

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang dengan penduduk muslim terbesar di dunia yaitu sekitar 237,55 juta penduduk muslim pada tahun 2023.² Dengan penduduk muslim yang besar tidak luput Indonesia bergerak di bidang ekonomi syariah untuk mendorong Indonesia menuju negara yang maju. Untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi Indonesia ke depan, sektor jasa keuangan merupakan salah satu sektor penting dan dibutuhkan untuk membiayai kebutuhan investasi dan pembangunan, sehingga upaya pendalaman keuangan menjadi sangat penting baik dari pasar keuangan maupun institusi keuangan.³ Salah satunya yaitu dalam sektor keuangan syariah, Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam sektor keuangan syariah selama beberapa tahun terakhir.⁴ Investasi dalam instrumen-instrumen keuangan syariah salah satunya yaitu perbankan syariah yang kini semakin berkembang.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia kini telah semakin maju. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk

² Laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC)*, tahun 2023.

³ Hasil Kajian Pendalaman Keuangan di Indonesia, Kementerian PPN/BAPPENAS, 2019.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah*, 2022.

menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal itu ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Program akselerasi akan mendorong pertumbuhan perbankan syariah sebagaimana Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat per November 2023, sektor perbankan syariah memiliki total aset sebesar Rp 11.427,96 triliun dan terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Aset perbankan syariah tersebut tumbuh sebesar 10,38% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.⁵

Bank syariah di Indonesia menjadi semakin penting dalam perekonomian nasional karena kesadaran masyarakat akan prinsip-prinsip keuangan syariah. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia, yang didirikan pada 1 Februari 2021 dan merupakan hasil dari penggabungan tiga bank Syariah: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Bank ini akan menggabungkan kelebihan masing-masing dan dapat menawarkan layanan yang lebih luas kepada nasabahnya. Dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti larangan bunga atau riba dan investasi yang tidak sesuai dengan syariah. Penggabungan bank diatur oleh Undang-Undang Pemerintah Nomor 28 tahun 1999, Undang-Undang Perseroan Nomor 40 tahun 2007, dan Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008. Meningkatkan nilai bagi pemegang saham adalah tujuan merger atau tindakan korporasi lainnya. Selain itu, merger BSM, BNIS, dan BRIS harus memungkinkan pemangku kepentingan lain, seperti

⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah*, 2023.

perbankan syariah, dunia usaha (UMKM), pendidikan, pengelolaan dana haji, dan pengembangan ekosistem ekonomi syariah secara keseluruhan.⁶

Dengan penduduk Indonesia yang besar, seharusnya dapat memengaruhi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia karena mayoritas penduduk beragama islam dan sepatutnya menggunakan perbankan syariah yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang terlindung dari Maysir, Gharar, dan Riba, dan mematuhi hukum Islam saat beroperasi. Tugas utama operasionalnya bank dalam menjalankan adalah menghimpun uang dan mendistribusikannya. Selain itu, mengumpulkan uang dengan melalui rekening giro, tabungan, dan deposito yang didistribusikan sebagai kredit. Unit pelayanan di bank selalu berinteraksi langsung dengan nasabah dalam menjalankan tugasnya. Khususnya untuk bagian *Teller*, *Customer Service*, dan *Marketing*. Bank harus memberikan layanan terbaik dalam situasi ini agar mereka dapat unggul dalam persaingan.⁷

Dalam mewujudkan sebuah loyalitas nasabah, perbankan syariah tentunya perlu memperhatikan kualitas layanan maupun program yang diberikan kepada nasabah. Tingginya loyalitas nasabah sangat berpengaruh pada tingkat keberhasilan dari perusahaan perbankan syariah tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Oliver tahun 1999, yakni loyalitas nasabah merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti perbankan. Tingginya loyalitas nasabah, dapat

⁶ Alif Ulfa, "*Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia*", (Jurnal Ilmiah EDUNOMIKA, 2021), hlm. 1.

⁷ Afri Yani Marfuah, "*Prosedur Handling Complaint Pada Bank Syariah Mandiri*", (2018), hlm, 1.

mengindikasikan keberhasilan sebuah perusahaan. Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari nasabah untuk membeli kembali produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain.⁸ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Viona Jesica tahun 2022 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah. Namun, variabel kualitas layanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁹

Demikian pula kepuasan nasabah yang juga merupakan sebuah variabel yang harus diperhatikan oleh perusahaan perbankan syariah. Kepuasan nasabah terhadap pembelian tergantung pada kinerja produk serta layanan yang diberikan, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Nasabah memiliki berbagai macam tingkatan kepuasan. Jika keberadaan suatu produk dan layanan berada di bawah harapan nasabah, maka nasabah tersebut tidak merasa puas. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong tahun 2007, yakni kepuasan nasabah sebagai suatu tingkatan dimana produk dirasakan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan nasabah adalah tingkatan perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.¹⁰ Dalam penelitian penelitian Roby tahun 2015 menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berdampak

⁸ Zakiy, M. a., & Putri, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), hlm. 31.

⁹ Viona J. K, Imelda W. J. O, Merlyn M. K, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Manado". *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 4, hlm. 533-544 (2022).

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 32.

signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹¹ Namun dalam penelitian Rina tahun 2017 menyatakan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹²

Begitu juga dalam mewujudkan sebuah loyalitas nasabah tentunya perusahaan perbankan syariah harus memperhatikan kualitas pelayanan islami sebagai suatu nilai dasar dalam perbankan syariah. Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan perbankan syariah akan berbanding lurus dengan kepuasan dan loyalitas nasabah yang dihasilkan. Maka dari itu perbankan syariah harus mampu memberikan sebuah pelayanan yang baik sesuai dengan tuntunan syariat islam. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Othman dan Owen tahun 2001, yakni kualitas pelayanan islami adalah cara mengevaluasi secara kognitif melalui penyajian layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada pelanggan yang aktivitasnya berdasarkan nilai moral dan sesuai kepatuhan yang sudah dijelaskan dalam syariat Islam.¹³ Dalam penelitian Frans tahun 2023 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan kepuasan sebagai variabel moderasi mampu memoderasi kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah.¹⁴ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nadia tahun 2021 menunjukkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh

¹¹ Ben,Roby, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuassan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Riau Kepri Cabang Siak. "*Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. Vol.7,No.2, hlm. 290 (2022)

¹² *Ibid*, hlm. 28

¹³ Adissa N. Rinjani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Muslimah Sayyidah Depok". *Educationist: Journal of Educational and Curtural Studies*, Vol. 2, No. 1, hlm. 117, (2023).

¹⁴ Frans, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Religiustistas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi". *Edunomika*, Vol. 8, No. 1, hlm. 1 (2023).

secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, tinggi rendahnya nilai Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank BRI Cabang Pangeran Samudera Banjarmasin.¹⁵

Tidak luput juga dengan hal kualitas produk, perbankan syariah dituntut untuk dapat memberikan sebuah produk yang bernilai guna tinggi. Dengan terbentuknya sebuah kualitas produk yang baik maka akan terbentuk pula sebuah kepuasan dan nantinya dapat membentuk sebuah loyalitas nasabah. Dalam hal ini perusahaan dituntut harus bisa selalu menjaga variabel kualitas produk ini, agar nasabah yang telah merasa puas tidak akan pergi ke perusahaan sejenis karena produk yang diberikan tidak seperti yang diharapkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong tahun 2008, yakni kualitas produk adalah keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, keawetan, dan juga atribut produk lainnya. Hal ini secara tidak langsung menandakan bahwa produk yang baik ialah produk yang dapat yang memiliki kualitas yang baik pula, sehingga dalam hal ini akan menciptakan kepuasan bagi pengguna produk tersebut. Kepuasan nasabah sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Jika kualitas suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen maka kepuasan tersebut akan lebih mudah dicapai.¹⁶ Dalam penelitian Renatha tahun 2016 menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, semakin

¹⁵ Nadia M. S, Dwi W. A, Hairudinor, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk. Cabang Banjarmasin Samudera)". *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Vo. 10, No. 2, hlm. 24-37 (2021).

¹⁶ Renatha, I. N., Santika, I. W., & Respati, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 8(11), hlm. 6765.

tinggi tingkat kualitas produk yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.¹⁷ Namun, dalam penelitian Inka tahun 2014 ditemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁸

Kemudian juga dengan citra perusahaan yang baik tentunya harus dimiliki oleh perusahaan perbankan. Dalam proses penciptaan sebuah citra perusahaan harus dibarengi dengan kualitas pelayanan dan produk yang baik, sehingga nantinya dapat menghasilkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Citra perusahaan sendiri diartikan sebagai cara pandang seseorang terhadap sebuah perusahaan. Hal ini serupa dengan pendapat Kotler tahun 2000, yaitu sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang pada suatu objek. Citra (*image*) tidak dapat diciptakan layaknya menciptakan suatu barang atau jasa, tetapi citra terbentuk melalui suatu proses dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah.¹⁹ Dalam penelitian Dwi Retno Fitriani tahun 2023 menunjukkan bahwa²⁰ Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR BKK Pati, citra

¹⁷Andreas, C."Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 5, hlm. 14 (2016).

¹⁸Janita,I."Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang).*Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15,No. 1, hlm. 4 (2014)

¹⁹ Roy P. P dan Mariaty. "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, Vol. 4, No. 1 (2017).

²⁰ Dwi Retno F, " Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Relationship Marketing, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada BPR BKK Pati". *Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB)*, Vol. 3 No. 1, hlm. 1-12 (2023).

perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPR BKK Pati, dan variabel kepuasan nasabah berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR BKK Pati.

Terdapat suatu fenomena yang terjadi pada tanggal 8 Mei 2023 lalu, bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI), mengalami kebocoran data yang diserang oleh siber terungkap bahwa kelompok hacker LockBit diduga meretas data nasabah BSI dan menyebarkannya di pasar gelap internet atau *dark web*, serta mengancam keamanan data nasabah, yakni nasabah tidak bisa melakukan layanan seperti BSI Mobile, ATM, *teller* di kantor cabang, dan error terjadi karena BSI tengah melakukan perawatan sistem.

BSI mengakui adanya dugaan serangan siber dan melakukan evaluasi serta menghentikan beberapa layanannya buntut sementara. Siber mengklaim telah mencuri sekitar 1,5 terabyte data internal BSI, termasuk 15 juta data pengguna BSI. Data yang dicuri termasuk nama, nomor telepon, alamat, saldo rekening, riwayat transaksi, tanggal pembukaan rekening, informasi pekerjaan, dan banyak lagi.²¹ Dan pada tanggal 13 Mei 2023, Menurut Dian Ediana Rae, Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan (KEPP) Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) telah kembali berjalan normal secara bertahap setelah gangguan layanan.

Saat itu, layanan tersebut dapat diakses melalui channel pengiriman yang tersedia. OJK meminta semua orang untuk tetap tenang dan berhati-hati saat

²¹ Vanesha Marcelliana, et al., "Penerapan Perlindungan Konsumen Terhadap Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia Dalam Kasus Kebocoran Data Nasabah", (*Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 2023) Vol. 1 No. 2, hlm. 182.

mendengar tentang potensi gangguan layanan BSI. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan (KEPP) juga menyatakan bahwa tim pengawas dan pemeriksa IT OJK saat ini terus berkolaborasi dan berkomunikasi untuk mengidentifikasi penyebab gangguan layanan yang dialami BSI. KEPP juga meminta BSI untuk mempercepat penyelesaian audit forensik yang saat ini sedang berjalan.²²

Dengan adanya peristiwa tersebut akan berdampak buruk terhadap rasa kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Menurut Cai & Chi tahun 2018, nasabah yang tidak puas dengan layanan harus melaporkan ketidakpuasan mereka secara langsung kepada bank daripada melalui platform media. Bank harus menangani keluhan dan melakukan perubahan untuk menyelesaikan ketidakpuasan.²³ Tingkat kepuasan nasabah yang sebenarnya tidak dapat didefinisikan sebagai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah ketika seseorang nasabah membandingkan kinerja (hasil) produk dengan ekspektasi. Oleh karena itu, kebahagiaan nasabah sangat bergantung pada kinerja produk dibandingkan dengan ekspektasi nasabah.²⁴ Dan akan mempengaruhi loyalitas nasabah yang mengacu pada kesetiaan dan keterikatan nasabah terhadap bank, yang tercermin dalam berbagai cara, seperti terus menggunakan produk dan layanan bank, memberikan referensi kepada orang lain, serta menghindari beralih ke bank pesaing.

²² Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Siaran Pers: Operasional Bank Syariah Indonesia Kembali Normal Masyarakat Diminta Tenang", (13 MEI 2023).

²³ S. Ismulyaty, Nurmaini., & M. Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)", (Jurnal Nisbah, 2021), 8 (1), hlm. 67

²⁴ *Ibid*, hlm. 67.

Berdasarkan uraian diatas dan berbagai penelitian yang sebelumnya membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan islami, kualitas produk, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pasca serangan siber dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening ataupun penelitian sejenisnya memberikan hasil yang berbeda-beda. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk menganalisis seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan islami, kualitas produk, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan variabel kepuasan sebagai variabel intervening apalagi setelah terjadi serangan siber pada tahun 2023 bagaimana pengaruhnya terhadap Bank Syariah Indonesia dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung Pasca Serangan Siber Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?

3. Apakah citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
5. Apakah kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
7. Apakah citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
8. Apakah kualitas pelayanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?
9. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?

10. Apakah citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung

8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening
9. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening
10. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Tulungagung pasca serangan siber melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memperluas wawasan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening
- b. Dapat memperluas penelitian sebelumnya tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening dan menambah pengalaman pada kegiatan penelitian.

b. Bagi Pemerintah dan *Stakeholder*

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh pemerintah maupun lembaga keuangan perbankan untuk mengambil langkah efektif guna mengembangkan keuangan syariah Indonesia melalui regulasi dan para praktisi yang secara langsung terjun di sektor keuangan syariah khususnya perbankan syariah.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel dan juga dapat menjadi bahan pembandingan (penelitian terdahulu).

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini antara lain:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.

- b. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.
- c. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.
- d. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.
- e. Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.
- f. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.
- g. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung.
- h. Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.
- i. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.
- j. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Tulungagung dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

2. Keterbatasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar tidak menyimpang dari pembahasan serta dapat menghasilkan pembahasan yang terarah, maka dalam penelitian perlu adanya pembatasan penelitian agar dapat diketahui hasil yang diteliti. Peneliti hanya memfokuskan penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan islami, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Dengan objek penelitian yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kabupaten Tulungagung

F. Penegasan Istilah

1. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah ialah komitmen yang di pegang erat oleh nasabah dalam membeli atau mengutamakan suatu produk maupun jasa secara terus-menerus. Dapat disimpulkan loyalitas sebagai komitmen nasabah terhadap suatu produk atau perusahaan berdasarkan kegunaannya.²⁵

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan

²⁵ Andreas, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(5). Hlm. 3

merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas.²⁶

3. Kualitas Pelayanan Islami

Kualitas pelayanan islami adalah cara mengevaluasi secara kognitif melalui penyajian layanan yang diberikan oleh perusahaan bank kepada nasabah yang aktivitasnya berdasarkan nilai moral dan sesuai kepatuhan yang sudah dijelaskan dalam syariat Islam.²⁷

4. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti ketepatan, kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan.²⁸

5. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran dari masyarakat atau publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.²⁹

²⁶ *Ibid*, hlm. 4.

²⁷ Adissa N. Rinjani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Muslimah Sayyidah Depok". *Educationist: Journal of Educational and Cultural Studies*, Vol. 2, No. 1, Hlm. 117, (2023).

²⁸ Renatha, I. N., Santika, I. W., & Respati, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 8(11), hlm. 675.

²⁹ Mulyaningsih, A., & Suasana, G. G. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), hlm. 2.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh sebuah gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penelitian yang memuat informasi-informasi yang dibahas pada setiap bab. Sistematika penulisan skripsi diantaranya sebagai berikut:

Bagian Awal skripsi terdiri dari halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran dan halaman abstrak.

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berfungsi untuk memberikan gambaran singkat dalam penelitian ini, yang diantaranya: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, bab ini berisi teori-teori yang dikembangkan dalam variabel-variabel penelitian, yang diantaranya: loyalitas nasabah, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan islami, kualitas produk, citra perusahaan, pengaruh kualitas pelayanan islami, kualitas produk dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening, kerangka konseptual, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian, bab ini berisi metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, diantaranya: pendekatan dan jenis penelitian,

waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variable dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

Bab IV Pembahasan, bab ini berisi deskripsi hasil dari penelitian yang diantaranya: hasil penelitian dan temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, bab ini berisi temuan penelitian, tafsiran hasil penelitian, dan mengembangkan hasil penelitian.

Bab VI Penutup, bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.

Bagian Akhir, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.