

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan bank syariah pertama yang ada di Indonesia. BMI didirikan pada tanggal 1 November 1991 sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI. Bank Muamalat Indonesia ini resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 dengan modal awal Rp.106.126.382.000. Di Indonesia, pendirian perbankan syariah dilatarbelakangi oleh keinginan umat islam untuk memiliki lembaga keuangan yang berjalan berdasarkan prinsip syariah.² Berdasarkan ragam produk perbankan, kualitas pelayanan serta teknologi yang dimiliki memperlihatkan bahwa saat ini perbankan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat.

Berikut jaringan kantor individual perbankan syariah yang ada di Statistik Perbankan Syariah Periode Bulan Oktober 2021:

Tabel 1.1
Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah – SPS Oktober 2021

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK
1	PT. Bank Aceh Syariah	27	90	31
2	PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	12	24	6
3	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk	80	131	30
4	PT. Bank Victoria Syariah	6	1	-
5	PT. Bank BRI Syariah	-	-	-
6	PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	55	2
7	PT. Bank BNI Syariah	-	-	-
8	PT. Bank Syariah Mandiri	-	-	-
9	PT. Bank Mega Syariah	30	29	4

² Ririn Wulandari dan Fikri A Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: Nas Media Pustaka, 2020) hlm 6

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK
10	PT. Bank Panin Syariah, Tbk	11	-	-
11	PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	4
12	PT. BCA Syariah	15	15	43
13	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	-	-
14	PT. Bank Net Indonesia Syariah	1	-	-
15	PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk	273	985	75
	Total	500	1.337	195

Sumber: Data Bank Umum Syariah, OJK Oktober 2021

Berdasarkan tabel 1.1 terkait Jaringan Kantor Individual Perbankan Syariah Tahun 2021 diatas dapat disimpulkan bahwa hingga bulan Oktober 2021 PT. Bank Muamalat Indonesia berhasil menduduki urutan kedua sebagai bank umum syariah yang memiliki jaringan kantor individual terbanyak, sedangkan Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi urutan pertama karena adanya gabungan antara 3 bank syariah yaitu BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Dengan banyaknya kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia membuktikan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia memiliki kredibilitas yang baik sehingga banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, PT. Bank Muamalat Indonesia juga merupakan satu-satunya bank syariah yang memiliki kantor cabang di luar negeri, tepatnya di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia.

Gambar 1.1
Penghargaan Satisfaction , Loyalty and Engagement (SLE)
Survey 2020-2021



Sumber: Instagram Bank Muamalat, 2021

Berdasarkan hasil survei Satisfaction, Loyalty, and Engagement (SLE) 2021 yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) yang bekerja sama dengan Infobank, menunjukkan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia berhasil menjadi peringkat pertama sebagai bank umum syariah dengan nasabah paling loyal pada tahun 2021. Tidak hanya pada tahun 2021, PT. Bank Muamalat Indonesia berhasil mempertahankan prestasinya ini sejak tahun 2019. Untuk menciptakan nasabah yang loyal PT. Bank Muamalat Indonesia selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun budaya melayani yang terdiri dari berbagai aspek, yaitu: kompetensi, penampilan karyawan hingga lingkungan kerja. Survei ini tidak hanya fokus pada pengukuran aspek kepuasan saja melainkan meliputi *satisfaction*, *loyalty* dan *engagement* secara keseluruhan dengan tujuan untuk

mengukur tingkat ketertarikan nasabah terhadap suatu bank serta variabel-variabel yang mempengaruhi hal tersebut.³

Munculnya bank-bank baru dan berbagai produk perbankan mengakibatkan terjadinya persaingan antara bank yang satu dengan bank yang lain. Dengan adanya persaingan ini setiap bank harus menerapkan strategi pertahanan untuk mencegah hilangnya nasabah. Dalam sebuah bank, yang terpenting adalah bagaimana cara meningkatkan kualitas dalam menangani nasabah. Menurut Nifita, penilaian masyarakat terhadap suatu bank mencakup pada masalah kualitas, baik mengenai pelayanan yang diberikan perbankan, produk yang ditawarkan perbankan dan citra yang baik dari suatu perbankan.⁴

Upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan ini adalah dengan memberikan kepuasan pada nasabah. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang diharapkan terhadap kinerja hasil produk yang dipikirkan. Upaya yang dapat dilakukan perbankan untuk mencapai kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa variabel, diantaranya yaitu: citra perusahaan, keunggulan produk, dan kualitas pelayanan.⁵

Saat ini, setiap bank lebih mementingkan loyalitas dibandingkan dengan mendapatkan nasabah baru. Kheng *et al.* mengutarakan bahwa

³ *Nasabah Bank Muamalat Paling Loyal Versi MRI*, Diakses melalui <http://www.bankmuamalat.co.id/berita>, Tanggal 12 Februari 2022 pukul 09.54 WIB

⁴ Rora Rosmaya Sari, Luis Marnisah dan Fakhry Zamzam, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Bank terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus di PT Bank Mandiri KC Palembang)*, Integritas Jurnal Manajemen Profesional Vol.2 No.2, 2021 hlm 202

⁵ Diyanthini dan Ni Ketut Seminari, *Pengaruh Citra Perusahaan, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada LPD Desa Pakraman Panjer*, hlm 2852

menarik pelanggan baru membutuhkan biaya yang lebih besar hingga lima kali lipat dibandingkan dengan menjaga kepuasan nasabah. Loyalitas pelanggan merupakan kunci untuk memenangkan persaingan yang ada di sector perbankan saat ini. Deng *et al.* mengutarakan bahwa loyalitas nasabah mengacu pada komitmen nasabah yang konsisten melakukan pembelian secara berulang terhadap layanan atau produk yang disukai. Nasabah yang loyal biasanya melakukan word of mouth positif kepada nasabah yang lain dan tidak mudah untuk melakukan switching (berpindah merek). Memiliki nasabah yang loyal merupakan keuntungan bagi suatu perbankan.⁶

Citra perusahaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Citra perusahaan ialah hasil penilaian dari diri seseorang yang telah tertanam dalam benak nasabah mengenai suatu objek. Citra dapat diukur melalui kesan tanggapan seseorang, pendapat yang bertujuan untuk mengetahui dengan pasti apa yang ada pada setiap individu mengenai suatu objek. Citra atas suatu objek ini bisa saja berbeda antara orang yang satu dengan yang lain, tergantung persepsi masing-masing individu. Citra perusahaan yang positif sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan, karena citra berdampak pada seluruh elemen yang ada pada perusahaan tersebut. Citra perusahaan adalah kesan positif terhadap suatu perusahaan yang timbul karena adanya proses informasi setiap waktu dari

⁶ A.A Ayu Ratih Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan (Di antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajiban Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com)*, (Klaten: Lakeisha, 2020) hlm 1

berbagai informan yang terpercaya.⁷ Indikator citra perusahaan diantaranya: stabilitas perusahaan, reputasi positif yang dibangun perusahaan serta nama perusahaan yang sudah dikenal luas.⁸

Variabel kedua yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Nasabah menggunakan jasa perbankan untuk menyelesaikan suatu masalah dan nasabah memberikan penilaian terhadap kemampuan bank memberikan layanan tersebut. Penilaian ini berhubungan dengan keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan diperoleh dengan cara mengetahui harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.⁹ Gaspersz menjelaskan bahwa sebuah produk harus memiliki kehandalan, kinerja, daya tahan, pelayanan, keindahan, keistimewaan tambahan, kesesuaian dengan spesifikasi dan kualitas yang dipersepsikan. Dengan adanya indikator-indikator ini dalam suatu produk, diharapkan dapat membuat suatu produk memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing.

Kualitas pelayanan menjadi variabel penting yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui

⁷ Basuki Sri Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah*, Advance Vol.1 No.2, 2014, hlm 15

⁸ Shella Rizqi Arfianti, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah*, Management Analysis Journal Vol.3 No.2, 2014, hlm 2

⁹ Emiliawati Muslimah dan Wahyu Murti, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP Cabang Hargo Mangga Dua*, Jurnal Manajemen Vol.5 No.2, 2017, hlm 18

pemenuhan keinginan dan kebutuhan nasabah serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi apa yang menjadi harapan nasabah.¹⁰ Manajemen perusahaan harus memahami indikator-indikator yang mempengaruhi pelayanan yang berkualitas diantaranya: tangible, reliability, assurance, responsiveness dan empathy.¹¹ Dalam suatu perusahaan semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang berdampak pada loyalitas nasabah. Selain itu dengan adanya produk dan pelayanan yang berkualitas juga akan menumbuhkan citra positif suatu perusahaan.

Salah satu kantor cabang PT. Bank Muamalat Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk yang beralamat di Jalan Gatot Subroto No.52, Kauman, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Kantor ini terletak di tengah-tengah kota sehingga mudah untuk di jangkau masyarakat. Berikut merupakan tabel jumlah nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk
Tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	925
2020	1.757
2021	2.294

Sumber: Kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk

¹⁰ Kukuh Familiar dan Ida Maftukhah, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan*, Management Analysis Journal Vol.4 No.4, 2015, hlm 349

¹¹ Kusuma Wijayanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*, Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol.17 No.1, 2015, hlm 40

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 jumlah nasabah mencapai 1.757 atau meningkat sebanyak 89,95% dibandingkan pada tahun 2019. Selanjutnya, pada tahun 2021 jumlah nasabah mencapai 2.294 atau meningkat sebanyak 30,56% dibandingkan tahun 2020. Dengan adanya peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya ini membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dapat memuaskan nasabah sehingga mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa dan produk di bank tersebut.

Alasan memilih Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk sebagai objek penelitian adalah karena peneliti tertarik untuk menguraikan keunikan Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya seperti yang terdapat pada tabel 1.2. Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk selalu berusaha mengoptimalkan kualitas pelayanan dan produknya agar dapat memuaskan nasabah. Bank menyadari bahwa untuk menciptakan loyalitas nasabah maka harus memberikan kepuasan kepada nasabah terlebih dahulu.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk Tabungan iB Muamalat dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel***

Intervening Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk”. Dengan harapan agar Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga dapat menumbuhkan citra perusahaan yang positif yang berdampak pada kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dan menghasilkan nasabah yang loyal.

B. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang penulis identifikasi berdasarkan latar belakang, diantaranya:

1. Citra Bank Muamalat Indonesia yang positif berdampak terhadap tingginya tingkat kepercayaan nasabah bank yang berpengaruh pada loyalitas nasabah.
2. Kualitas produk yang baik di Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk berpengaruh pada loyalitas nasabah.
3. Kualitas pelayanan yang baik dan maksimal yang diberikan Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk berpengaruh pada loyalitas nasabah.
4. Kepuasan nasabah dalam menggunakan produk dan jasa Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk berpengaruh pada loyalitas nasabah.
5. Adanya inovasi-inovasi yang terus dikembangkan Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk akan berdampak pada tumbuhnya citra perusahaan yang positif yang berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas nasabah.

6. Kualitas produk yang unggul di Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas nasabah.
7. Kualitas pelayanan yang melebihi harapan nasabah memberi pengaruh pada tingginya tingkat kepuasan nasabah yang akan berdampak pada loyalitas nasabah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?
5. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh citra perusahaan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.
4. Untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.
5. Untuk menguji pengaruh citra perusahaan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.
6. Untuk menguji pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.
7. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi aset pustaka yang dapat memberikan informasi, masukan atau sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan syariah dalam mengetahui, memahami terkait pentingnya

citra perusahaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang dapat berdampak pada loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi banyak pihak, diantaranya yaitu:

a. Bagi Bank Muamalat Indonesia

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran positif bagi pihak perbankan syariah dalam melakukan perbaikan usaha dari kekurangan yang dianggap dapat berpengaruh terhadap operasional bank dan menghambat tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, penulis juga berharap hasil dari penelitian ini dapat diterima sebagai kontribusi untuk upaya meningkatkan loyalitas nasabah.

b. Bagi Nasabah

Adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu nasabah dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan mengatasi atau menjawab permasalahan-permasalahan yang dihadapi.

c. Peneliti Lanjutan

Adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk menambah bahan referensi dan sebagai perbandingan, terutama bagi peneliti yang meneliti masalah sejenis di masa yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan pengaruh variabel Z terhadap Y. Dimana X adalah variabel bebas yang terdiri dari variabel X1 (citra perusahaan), X2 (kualitas produk), dan X3 (kualitas pelayanan) dan Y merupakan variabel terikat yaitu loyalitas nasabah serta variabel Z yaitu kepuasan nasabah.

Pengaruh citra perusahaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah merupakan batasan dari penelitian ini. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk dengan responden penelitian yaitu nasabah dari Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap judul penelitian. Maka perlu dibuat penjelasan terhadap istilah-istilah tersebut. Penegasan istilah dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Definisi Konseptual

a. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan sekumpulan ide, kesan, keyakinan yang dimiliki oleh setiap individu terhadap suatu objek. Kesan

tersebut kemudian diubah bentuknya menjadi citra positif atau citra negatif, hal tersebut sesuai dengan pengalaman dan perasaan nasabah pada suatu perusahaan.¹²

b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Kualitas produk juga merupakan tingkat kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya.¹³

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan nasabah.¹⁴

d. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan komitmen nasabah terhadap suatu perusahaan, merek, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang dilakukan secara konsisten.¹⁵

e. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian

¹² A.A Ayu Ratih Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan...*, hlm 12

¹³ Ely Arinawati dan Badrus Suryadi, *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2021) hlm 164

¹⁴ Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi R, *Membidik Nasabah Bank Syariah...*, hlm 65

¹⁵ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019) hlm 93

atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian.¹⁶

2. Definisi Operasional

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan pengaruh antara citra perusahaan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan sumber data yaitu kuisioner. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis dengan beberapa tahap, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan skripsi digambarkan kedalam enam bab. Setiap babnya terdapat sub bab berbagai macam rincian dari bab bab tersebut. Adapun sistematika penulisan skripsi dilakukan dengan sedemikian rupa untuk memudahkan pemahaman serta memfokuskan sasaran. Susunannya adalah sebagai berikut:

¹⁶ Eva Sundari, *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam*, (Indramayu: Penerbit Adab, 2021) hlm 11

1. BAGIAN AWAL

Terdiri dari : Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persembahan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. BAGIAN INTI

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari : (a) Latar belakang masalah, (b) Identifikasi masalah, (c) Rumusan masalah, (d) Tujuan penelitian, (e) Kegunaan penelitian, (f) Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) Penegasan istilah, (h) Sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Terdiri dari : (a) Kerangka Teori (Teori citra perusahaan, kualitas produk, kualitas pelayanan, loyalitas nasabah, kepuasan nasabah), (b) Penelitian terdahulu, (c) Kerangka konseptual, (d) Hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari : (a) Pendekatan dan jenis penelitian, (b) Populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) Sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, (e) Analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab empat ini akan memaparkan hasil penelitian yang sudah diteliti meliputi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab lima akan memaparkan diskusi data hasil penelitian yang dikaitkan dengan buku dan jurnal yang relevan.

BAB VI PENUTUP

Pada bab enam ini memaparkan kesimpulan penelitian berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, berisi tentang saran dan rekomendasi yang diberikan kepada pihak yang berkepentingan terhadap penelitian yang dilakukan ini.

3. BAGIAN AKHIR

Pada bagian ini memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan/ skripsi dan daftar riwayat hidup.