

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian di sebuah negara termasuk Indonesia. Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1998, Bank merupakan lembaga perantara keuangan, dimana bank bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan, deposito dan kemudian menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa peran bank adalah suatu lembaga perantara keuangan (*fiancial intermediary*) antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (*deficit of funds*).<sup>2</sup>

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yang tujuannya untuk meningkatkan kualitas ekonomi umat dengan jalan mengembangkan kemandirian umat melalui kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Namun, fakta yang terjadi masih ada sebagian masyarakat yang belum mengetahui secara jelas produk-produk bank syariah, sehingga diantara mereka masih timbul keraguan mengenai prinsip-prinsip syariah.

---

<sup>2</sup> Hadi Ismanto dkk, *Perbankan dan Literasi Keuangan*, (Yogyakarta: Depublish Publisher, 2019), hal. 2.

Maraknya perkembangan dan pertumbuhan bank syariah dipandang sinis oleh beberapa kalangan. Hal ini dapat dilihat dari masih rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat Islam terhadap bank syariah. Bahkan beberapa ilmuwan muslim ada yang mengecam perbankan syariah, mereka berpendapat bahwa bank-bank Islam dalam menyelenggarakan transaksinya justru bertentangan dengan konsepnya. Dengan kata lain, bertentangan dengan semangat syariah.

Masih dipertanyakan apakah penyelenggaraan kegiatan-kegiatan usaha-usaha bank syariah yang notabnya bermaksud menghindari pemungutan bunga dan agar risiko dipikul bersama, memang telah diselenggarakan sesuai dengan tujuan tersebut atau dalam pelaksanaannya ternyata hanya penggantian istilah belaka.

Dari hasil penelitian sebelumnya, diketahui bahwa faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya dengan bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal berupa bauran pemasaran dan faktor internal adalah faktor psikologis konsumen yang terdiri dari motivasi, kepribadian, pembelajaran, persepsi dan sikap.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Hartini, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hal. 29.

Pada masa perkembangan dan belum dikenal luas, bank syariah dihadapkan pada persaingan dengan bank konvensional yang terlebih dahulu berada di pasar. Bank yang akan tampil menjadi pemenang, tentunya bank tersebut benar-benar memahami kebutuhan, tuntutan dan keinginan dari pasar atau nasabah dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan bank lainnya. Fenomena persaingan ini akan mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar.

Ketatnya persaingan antara industri perbankan telah mendorong Bank Syariah Indonesia untuk berinovasi terhadap layanan jasa yang memiliki keunggulan bersaing dan unik, berbeda dengan bank lain yang sejenis agar dapat memperoleh citra yang baik. Kotler mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsi (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan dihasilkan dari operasi yang dilakukan oleh perusahaan, dan keberhasilan proses operasi tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain faktor karyawan, sistem teknologi, dan keterlibatan konsumen. Penyampaian layanan yang berkualitas dianggap sebagai strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan.

Perhatian para manajer saat ini diprioritaskan pada pemahaman dampak kualitas pelayanan terhadap keuntungan dan hasil-hasil finansial

yang lain dalam perusahaan. Selain itu, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi agar dapat bertahan dan berjalan dengan baik. Porter menyebutkan bahwa faktor yang menentukan keunggulan kompetitif antara lain: 1). Faktor kondisi (kualitas, skill, tenaga kerja, ketersediaan sumber daya pengetahuan, kualitas infrastruktur fisik, jumlah dan biaya dari sumber modal dalam struktur industri keuangan), 2). Kondisi permintaan (komposisi permintaan pasar, ukuran dan pertumbuhan pasar), 3). Industri terkait dan industri penunjang (keberadaan dan kualitas industri penunjang serta hubungan antara industri lokal dalam koordinasi dan aktivitas dalam rantai nilai). Serta dua faktor eksternal yaitu penemuan baru dan faktor-faktor dari pemerintah.<sup>4</sup>

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan beberapa perbedaan mendasar mengenai variabel-variabel konsumen. Selness dalam penelitiannya mengemukakan bahwa variabel kepuasan mempengaruhi reputasi merek. Namun pendapat ini disanggah oleh Andreassen dalam Smith and Wright, yang menyatakan bahwa reputasilah yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan ini dapat dijadikan *research gap* bagaimana sebenarnya pengaruh reputasi merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Dalam kondisi seperti ini reputasi mengenai merek produk perusahaan menjadi pedoman bagi pelanggan. Merek yang berhasil

---

<sup>4</sup> Thomas Arifin, *Sinergi Sukses Pengusaha & Bankir*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 65-66.

memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak apabila Bank mampu memanfaatkan merek tersebut secara agresif dan terus menerus melalui berbagai cara perluasan merek atau perluasan lini.

Keunggulan bersaing yang mampu terus mengembangkan perbankan adalah dengan menciptakan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah harus terus dipelihara dengan memberikan layanan jangka panjang dengan tujuan menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting bagi Bank dalam menjalankan operasionalnya. Menurut Fanny dalam penelitiannya menyatakan bahwa manfaat loyalitas bagi nasabah antara lain: a). Dapat meminimalkan biaya pelayanan jika dibandingkan dengan nasabah baru, b). Nasabah yang loyal akan rela membayar lebih mahal, c). Nasabah yang loyal mampu dijadikan sebagai marketing perusahaan, d). Nasabah akan memberikan informasi-informasi dari perusahaan secara positif.<sup>5</sup>

Kunci sukses Bank dalam memenangkan persaingan tergantung pada cara Bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Persaingan selama ini biasanya bank berlomba-lomba memberikan hadiah atau bonus pada nasabah dan pelayanan yang menarik. Pada hakikatnya, untuk memenangkan persaingan bank harus melihat keunggulan jasa dan produk perbankan. Kualitas pelayanan yang didukung sumber daya manusia yang handal menjadi kunci sukses bank bersaing dengan bank lain.

---

<sup>5</sup> Sri Rahayu dan Eka Pariyanti, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap & Loyalitas Pembelian*, (Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2021), hal. 2.

Selain itu, bank dituntut memiliki teknologi informasi yang menunjang aspek-aspek pelayanan. Inovasi pelayanan bertujuan memuaskan nasabah dengan terus memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Hal ini akan mengurangi kekecewaan nasabah dan meminimalisasi perpindahan nasabah ke bank lain. Loyalitas nasabah memiliki dua dimensi yaitu dimensi perilaku dan dimensi sikap. Dimensi perilaku dalam loyalitas nasabah adalah pembelian ulang yang dapat diukur dengan minat beli. Sedangkan dimensi sikap adalah sikap positif atas responden pelayanan yang diberikan bank.

Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam membuat banyak nasabah kini beralih ke bank syariah. Banyaknya Lembaga Keuangan Syariah baru menjadikan persaingan semakin ketat. Nasabah juga harus selektif dalam memilih bank. Di kota Tulungagung juga telah banyak berdiri Bank-bank Syariah serta Unit Usaha Syariah untuk mendukung perkembangan perekonomian, salah satunya adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Bank Syariah Mandiri adalah salah satu Bank Syariah Nasional milik pemerintah yang maju dan besar.

Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dan ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan menunjukkan *trend* yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan tercermin

dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Layanan yang berkualitas dalam lembaga keuangan akan menjadi nilai lebih bagi nasabah yang nantinya akan memberikan kepuasan dan loyalitasnya terhadap lembaga itu sendiri. Pelayanan yang diberikan pihak Bank Syariah Mandiri dengan nasabah adalah sebagai hubungan kemitraan atau tolong-menolong, bukan pelayanan dengan sifat hanya mementingkan keuntungan sebelah pihak. Pelayanan yang ramah, sopan, santun, akan meningkatkan kedekatan pihak bank dengan nasabah, sedangkan layanan yang cepat dan tepat akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan untuk memperoleh produk dari lembaga tersebut.

Masalah kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis. Apakah kualitas pelayanan dapat benar-benar memberikan kepuasan bagi nasabah sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Untuk itu, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung harus memiliki kriteria yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang disediakan, komunikasi karyawan dengan nasabah, dan kemampuan memberikan jasa secara akurat.

Menurut penelitian Susalit diperoleh kesimpulan bahwa untuk menghindari perpindahan merek, perusahaan harus memperhatikan hambatan pindah dalam bentuk inovasi yang bernilai bagi pelanggan,

sehingga pelanggan berkurang untuk pindah ke merek yang lain. Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung mungkin masih belum bisa diterima oleh beberapa tingkatan di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap keunggulan bersaing Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung agar promosi berkualitas dan jumlah nasabahnya bertambah. Strategi tersebut dimaksudkan agar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung mampu bersaing dalam persaingan dengan semua perbankan syariah.

Menabung juga merupakan salah satu aktivitas yang dianjurkan oleh ajaran agama Islam. Menabung juga dapat mencegah manusia dari sikap boros dan berlebihan. Hal ini sesuai dengan fungsi perbankan sebagai lembaga yang memiliki tiga fungsi yaitu menerima simpanan uang, meminjam uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Ketika menabung di Bank, biasanya nasabah akan mendapatkan beberapa fasilitas seperti buku tabungan, kartu ATM, layanan internet dan *mobile banking*, serta beberapa layanan lain sesuai dengan kebijakan masing-masing bank.

Dapat dilihat pada tabel berikut ini adalah jumlah nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Tulungagung tahun 2019 sampai 2021 sebagai berikut:



**Tabel 1.1****Data Perkembangan Nasabah Bank Syariah Mandiri Tulungagung**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2019	10.096 nasabah
2020	13.578 nasabah
2021	16.700 nasabah

*Sumber: Data Nasabah Bank Syariah Mandiri*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan minat nasabah terhadap menabung semakin meningkat. Bank Mandiri Syariah ini salah satu bank yang menarik minat masyarakat, namun masih sedikit yang mengetahui tentang bank tersebut dan hanya sedikit yang menyadari bahwa bank syariah juga memiliki banyak manfaat bagi nasabah.

Melalui faktor kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing diharapkan dapat meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung yang mana hal ini dapat memberikan keuntungan bagi Bank karena dengan banyaknya nasabah yang memutuskan untuk menabung di Bank Syariah dapat meningkatkan *funding* ataupun *financing* itu sendiri.

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Pada dasarnya nasabah lebih menyukai pelayanan yang dapat memberikan mereka kepuasan ketika melakukan transaksi, tetapi hal ini mungkin sering diabaikan oleh perusahaan, dan bukan hal yang tidak mungkin nasabah akan beralih ke perusahaan lain.
2. Perusahaan juga dapat memberikan kesan baik dan kepercayaan bagi nasabah sehingga loyalitas nasabah akan meningkat.
3. Untuk memperoleh keunggulan bersaing perusahaan perlu menerapkan strategi mengenai kebijakan apa yang harus digunakan untuk mencapai tujuannya.
4. Loyalitas dapat dipengaruhi melalui kepuasan atas pemenuhan harapan-harapan dari nasabah, namun belum sebagian dari perusahaan memahami apa yang dapat membuat nasabah puas akan produk yang mereka tawarkan.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?
2. Apakah reputasi merek berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?

3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?

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

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Untuk menganalisis pengaruh reputasi merek terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan sekaligus mengetahui secara langsung penerapan teori ke praktik dalam perbankan syariah yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dan umumnya pada lembaga keuangan lainnya baik syariah ataupun konvensional.

### 2. Secara Praktis

#### a. Peneliti

Peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ekonomi dan Lembaga Keuangan Syariah khususnya Perbankan Syariah, sebagai sarana menuangkan pemikiran ke dalam bentuk tulisan dan melatih berfikir menganalisis, serta ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori di bangku kuliah.

#### b. Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan, dan sumbangan pikiran. Dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengembangan kualitas dari instansi terkait.

c. Akademisi

Peneliti ingin menambahkan informasi kepada perguruan tinggi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, sebagai tambahan dalam keperustakaan di bidang perbankan syariah khususnya, dan dapat dijadikan bahan bacaan yang berisikan suatu studi yang bersifat karya ilmiah.

d. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi ketika memutuskan untuk menabung di Bank Syariah, sehingga masyarakat memiliki gambaran atau pengetahuan tentang bagaimana dan seperti apakah Perbankan Syariah dapat memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah.

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

### **1. Ruang Lingkup**

Dalam melaksanakan suatu penelitian diperlukan suatu batasan atau ruang lingkup untuk mempermudah pembahasan dengan jelas. Ruang lingkup mengemukakan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti beserta indikatornya, populasi atau subjek penelitian dan lokasi penelitian.

#### **a. Kualitas Pelayanan**

Tjiptono mengatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *preceived service*. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset terdapat lima dimensi, yaitu:

- 1) *Tangibles* (Bukti fisik)
- 2) *Reliability* (Kehandalan)
- 3) *Responsiveness* (Daya tanggap)
- 4) *Assurance* (Jaminan)
- 5) *Empathy* (Empati)<sup>6</sup>

b. Reputasi Merek

Reputasi merek (*brand reputation*) merupakan suatu penjabaran yang berhubungan dengan citra dan penilaian dari pihak luar terhadap kualitas produk atau merek. Semakin tinggi tingkat kepercayaan merek yang dimiliki konsumen, semakin kuat pula komunikasi yang dilakukan oleh suatu komunitas terhadap merek. Indikator yang digunakan untuk mengukur reputasi merek adalah:

- 1) Nama baik
- 2) Reputasi pesaing

---

<sup>6</sup> Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), hal. 218-219.

- 3) Dikenal luas
- 4) Kemudahan di ingat<sup>7</sup>

c. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang lebih menguntungkan dibandingkan pesaingnya. Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah:

- 1) Kemampuan bersaing
- 2) Strategi *marketing*
- 3) Nilai lebih perusahaan<sup>8</sup>

d. Loyalitas Nasabah Menabung

Loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jasa yang diberikan perbankan berupa menerima simpanan uang yang merupakan salah satu fasilitas yang membantu masyarakat untuk menabung. Tabungan adalah simpanan uang yang berasal dari pendapatan yang tidak dibelanjakan dan bisa dilakukan oleh perorangan maupun instansi tertentu. Indikator yang digunakan dalam mengukur loyalitas nasabah menabung adalah:

---

<sup>7</sup> Aditya Halim Perdana Kusuma dkk, *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal 12-13.

<sup>8</sup> Yuan Badrianto dkk, *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif)*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hal. 144-145.

- 1) Transaksi berulang
- 2) Merekomendasikan
- 3) Menggunakan jasa lain
- 4) Tidak mudah terpengaruh<sup>9</sup>

## 2. Batasan Penelitian

Batasan penelitian bertujuan memberikan batasan terhadap penelitian agar pembahasannya tetap fokus dan menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari permasalahan yang telah ditentukan. Batasan masalah penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan, reputasi merek, dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas nasabah menabung.
- b. Subjek dari penelitian ini adalah salah satu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Ruko Kepatihan 7-8, Jalan Panglima Sudirman No. 51, Tulungagung.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan mewujudkan kesatuan pandangan dan kesamaan pemikiran, perlu kiranya ditegaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian sebagai berikut:

### 1. Definisi Konseptual

---

<sup>9</sup> Caroline dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Cirebon: Insania, 2021), hal. 64.



- a) Kualitas Pelayanan (jasa) adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima (*preceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan bagi produsen merupakan spesifikasi produk atau jasa yang dirancang pada pelanggan, sehingga mereka akan merasa puas dengan produk atau jasa tersebut.
- b) Reputasi Merek merupakan suatu penjabaran yang berhubungan dengan citra dan penilaian dari pihak luar terhadap kualitas suatu produk atau merek. Reputasi dibangun dalam beberapa periode dan diwakilkan sebagai konsistensi dari adanya atribut yang melekat pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan merek yang dimiliki konsumen, semakin kuat pula komunikasi yang dilakukan oleh suatu komunitas terhadap merek.
- c) Keunggulan Bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.
- d) Loyalitas Nasabah Menabung merupakan respon perilaku yang berupa pemilihan suatu lembaga keuangan dari sekumpulan lembaga yang ada dan diekspresikan dalam jangka waktu yang lama. Jika pelanggan puas mereka akan melakukan pembelian ulang produk

atau jasa. Keimanan seseorang juga akan menentukan perilakunya dalam mengkonsumsi barang dan jasa, termasuk dalam menabung.

## 2. Definisi Operasional

### a) Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan secara sungguh-sungguh yang dimiliki karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dalam memberikan pelayanan secara cepat, tepat, ramah, sopan dan sesuai dengan prinsip syariah. Sebagai kenyataan dan harapan nasabah atas kepuasan layanan yang mereka peroleh.

### b) Reputasi Merek ( $X_2$ )

Reputasi merek yang dimaksud adalah persepsi kualitas yang berkaitan dengan nama. Dalam hal ini citra layanan terhadap nasabah yang diberikan oleh karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dan cara pemberian solusi terhadap masalah nasabah.

### c) Keunggulan Bersaing ( $X_3$ )

Keunggulan bersaing yang dimaksud adalah kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan diantara perusahaan lain. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung keunggulan bersaing dijadikan acuan dalam mencapai misi dan tujuannya.

d) Loyalitas Nasabah Menabung (Y)

Loyalitas dalam penelitian ini adalah kesetiaan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dalam menggunakan produk atau jasa dan tetap bertahan dari pesaing atau perusahaan lain yang sejenis.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan penelitian, sistematika disusun berdasarkan bab demi bab sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah:

1. BAB I PENDAHULUAN: Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.
2. BAB II LANDASAN TEORI: Berisi tentang kerangka teori yang membahas variabel atau sub variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.
3. BAB III METODE PENELITIAN: Berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, populasi, sampel dan sampling penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan analisis data.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN: Berisi tentang deskripsi data dan uji hipotesis.

5. BAB V PEMBAHASAN: Berisi tentang jawaban dari masalah penelitian atau bagaimana tujuan penelitian telah dicapai, menafsirkan temuan-temuan penelitian, mengintegrasikan temuan penelitian dalam konteks ilmu yang luas, memodifikasi teori yang ada atau menyusun teori baru.
6. BAB VI PENUTUP: Berisi tentang kesimpulan hasil pembahasan dan saran berdasarkan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN