan,

¹⁰ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hal. 67

kemudahan pengoperasian, dan perbaikannya). Kualitas dipandang mempunyai peranan yang sangat penting dari segi konsumen maupun produsen. Bagi konsumen, dengan semakin meningkatnya kualitas suatu produk akan semakin meningkatkan kepuasan terhadap barang yang ditawarkan produsen. Bagi produsen, semakin meningkatnya kualitas produk yang dihasilkan berarti terjadi peningkatan pangsa pasar dan kemampuan peningkatan atau penciptaan laba. Kualitas produk memiliki dua dimensi, yaitu tingkatan dan konsistensi. Hal ini berarti bahwa suatu produk dikatakan berkualitas apabila memenuhi dua dimensi ini, yaitu produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan disampaikan secara konsisten dari waktu ke waktu.¹¹

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹² Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pihak yang menilai suatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah pelanggan karena merekalah yang mengkonsumsi jasa perusahaan. Untuk itu suatu perusahaan jasa yang ingin tetap unggul bersaing harus dapat menyediakan jasa yang mempunyai kualitas tinggi secara berkesinambungan.¹³

d. Kepuasan Nasabah (Y)

¹¹ Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hal. 77

¹² Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 1996), hal. 50

¹³ *Ibid.*, hal. 61

Kepuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa yang kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut.¹⁴ Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan maupun rekening pinjaman pada pihak bank yang dapat berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.¹⁵ Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya.

2. Penegasan Operasional

Penelitian yang dilakukan ini semata-mata untuk mengkaji seberapa jauh pengaruh Layanan *Mobile Banking* (Variabel X1), Kualitas Produk (Variabel X2), Kualitas Pelayanan (Variabel X3), terhadap Kepuasan Nasabah (Variabel Y). Dari variabel-variabel nantinya peneliti diharapkan dapat mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antara layanan *mobile banking*, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun pada bagian isi, nantinya dibagi menjadi 6 bab yang meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

¹⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Pustaka Setia,2013),hal.192

¹⁵ *Ibid...*, hal 198.

Menggambarkan secara singkat tentang penelitian yang sedang dibahas. Pada pendahuluan, membahas tentang unsur-unsur yang terdiri atas latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II menguraikan berbagai teori atas penelitian terdahulu mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan teori tersebut akan digunakan sebagai bahan acuan dalam membahas masalah yang diangkat. Selain itu, landasan teori juga mencakup informasi mengenai Bank Muamalat Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III mencakup uraian pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Membahas tentang penjelasan dari hitungan sampel yang telah diambil yang kemudian di hitung menggunakan uji statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab V membahas mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Bab VI menerangkan tentang kesimpulan yang didapat dengan menganalisis data, batasan-batasan dalam penelitian, dan juga saran untuk pihak bank serta penelitian yang akan datang.

