

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank biasa dikenal dengan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanana giro, tabungan dan deposito. Bank sendiri dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Sedangkan menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup> Bank sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan dan kemajuan ekonomi di dunia, seperti halnya dalam menyalurkan dana maupun memberikan pelayanan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Dengan kemajuan perekonomian di dunia saat ini sangat beriringan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap keberadaan sistem perbankan. Melalui berbagai kegiatan perbankan dan berbagai jasa yang diberikan dalam melayani kebutuhan nasabah. Hubungan pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan para nasabah terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta ketersediaan bank

---

<sup>2</sup> Bustani Muchtar, Rose Rahmidani, Menik Kirnia Siwi, "*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*", (Jakarta: Kencana, 2016)., hlm. 53

untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Baik dalam melayani maupun memberikan kenyamanan terhadap nasabah.<sup>3</sup>

Tujuan utama bank sendiri adalah dapat menciptakan dan mempertahankan nasabahnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis perbankan menuntut setiap bank untuk selalu berusaha memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasaba.<sup>4</sup> Bank juga berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara-cara yang lebih memuaskan dari yang dilakukan perusahaan pesaing. Indonesia memiliki beberapa jenis perbankan, yang membedakan jenis perbankan dapat dilihat dari cara menentukan harga jual dan harga beli. Ditinjau dari cara menentukan harga, saat ini bank terbagi dalam dua kelompok besar yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menggunakan prinsip konvensional (barat) sedangkan bank syariah berlandaskan pada al-qur'an dan sunnah rasul.<sup>5</sup>

Salah satu Bank Syariah yang berada di Tulungagung adalah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Ex. BNI Syariah). Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri pada 01 Februari 2021 pukul 13.00 WIB. Pada 1 Februari 2021, bank ini merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari

---

<sup>3</sup> Bank Indonesia, *Status dan Kedudukan Bank Indonesia* dalam <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/fungsi-bi/status/Contents/Default.aspx>, diakses pada 02 Desember 2021

<sup>4</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2011), hlm. 1

<sup>5</sup> Yelli Trisusanti, "Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah", (Pekanbaru: Jurnal JOM Fisip, 2017), Vol. 4, No. 2, hlm. 2

ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamin).<sup>6</sup>

Berikut ini merupakan diagram data perkembangan jumlah nasabah tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Ex BNI Syariah Tulungagung) dari tahun 2018-2021.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah**  
**Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung**  
**(Ex. BNI Syariah)**  
**Tahun 2018-2021**

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	1.857
2019	2.010
2020	2.421
2021	2.950

*Sumber: Wawancara dengan Manager Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Ex. BNI Syariah Tulungagung)*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah perkembangan nasabah tabungan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Ex BNI Syariah) mengalami kenaikan cukup pesat. Pertumbuhan jumlah nasabah cukup signifikan dari tahun ke tahun selanjutnya. Diketahui perkembangan jumlah nasabah terbesar terjadi pada

---

<sup>6</sup><https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, diakses pada tanggal 2 Desember 2021

tahun 2021. Hal ini menjadikan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Ex. BNI Syariah) cukup tinggi.

Penulis memilih Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex BNI Syariah) dikarenakan perkembangan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sangat menjanjikan dan tergolong memiliki komitmen untuk melakukan kerjasama dengan masyarakat melalui berbagai penawaran produk maupun jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain. Jasa bukan saja sebagai produk utama namun juga dalam wujud layanan, kini tiap konsumen tidak lagi sekedar membutuhkan produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang melekat pada produk tersebut. Kualitas pelayanan adalah modal yang dapat menggambarkan kondisi pelanggan dengan membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan perusahaan lain.<sup>7</sup> Kualitas yang baik akan menaikkan tingkat loyalitas seseorang pelanggan. Seseorang yang loyal juga melihat dari kualitas pelayanan yang diberikan sesuai tidaknya pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan, agar pelanggan tidak kecewa dengan kualitas pelayanan yang diberikan harus jauh lebih baik dari kualitas yang diharapkan oleh pelanggan.<sup>8</sup> Oleh karena itu, suatu kualitas pelayanan dapat

---

<sup>7</sup> Azidni rofiqo, dkk, "*Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan dan kepuasan Sebagai Variabel Mediator Bank Syariah di Ponorogo*", (Journal of Islamic Banking and Finance 2021), Vol. 1, No. 1, hlm. 2

<sup>8</sup> Piter Tiang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati Di Makassar*, Vol. 01, No. 02, 2018, hlm. 178

dikatakan bermutu apabila layanan dapat menciptakan pelanggan merasa puas.<sup>9</sup>

Pelayanan sendiri pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki. Seperti yang dikemukakan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan sebagai usaha yang mempertinggi kepuasan pelanggan atau nasabah.<sup>10</sup> Maka sangat dibutuhkan pelayanan yang baik, cepat dan efisien, yang nantinya dapat menciptakan kenyamanan dan hubungan yang baik antara nasabah dengan pihak bank.

Selanjutnya faktor kepuasan nasabah sangat berkaitan, seperti yang dikemukakan Irsan Andri Siregar bahwa kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan yang seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka.<sup>11</sup> Yunanto dalam Dita Tresiya mengemukakan bahwa kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik menjadi keunggulan dan modal bersaing bagi perusahaan. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dita Tresiya juga mengatakan dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/

---

<sup>9</sup> Azidni, *Pengaruh Kualitas...*, hlm. 2

<sup>10</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014)., hlm. 75

<sup>11</sup> Irsan Andri Siregar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan*, Vol. 6, No. 2, 2018, hlm. 101

nasabah terhadap layanan dan hasil kinerja juga akan mempengaruhi kenyamanan yang akan dirasakan nasabah itu sendiri. Semakin baik pelayanan dan kenyamanan yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi rasa kepuasannya.<sup>12</sup>

Dalam dunia perbankan persaingan pasar mengalami kemajuan yang sangat cepat, mulai dari memperkenalkan produk-produk perbankan yang efisien dan paling menguntungkan sampai dengan program pelayanan prima yang di tujukan untuk kepuasan nasabah yang menggunakan jasa bank tersebut.<sup>13</sup> Produk akan berjalan dengan baik jika didalamnya terdapat pelayanan yang baik.<sup>14</sup> Perkembangan Bank syariah di Indonesia di sambut baik oleh masyarakat indonesia, hal ini menjadi tantangan bagi setiap bank untuk mulai mempromosikan produk andalan dan menyajikan kualitas pelayanan yang menjanjikan. Pelayanan terbaik dari suatu bank yang diberikan kepada nasabah merupakan pokok terpenting yang harus bank lakukan. Jika suatu bank memberikan pelayanan yang buruk kepada nasabah maka bank akan mengalami masalah, begitu juga sebaliknya jika bank memberikan pelayanan yang baik dan sangat memuaskan maka nasabah akan loyal terhadap bank tersebut.

---

<sup>12</sup> Dita Tresiya, Djunaidi, Heri Subagyo, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri”, Vol. 1, No. 2, 2018., hlm, 210

<sup>13</sup> Riris Roisah, Iis Iskandar, “*Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Tabungan Negara KCP Kopo*”, Fakultas Ekonomi Universitas BSI ,2014, hlm.1

<sup>14</sup> Kuku familiar, Ida Maftukhah, *Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*, Manajemen Analysis Journal Vol. 04, No. 04, 2015, hlm. 349.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah *personal selling*. *Personal selling* merupakan salah satu alat promosi yang merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam menghadapi dunia persaingan. Menurut Philip Kotler tujuan dari *personal selling* adalah untuk melakukan penjualan dengan menanamkan pilihan pembeli, keyakinan pembeli dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu dalam proses pembelian.<sup>15</sup>

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bagi bank, yaitu diantaranya bank dapat langsung bertatap muka, memperoleh informasi langsung, dapat langsung mempengaruhi, memberikan pelayanan dan membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan dan menanggapi bank.<sup>16</sup> Oleh karena itu dengan adanya *personal selling* yang baik dalam suatu lembaga keuangan syariah diharapkan mampu meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rozak. Dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa secara simultan kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>17</sup> Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Deni Febriansyah menyebutkan bahwa *personal selling* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Perhalindo, 1997), hlm. 225.

<sup>16</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 176.

<sup>17</sup> Abdul Rozak, *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia Cabang Kendari*, (Kendari: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hlm. 88.

<sup>18</sup> Deni Febriansyah, *Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. BPRS Al-Falah Sukajadi Kabupaten Banyuasin*, (Palembang: Skripsi, 2017), hlm. 74.

Menurut Richard F. Gerson dalam Kasmir untuk memenuhi loyalitas nasabah dapat dilakukan dengan cara memenuhi kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan termasuk fasilitas yang digunakan nasabah.<sup>19</sup> Hal tersebut dapat diupayakan dengan memberikan kualitas pelayanan, *personal selling*, dan kepuasan nasabah dalam mengetahui loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul mengenai metode penelitian yang akan dilaksanakan peneliti dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Personal Selling* dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex BNI Syariah Tulungagung)"**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini hanya di batasi oleh variabel pengaruh tingkat kualitas pelayanan, *personal selling*, dan kepuasan nasabah yang mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah)

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini antara lain:

---

<sup>19</sup> Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 161

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah)?
2. Apakah *personal selling* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah)?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah)?
4. Apakah kualitas pelayanan, *personal selling*, dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah)?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah).
2. Untuk menguji pengaruh *personal selling* terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah).

3. Untuk menguji pengaruh kepasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah).
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, personal selling dan kepuasan nasabah secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah).

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis dan secara praktis, adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi dunia perbankan dan memperkaya penelitian yang telah ada dan dapat memberi gambaran pengaruh kualitas pelayanan, personal selling dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta penerapan teori tentang perbankan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

- b. Bagi akademik

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah nilai pengetahuan mengenai perbankan syariah yang terkait dengan kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, serta sebagai sumbangan kebendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta dapat menjadi referensi tentang penelitian sejenis terkait kualitas pelayanan, *personal selling*, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah.

## **F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Pembatasan masalah dalam penelitian ditetapkan agar pembahasan terfokus pada pokok permasalahan yang ada, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Untuk menghindari salah penafsiran dari penelitian ini, maka perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Ruang lingkup dalam penelitian ini membahas terdiri dua variabel, diantaranya Variabel bebas (*independent variabel*) yaitu kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah. Sedangkan variabel Terikat (*Dependent Variabel*) yaitu loyalitas nasabah.
2. Agar pembahasan penelitian ini terarah apa yang akan dibahas, maka penulis perlu membatasi penelitian ini, penulis hanya berfokus pada

kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah), dengan melakukan penyebaran kuisioner pada beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (ex. BNI Syariah).

### **G. Penegasan Istilah**

Untuk memperoleh pengertian yang benar dan untuk menghindari kesalah pahaman judul penelitian ini, maka dirumuskan secara singkat beberapa istilah, sebagai berikut:

#### 1. Secara Konseptual

##### a. Kualitas Pelayanan

Pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan kualitas pelayanan adalah salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian produk. Parasurman dalam Andriasan mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan.<sup>20</sup>

##### b. *Personal selling*

---

<sup>20</sup> Andriasan Susarso, “Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan”, (Sleman: Deepublish, 2012)., hlm. 56-57

*Personal Selling* merupakan komunikasi personal yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk membuat penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen.<sup>21</sup> *Personal Selling* merupakan salah satu alat promosi yang merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan dunia. Penjualan secara *Personal Selling* memberikan keuntungan kepada bank ataupun lembaga keuangan lainnya. Misalnya bank bisa dapat bertatap muka langsung dengan nasabah, dapat memperoleh informasi secara langsung, dapat langsung mempengaruhi, memberikan pelayanan dan membuat situasi seolah-olah nasabah akan diharuskan untuk mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi bank. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Personal Selling* merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi dan yang meyakinkan pasar secara berseorangan.<sup>22</sup>

c. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah menurut para ahli tidak jauh beda, tergantung dari sudut mana kita memandangnya. Menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah penilaian dari pelanggan tentang penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan

---

<sup>21</sup> Felicia Magdalena, Liliana Dewi, "Pengaruh *Personal Selling* Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Awareness* Bisnis Mahasiswa Universitas Ciputra", *Jurnal Eksekutif* vol. 14 no.2 Desember (2017), hlm. 6.

<sup>22</sup> Febriana Sujilestari, "Pengaruh *Kebutuhan, Personal Selling* Dan *Kualitas Produk* Terhadap *Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Di Muamalat Pada Bank Muamalat Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri)*, Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan 2019, hlm. 25-26.

sebelum penggunaannya.<sup>23</sup> Walker dalam Ginanjar juga mengemukakan kepuasan konsumen atau nasabah adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi.<sup>24</sup>

d. Loyalitas nasabah

Nasabah loyal sebagai himpunan pelanggan yang memiliki sikap mendukung terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.<sup>25</sup>

2. Secara Operasional

Dengan adanya penegasan konseptual tersebut, maka dapat diambil suatu pengertian yang dimaksud dengan Pengaruh kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung adalah penganalisisan variabel kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Untuk memperoleh tingkat loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia ini maka sangat dibutuhkan kualitas pelayanan, *personal selling* dan kepuasan nasabah yang maksimal yang diberikan oleh pihak bank.

---

<sup>23</sup> Kasmir, "Pemasaran Bank", (Jakarta: Kencana, 2004)., hlm 162

<sup>24</sup> Ginanjar, Pengaruh Kepercayaan ... , hlm 13

<sup>25</sup> Ria Octavia, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas nasabah PT. Bank Index Lampung*", Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 13, No. 1, tahun 2019, hlm 37

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan dalam 6 bab, dimana setiap babnya terdapat beberapa sub bab sebagai perincian dari bab tersebut. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penulisan, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas mengenai teori kualitas pelayanan, *personal selling*, kepuasan nasabah, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, serta teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang telah diteliti yaitu meliputi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

#### **BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai pembahasan-pembahasan dari rumusan masalah yang pertama sampai rumusan masalah yang terakhir.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi uraian tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisi data yang dilakukan oleh peneliti, serta saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini.