

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak ada satupun negara modern yang menjalankan kegiatannya tanpa melibatkan lembaga perbankan. Lembaga perbankan merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem ekonomi.¹ Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan dari setiap negara.² Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara.³ Semakin baik kondisi perbankan suatu negara, semakin baik pula kondisi perekonomian suatu negara tersebut. Efektivitas dan efisiensi perbankan di suatu negara akan memperlancar perekonomian negara tersebut.⁴

Saat ini di Indonesia muncul dua jenis perbankan yang sedang bersaing satu sama lain dalam merebut perhatian pasar, yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional. Kehadiran bank syariah sebagai salah satu lembaga

¹Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Muharabah di Bank Syari'ah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 17.

²Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia, edisi kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hlm. 7.

³Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, cet. 10 (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 3.

⁴M. Sykhan dan Ely Pelajanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*, cet. 1 (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hlm.3.

keuangan di Indonesia seakan menjadi solusi terhadap berbagai keterpurukan ekonomi yang dihadapi oleh negeri ini. Asas keadilan, keterbukaan dan kemitraan yang menjadi prinsip bank syariah adalah nilai lebih tersendiri yang coba ditawarkan oleh bank syariah.⁵

Banyaknya bank dan lembaga keuangan syariah baru akan menjadikan persaingan ketat. Bagi seorang konsumen atau nasabah, hal tersebut akan membuat mereka lebih selektif dalam memilih bank yang menjamur. Lembaga keuangan syariah sebagai bank pada awal berdirinya mempunyai tujuan untuk bisa bermuamalat dalam bidang ekonomi yang sesuai dengan syariah Islam. Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, kualitas pelayanan merupakan kunci untuk meningkatkan jumlah nasabah. Meskipun pada mulanya lembaga keuangan ingin mewartakan dan menampung masyarakat yang tidak setuju dengan sistem bunga bank konvensional.⁶

Penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini.⁷ Dengan adanya bank syariah maka diharapkan dalam praktiknya dapat terhindar dari riba yang sudah jelas dilarang oleh siapapun dan agama apapun tak terkecuali Islam. Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia merupakan peluang yang sangat

⁵Kasmir, *op.cit.*, hlm. 125.

⁶Bayu Lestiono, *Analisis Kualitas untuk Meningkatkan Jumlah Anggota pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Malang Kota, skripsi tidak diterbitkan*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2012), hlm. 1.

⁷Muhamad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm. 13.

besar bagi bank syariah dalam menarik nasabah. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh bank syariah agar nasabah memilih bank syariah salah satunya yaitu menyangkut aspek pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.

Untuk menciptakan *good performance* (kinerja yang lebih baik), bank tidak dapat menghindari fungsinya dari pelayanan nasabah, karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong pangsa pasar maka sudah menjadi kewajiban tersendiri bagi pihak perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para nasabah karena dalam rekrutmen calon nasabah dan mempertahankan nasabah yang loyal membutuhkan usaha yang keras pada situasi persaingan perbankan saat ini.

Adapun salah satu strategi yang harus dilakukan oleh Bank untuk meningkatkan loyalitas adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dengan cara survey nasabah bank untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabahnya. Nasabah dalam hal ini adalah mereka yang melakukan transaksi dengan suatu bank atau lembaga keuangan.

Oleh sebab itu kualitas pelayanan yang baik menyebabkan kepuasan bagi nasabah sehingga nasabah akan menjadi nasabah yang loyal. Nasabah yang puas akan memiliki loyalitas, tidak mudah beralih ke pesaing dan nasabah yang tidak puas akan tidak loyal. Kepuasan nasabah yang berlanjut kepada loyalitas

nasabah akan berdampak terhadap penjualan jasa perbankan yang berarti mempengaruhi profit bank untuk kelangsungan hidup bank itu sendiri.⁸

Perlu dipahami pula bahwa kualitas tidak boleh dipandang sebagai suatu ukuran sempit hanya dari kualitas produk dan jasa semata. Kualitas meliputi keseluruhan aspek organisasi. Menurut Parasuraman *et al.* mengemukakan terdapat sepuluh dimensi yang menentukan kualitas pelayanan atau *service quality* ditinjau dari sudut pandang pelanggan yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti langsung (*tangibles*), kemampuan (*competence*), mudah diperoleh (*access*), keramahan (*courtesy*), dapat dipercaya (*credibility*), keamanan (*security*), memahami nasabah (*understanding*), komunikasi (*communication*). Dari sepuluh dimensi tersebut, kemudian Parasuraman *et al* merangkum menjadi lima dimensi pokok yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*), bukti langsung (*tangibles*).⁹

Tujuan memberikan pelayanan yang berkualitas bagi para konsumen yaitu menciptakan rasa puas yang tercermin dari perilaku mereka untuk memilih layanan yang kita berikan dan atau mempengaruhi mereka untuk kembali lagi diwaktu lain dan juga merekomendasikan kepada kolega dan keluarganya. Jika hal itu terjadi, maka dapat dikatakan bahwa mereka telah merasakan pelayanan

⁸Dennis L Duffy, *Costumer Loyalty Strategis* (Journal of Costumer Marketing: 1998) Vol 15 No. 5, hlm. 284.

⁹Phillip Kotler, *et al*, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Alih Bahasa oleh Fandy Tjiptono (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 50.

yang berkualitas dan menjadi loyal. Dalam Ekonomi Islam, konsumen diasumsikan cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa setiap perilaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Kandungan masalah terdiri dari manfaat dan berkah.

Dalam hal perilaku konsumen, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen akan merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika mengonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syari'at Islam.¹⁰

Dalam hal berbisnis dan bermuamalah Islam mengajarkan umatnya agar memberikan hasil usaha, baik berupa barang maupun pelayanan (jasa), hendaknya memberikan sesuatu yang berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana dalam firman Allah swt. dalam Q.S. Ali Imran/3: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ
عَنَّهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka

¹⁰Pusat Pengelolaan dan Pengembangan Ekonomi Islam Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 127.

bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."¹¹

Tafsirnya: Imam Syafi'i mengatakan, "Bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. 'Artinya, kerelaan hati orang-orang yang memberi ataupun meminta saran, menyepakati perdamaian, dan melakukan genjatan senjata. Bukan berarti Rasulullah saw. membutuhkan saran orang lain, karena Allah swt. membantu beliau dengan pertolongan-Nya. Bahkan Allah serta Rasul-Nya memberikan karunia kepada segenap makhluk karena seluruh makhluk membutuhkan Allah swt."¹²

Sesuai dengan ayat di atas, pelayanan yang baik mutlak diperlukan dalam berjalannya suatu kegiatan organisasional. Terlebih kegiatan yang bergerak di bidang jasa. Pada saat memberikan layanan kepada nasabah, hendaknya dari pihak lembaga keuangan memberikan layanan dengan sopan dan ramah.¹³

Maka sebagai alasan yang mendasari peneliti memilih topik pada penelitian ini ialah karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar. Untuk itu sudah menjadi kewajiban tersendiri bagi pihak perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para nasabahnya. Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan pada nasabah tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

¹¹Tafsir Imam Syafi'i, *op.cit.*, hlm. 575.

¹²*Ibid.*, hlm. 577.

¹³Alifah Nuraini, "Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta)," *Jurnal EKBISI*, Bol. IX, No.1, Desember 2014, hlm. 71.

Alasan peneliti memilih tempat penelitian tersebut adalah karena Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan usaha-usaha perbankan sudah terpisah dari bank konvensional, selain itu bank tersebut juga banyak memperoleh banyak penghargaan pada tahun 2017 salah satunya adalah *Good Financial Performance Category Islamic Bank* pada tanggal 29 November 2017.¹⁴ Adapun alasan peneliti memilih produk tabungan BSM untuk diteliti adalah karena produk tabungan ini merupakan produk tabungan yang paling diminati diantara produk tabungan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabahnya yaitu 2.716 orang dari 5.900 orang nasabah pendanaan.¹⁵

Alasan peneliti memilih tempat penelitian di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani ini ialah atas rekomendasi dari pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin dan kesediaan dari pihak PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani untuk dilakukan penelitian di sana.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang mana akan dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Tabungan BSM Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani ”**.

¹⁴Syariah Mandiri, *Tentang Kami Penghargaan*, <https://www.syariah-mandiri.co.id> (14 Mei 2018).

¹⁵Maulidia Novianti, *Customer Service, Observasi Awal*, Banjarmasin 14 Mei 2018.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan tabungan BSM berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani?
2. Variabel manakah dari kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan tabungan BSM secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.
2. Untuk mengetahui variabel dari kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

D. Signifikansi Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan manfaat yang dapat diambil adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian bermanfaat memberikan sumbangsih konseptual bagi perkembangan dunia ilmu ekonomi khususnya mengenai perbankan syariah sebagai pembelajaran penerapan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan membandingkan dengan realita yang ada di dunia nyata.

2. Secara Praktis

a. Bagi pihak yang terkait

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi pimpinan agar mengetahui efisiensi serta efektifitas perkembangan perbankan syariah yang pada akhirnya berguna bagi perbaikan penyusunan rencana atau kebijakan yang dilakukan pada masa yang akan datang.

b. Bagi penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai seberapa jauh pengaruh kualitas pelayanan tabungan BSM terhadap loyalitas nasabah.

c. Bagi pembaca

Memberikan pembahasan referensi bagi pembaca untuk mengaplikasikan dalam kehidupan nyata.

E. Definisi Operasional

Agar penelitian ini mudah dipahami dan terhindar dari kesalahpahaman maka penulis perlu menjelaskan tentang istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁶ Pengaruh yang penulis maksud disini adalah pengaruh kualitas pelayanan tabungan BSM terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani dalam setiap transaksi keuangannya.
2. Pelayanan adalah perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang), kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹⁷ Pelayanan yang penulis maksud disini adalah kemudahan yang diberikan pihak bank (*customer service*, teller) dalam melayani setiap transaksi yang dilakukan nasabah tabungan BSM dengan tujuan agar mereka merasa puas dan tetap loyal terhadap PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.
3. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹⁸ Tabungan yang penulis maksud disini adalah tabungan BSM.

¹⁶Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa: *Kamus Besar Bahasa Indonesia* , ed. 3 Cet. Ke 4 (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 849.

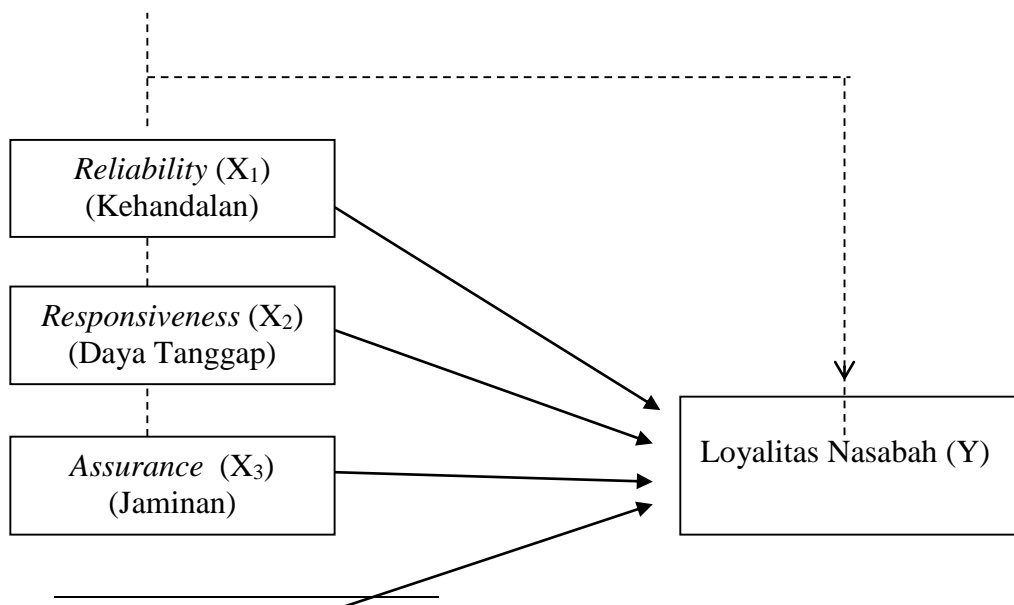
¹⁷*Ibid.*, hlm. 646.

¹⁸Wikipedia, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tabungan>, diakses pada 05 Maret 2018.

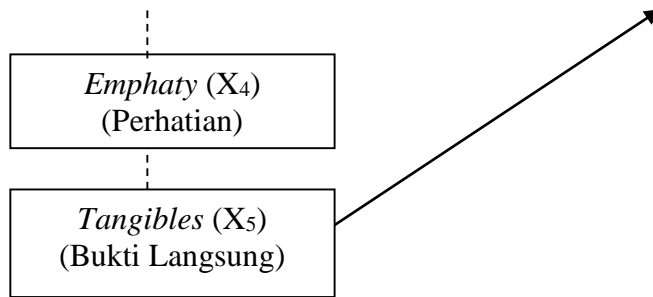
4. Loyalitas Nasabah adalah kepatuhan atau kesetiaan¹⁹ sebagai komitmen yang dipegang nasabah terhadap suatu merk dan pemasok, berdasarkan sikap yang positif yang tercermin dalam pembelian ulang suatu produk tersebut secara konsisten. Loyalitas yang penulis maksud disini adalah bagaimana komitmen nasabah tabungan BSM dalam menggunakan jasa dan produk pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi nasabah tabungan BSM untuk tetap loyal dalam menggunakan jasa dan produk pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.



¹⁹Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *op.cit.*, hlm. 684.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Ket :

----- : garis yang berpengaruh secara simultan (uji f) kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) terhadap loyalitas nasabah.

— : garis yang berpengaruh secara parsial (uji t) kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*) terhadap loyalitas nasabah.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan pada kerangka pemikiran di atas. Maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. H_0 = tidak terdapat pengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

H_a = terdapat pengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

2. H_0 = Diduga variabel *reliability* (kehandalan) tidak mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

H_a = Diduga variabel *reliability* (kehandalan) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarmasin A. Yani.

H. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, beberapa literatur yang didapatkan oleh penulis terkait dengan permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Natalia Desy Astuti (C1B110068), 2014, jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat dengan judul "Analisis Pelayanan, Nilai Nasabah, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli Sasirangan di Kawasan Wisata Kampung Sasirangan di Kota Banjarmasin". Hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan citra merek berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian sasirangan. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel nilai pelanggan dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Persamaan* penelitian yang dilakukan Natalia Desy dengan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh

dari kualitas pelayanan. Sedangkan *perbedaan* dengan penelitian ini adalah terletak pada sasaran yang diteliti yaitu pembeli sasirangan di kawasan kampung wisata sasirangan kota Banjarmasin.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ria Octavia, 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Bandar Lampung dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Tabungan Index Pada PT. Bank Index Cabang Lampung". Dalam penelitian ini mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap loyalitas secara langsung dan tidak langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah secara langsung, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dalam memediasi kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. *Persamaan* penelitian yang dilakukan oleh Ria Octavia dengan penulis adalah sama-sama meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan. Sedangkan *perbedaan* terletak pada adanya tambahan variabel kepuasan yang diteliti oleh Ria Octavia, lokasi penelitian, bank dan produk tabungan yang diteliti.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fazri (2015) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul "Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin". Dari penelitian yang penulis lakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; pertama, variable daya tanggap berhubungan positif / terdukung dengan variabel loyalitas nasabah begitu

pula variabel bukti fisik / nyata berhubungan positif / terdukung dengan variabel loyalitas, sedangkan variabel tingkah laku berhubungan negatif / tidak terdukung dengan loyalitas begitu pula dengan variabel kehandalan berhubungan negatif / tidak terdukung dengan loyalitas; Kedua, faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa (i) dalam menggunakan jasa pelayanan Bank Kalsel Kedai Syariah IAIN Antasari Banjarmasin, ialah daya tanggap dan bukti fisik / nyata. *Persamaan* penelitian yang dilakukan Muhammad Fazri dengan peneliti adalah sama-sama meneliti pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan *perbedaan* dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian, teori yang digunakan peneliti, dan sasaran yang diteliti yaitu mahasiswa (i) IAIN Antasari Banjarmasin sehingga populasi dan sampelnya pun berbeda.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan tugas akhir ini terdiri dari lima bab yang akan disusun secara sistematis, yaitu sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, merupakan bab yang akan menguraikan latar belakang masalah yang melatarbelakangi masalah yang akan diteliti dan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu ditetapkan tujuan penelitian dan signifikansi penelitian yang merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah yang bermakna luas, lalu dilakukan hipotesis atau praduga sementara terhadap penelitian ini dan agar penelitian ini dapat dipahami maka dibuat kerangka pemikiran serta pada bagian berikutnya yaitu sistematika penulisan.

Bab II landasan teori, merupakan acuan dalam menganalisis data yang diperoleh berisikan tentang pengertian serta hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, tabungan, dan loyalitas nasabah.

Bab III metode penelitian, terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan teknik analisis data.

Bab IV hasil penelitian, memuat mengenai data penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Bab V penutup, yang terdiri dari kesimpulan atau hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.