

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan perekonomian suatu negara tidak lepas dari lalu lintas uang dan modal di pasar keuangan. Dalam hal ini, bank sebagai lembaga keuangan memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian negara. Dapat dikatakan bahwa perbankan merupakan urat nadi perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, kemajuan perbankan dan negara dapat dijadikan contoh kemajuan berbagai negara. Semakin maju suatu negara maka semakin penting peran perbankan dalam mengelolanya. Artinya keberadaan dunia perbankan menjadi semakin penting bagi pemerintah dan masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, berbagai lembaga perbankan telah bermunculan dalam kehidupan masyarakat, baik yang tradisional maupun yang berbasis syariah, yang tujuannya untuk menunjang kegiatan perekonomian dan usaha lainnya (Kasmir, 2012, hlm. 34).

Ekonomi syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun. Salah satu perkembangan ekonomi syariah yang paling pesat adalah perkembangan layanan perbankan berbasis syariah. Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam sehingga membuat masyarakat tidak bisa lepas dari nama hukum Islam. Hal ini merupakan peluang besar bagi bank syariah, karena bank konvensional menerapkan sistem bunga, sedangkan sistem ini terdapat riba yang diharamkan oleh Allah SWT. Berbagai upaya terus dilakukan untuk

mendorong layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, mengingat mayoritas masyarakat Muslim di Indonesia kini mengharapkan sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dan dapat dipercaya (Ascarya, 2015, hlm. 13).

Secara umum perbankan syariah dapat diartikan sebagai bank yang mempunyai model pembagian keuntungan yang menjadi landasan utama dalam segala aktivitasnya, baik produk keuangan, dana dan lain-lain. Salah satu fitur unik perbankan Islam adalah bagi hasil. Rasio bagi hasil merupakan faktor penting dalam menentukan profitabilitas pada perbankan syariah karena bagian tersebut merupakan hasil patungan antara kedua pihak yang menjalankan usaha. Margin keuntungan pada perbankan syariah dianggap mewakili kepentingan perbankan konvensional. Keuntungan bagi nasabah dalam bentuk bagi hasil menjadi pertimbangan nasabah ketika tetap menabung di bank syariah. Salah satu bank syariah terbesar di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (Suwikonyo, 2010, hlm. 9).

Bank Syariah Indonesia (BSI) terbentuk dari beberapa bank syariah yang digabungkan terdiri dari BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Penggabungan atau merger bank syariah bertujuan untuk mendorong ekonomi dan keuangan yang berbasis syariah dengan memperkaya produk serta layanan yang diberikan kepada nasabah. Selain itu, penggabungan atau merger beberapa bank syariah ini juga bertujuan agar Indonesia menjadi pusat ekonomi dunia atau internasional yang berbasis syariah. Harapan lain dari penggabungan atau merger bank syariah ini dapat meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatkan loyalitas nasabah (Syarifuddin, 2022, hlm. 672).

Loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam tindakan pembelian berulang secara konsisten dan berkelanjutan. Menurut Griffin, seseorang dikatakan sebagai pelanggan yang loyal, maka akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian non random yang dicerminkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Jadi, loyalitas seorang nasabah perbankan syariah dapat dipengaruhi tingkat religiusitas nasabah, citra perusahaan atau bank syariah dan kepercayaan dari masyarakat untuk memilih maupun menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah (Aristriyono, 2019, hlm. 31).

Pemasaran dalam Islam bertujuan untuk meningkatkan profit, menambah pelanggan baru dan memperluas wilayah pemasaran. Selain itu, pemasaran ialah sebuah tindakan untuk mempertahankan asset perusahaan, menciptakan citra perusahaan yang baik dimata konsumen hingga mempertahankan loyalitas pelanggan atau nasabah (Winata, 2023, hlm. 168). Salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas nasabah ialah melalui merger atau menggabung beberapa bank syariah besar di Indonesia untuk memperluas layanan diseluruh Indonesia dan mengjangkau lebih luas pangsa pasar dipelosok negeri. Dengan adanya merger Bank Syariah Indonesia (BSI) harus tetap melakukan promosi atau mengenalkan produk dan simbol-simbol yang berkaitan dengan perusahaan. Hal ini karena promosi sangat penting untuk mengenalkan produk atau jasa, menarik minat calon konsumen atau nasabah, mengingatkan orang lain dan lainnya dengan

tujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan maupun meningkatkan jumlah pelanggan atau nasabah baru (Nadia, 2023, hlm. 3)

Masyarakat di Indonesia banyak yang beragama Islam dan taat akan agama seperti ibadah hingga dalam menjalankan kehidupan sehari-hari termasuk memiliki produk maupun jasa harus sesuai dengan syariat Islam. Oleh sebab itu, adanya produk dan jasa dari lembaga keuangan perbankan yang berbasis syariah sangat membantu dan dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia untuk menabung uang masyarakat, transaksi yang sesuai akad atau prinsip syariah, pembiayaan sesuai prosedur syariah dan lainnya. Orang-orang yang memilih atau menggunakan produk dan jasa dari perbankan syariah ialah seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi atau taat akan ajaran agama Islam. Religiusitas ialah sebuah bukti ketaatan seseorang terhadap Tuhan-Nya maupun terhadap ajaran agamanya.

Asas kepercayaan yang dianut oleh Undang-Undang Perbankan, yaitu hubungan antara bank dan nasabah penyimpan dana adalah suatu hubungan kepercayaan. Bank dalam melaksanakan tugasnya harus amanah, jujur serta menjaga kepercayaan dari masyarakat yang telah diberikan kepadanya sesuai ayat Al-Quran dalam surat Al-Anfal/8:27 sebagai berikut.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَتَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui*” (Kementerian Agama RI, 2020, hlm. 248).

Kepercayaan nasabah perbankan syariah ini mencakup juga adanya keyakinan akan bagi hasil dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat. Selain itu adanya ketaatan terhadap perintah agama dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah Islam dengan baik, menunjukkan bahwa nasabah berorientasi kepada kebahagiaan yang bersifat ukhrawi (akhirat) (Umam, 2013, hlm. 41).

Menurut Ismail (2011) bahwa kepercayaan masyarakat atau calon nasabah dalam memilih atau menggunakan produk tabungan pada lembaga keuangan khususnya perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh pengetahuan atau wawasan yang dimiliki oleh seorang nasabah, citra perusahaan atau perbankan syariah dan tingkat religius seseorang. Oleh sebab itu, pihak bank syariah termasuk BSI harus mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat terhadap produk dan jasa yang mereka tawarkan. Salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh BSI kepada masyarakat atau calon nasabah adalah Produk BSI Tabunganku, Tabungan *Wadiah* dan Tabungan *Mudharabah* hingga Tabungan Haji. Salah satu masyarakat yang memiliki pengetahuan dan tingkat religius yang tinggi yang ada di Provinsi Kalimantan Selatan adalah Kota Martapura Kabupaten Banjar.

Kota Martapura memiliki budaya Islam yang kental karena banyaknya masyarakat yang memeluk agama Islam, banyaknya tokoh-tokoh penting agama atau Ulama dan pendidikan agama yang lengkap mulai dari pendidikan awal hingga sekolah tinggi. Berdasarkan data penduduk yang diterbitkan oleh BPS

dalam Angka 2021 menyatakan bahwa jumlah penduduk Martapura mencapai 121.153 jiwa (Setyaningrum, 2022). Sedangkan data jumlah penduduk yang memeluk agama di Kabupaten Banjar pada tahun 2022 sebagai berikut.

**Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kabupaten Banjar Tahun 2022**

Kecamatan Subdistrict	Islam	Protestan Christian	Katolik Catholic	Hindu	Budha Buddha	Khonghucu Khonghucu	Kepercayaan Others
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
01. Aluh-Aluh	28 801	4	-	1	-	-	-
02. Beruntung Baru	14 592	2	-	-	-	-	-
03. Gambut	43 223	130	50	9	24	2	-
04. Kertak Hanyar	39 260	566	386	13	215	1	-
05. Tatah Makmur	12 991	-	-	-	-	-	-
06. Sungai Tabuk	60 498	153	22	17	6	-	-
07. Martapura	121 598	306	137	17	127	1	-
08. Martapura Timur	30 011	-	-	-	-	-	-
09. Martapura Barat	19 078	3	6	-	-	-	-
10. Astambul	35 515	4	12	-	-	-	-
11. Karang Intan	35 738	25	6	-	4	-	-
12. Aranio	9 063	-	-	-	-	-	-
13. Sungai Pinang	13 845	91	1	61	-	2	1
14. Paramasan	2 028	103	20	1 555	-	3	34
15. Pengaron	16 788	1	-	-	-	-	-
16. Sambung Makmur	12 120	1	-	-	-	-	-
17. Mataraman	24 867	59	28	1	-	-	-
18. Simpang Empat	23 212	27	2	1	-	-	-
19. Telaga Bauntung	3 325	-	-	-	-	-	-
20. Cintapuri Darussalam	10 839	19	14	-	-	-	-
<b>Kabupaten Banjar</b>	<b>557 392</b>	<b>1 494</b>	<b>684</b>	<b>1 675</b>	<b>376</b>	<b>9</b>	<b>35</b>

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Banjar/  
*Residency and Civil Registry Regency- of Banjar Regency*

Berdasarkan data penduduk pada tabel 1.1 di atas, jumlah masyarakat di Kabupaten Banjar khususnya wilayah Martapura yang mayoritasnya beragama

Islam tentu menjalani hidupnya harus sesuai dengan kaidah agamanya yaitu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah termasuk dalam hal muamalah. Oleh sebab itu, adanya Bank Syariah tentu dapat membantu masyarakat khususnya umat muslim yang mengharapkan produk dan jasa dari lembaga keuangan yang berbasis syariah seperti tabungan, pembiayaan dan lainnya. Citra Bank Syariah harus dipertahankan dengan baik melalui pelayanan yang baik dan kualitas produk atau jasa yang sesuai prinsip syariah.

Citra perusahaan adalah kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang-orang atau organisasi. Citra perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran atau persepsi publik atau konsumen terhadap organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kualitas yang sengaja diciptakan sebagai cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Jadi, semakin baik citra perusahaan tentu akan memberikan dampak baik pula terhadap perkembangan dan laba perusahaan tersebut hingga membuat nasabah semakin loyal. Sebaliknya, citra perusahaan yang kurang baik atau negatif tentu akan mengurangi kepercayaan calon nasabah untuk memilih atau menggunakan produk yang ditawarkan dan berdampak pada penurunan penjualan produk maupun jasa (Lupiyoadi, 2018, hlm. 51).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI KCP MARTAPURA”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya di atas, maka peneliti akan mengkaji beberapa pokok masalah antara lain sebagai berikut.

1. Apakah Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara Parsial terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura ?
2. Apakah Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara Simultan terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara Parsial terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Martapura.
2. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Citra Perusahaan dan Kepercayaan berpengaruh secara Simultan terhadap Loyalitas nasabah BSI KCP Martapura.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sebuah manfaat antara lain sebagai berikut.

1. Manfaat bagi penulis. Hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan dan wawasan baru khususnya mengenai sebuah loyalitas seorang nasabah



terhadap produk atau jasa dari perbankan dan mengenai pembahasan tentang sebuah religiusitas, citra perusahaan hingga kepercayaan seorang nasabah untuk bekal dimasa yang akan datang.

2. Manfaat bagi Pembaca. Hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan dan wawasan baru bagi pembaca atau hal layak umum khususnya mengenai sebuah loyalitas seorang nasabah terhadap produk atau jasa dari perbankan dan mengenai pembahasan tentang sebuah religiusitas, citra perusahaan hingga kepercayaan seorang nasabah untuk bekal maupun referensi dimasa yang akan datang.
3. Manfaat bagi UIN Antasari Banjrmasin. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah referensi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maupun bagi perpustakaan Universitas.

#### **E. Definisi Operasional**

Menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian lebih lanjut. Maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Religiusitas ialah sebuah sikap seseorang yang berkaitan dengan agama yang diyakininya. Dalam ajaran Islam sikap religiusitas seseorang dapat dilihat atau dinilai dari beberapa aspek seperti akidah atau aspek keyakinan terhadap ajaran agama Islam, aspek syariah atau ibadah seseorang yang dilihat dari

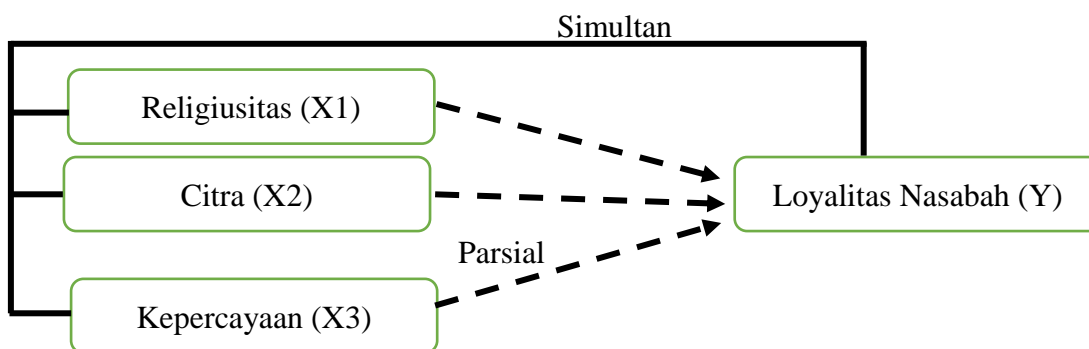
ketaatannya dengan ajaran agama, ihsan atau aspek penghayatan terhadap ajaran agama, aspek ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ajaran agamanya dan aspek penerapan atau pengamalan dalam kehidupan sehari-harinya (Suroso, 2015, hlm. 28). Adapun makna dari religiusitas dalam penelitian ini ialah tingkat religiusitas seseorang yang dapat membentuk perilaku dan pola hidupnya dalam memilih produk perbankan.

2. Citra Perusahaan ialah persepsi dan pemikiran dari konsumen atau pelanggan yang menggambarkan keadaan perusahaan maupun terhadap kualitas produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan atau penyedia jasa (Assauri, 2017, hlm. 46). Adapun makna dari citra perusahaan dalam penelitian ini ialah citra dari lembaga keuangan perbankan dari Bank Syariah Indonesia KCP Martapura dalam menjalankan operasionalnya sesuai prinsip syariah dan dapat membentuk citra yang baik dimata masyarakat hingga mampu meyakinkan maupun membentuk loyalitas masyarakat atau nasabah untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.
3. Menurut Tjiptono (2016) bahwa kepercayaan yaitu semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Adapun makna dari kepercayaan dalam penelitian ini ialah sebuah rasa yakin atau percaya yang dilihat dari tingkat kepercayaannya dalam memilih produk perbankan dan mampu membentuk tingkat loyalitasnya.

- Loyalitas pelanggan adalah Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2010, hlm. 54). Adapun makna dari loyalitas dalam penelitian ini ialah sebuah rasa yang kuat untuk senantiasa menggunakan produk dan jasa dari BSI KCP Martapura.

#### F. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan menggambarkan pengaruh sistematis antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Penelitian ini tentang pengaruh religiusitas, citra dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Martapura. Bentuk kerangka pemikiran penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**

(Sumber: Data Primer dibuat pada 2023)

Dari gambar 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa peneliti akan melakukan penelitian tentang pengaruh religiusitas, cita dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Martapura .

1. Pengaruh secara parsial ( -----> )
2. Pengaruh secara simultan ( \_\_\_\_\_ )

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis ialah diartikan sebagai jawaban yang diduga-duga atau sementara terhadap perumusan masalah penelitian. Hipotesis ini akan di uji oleh penelitian sendiri sehingga akan dapat di terima atau di tolak. Dugaan penelitian terhadap penelitian ini ialah adanya Religiusitas (X1), Citra (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y, penelitian menggunakan analisis linier berganda, jika didasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka hipotesa dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

#### Hipotesis 1

Ho Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas (X1), citra(X2) dan kepercayaan(X3) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura.

Ha Terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas (X1), citra(X2) dan kepercayaan(X3) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura.

## Hipotesis II

Ho Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara religiusitas (X1), citra(X2) dan kepercayaan(X3) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura.

Ha Terdapat pengaruh secara simultan antara religiusitas (X1), citra(X2) dan kepercayaan(X3) terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Martapura.

## H. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu sangat dibutuhkan dalam setiap penelitian, karena hasil penelitian terdahulu dapat memberikan gambaran untuk melakukann penelitian dimasa yang akan datang. Dalam hal ini penulis melakukan (*review*) terhadap hasil penelitian ilmiah yang terkait dengan masalah yang diangkat oleh penulis, penelitian tersebut diantaranya adalah.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2017) “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan)”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara signifikansi terhadap minat menabung dibank syariah. Secara simultan variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan dan lokasi berpengaruh secara

signifikansi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pada signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel tambahan seperti citra perusahaan dan loyalitas nasabah serta perbedaan lokasi penelitian baik perbankan maupun nasabahnya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Pramonosidi (2016) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)”. Penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah studi kasus pada bank syariah mandiri. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sementara religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah. Untuk pengaruh tidak langsung menghasilkan temuan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, sementara religiusitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel tambahan seperti citra perusahaan dan kepercayaan serta perbedaan lokasi penelitian baik perbankan maupun nasabahnya.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ewi (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI Syariah Cabang

Bengkulu”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mrngatahui pengaruh kualitas pelayanan dan terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah cabang Bengkulu, seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan mempengaruhi loyalitas nasabah di BNI Syariah cabang Bengkulu dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan mempengaruhi loyalitas nasabah di BNI Syariah cabang Bengkulu untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner tertutup. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah cabang kota Bengkulu dan kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah cabang kota Bengkulu. Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempengaruhi loyalitas nasabah di BNI Syariah cabang kota Bengkulu sangat rendah yaitu 16,8%. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel tambahan seperti religiusitas dan kepercayaan serta perbedaan lokasi penelitian baik perbankan maupun nasabahnya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ajeng (2019) “Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)”. Hasil dari penelitian yang didapat bahwa tanggung jawab sosial (CSR) di Bank Aman Syariah dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah BPRS

Aman Syariah terbentuk karena visi misi BPRS Aman Syariah yaitu mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha. Persamaan penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada adanya variabel tambahan seperti religiusitas, citra perusahaan dan loyalitas nasabah serta perbedaan lokasi penelitian baik perbankan maupun nasabahnya.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan pencapaian tujuan yang diinginkan, maka penulis menggunakan beberapa bab, yaitu:

Pada Bab I (Satu) Pendahuluan, didalamnya menjelaskan latar belakang mengenai judul yang diangkat oleh peneliti dan gambaran dari permasalahan yang diteliti mengenai Niat Loyalitas Terhadap Bank Syariah : Religiusitas, Kepercayaan Dan Citra serta alasan peneliti meangkat judul tersebut. Permasalahan yang telah digambarkan maka dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu dari rumusan masalah disusun tujuan masalah. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian. Penelitian terdahulu untuk memberikan gambaran peneliti sekaligus informasi adanya penelitian dari aspek lain yang memiliki perbedaan dari peneliti yang dilakukan dari aspek lain memiliki perbedaan dari penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan untuk mempermudah pembaca dalam mempelajari dan memahami isi penelitian secara keseluruhan.



Bab II (Dua) landasan teori, didalamnya menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian secara relevan dari berbagai referensi seperti buku atau literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan juga informasi dari media lainnya. Pada bab ini berisi teori niat loyalitas terhadap bank syariah dengan tiga yaitu determinan religiusitas, kepercayaan, dan citra.

Bab III (Tiga) metode penelitian, didalamnya menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode digunakan penulis dalam pengumpulan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV (Empat) penyajian data dan laporan penelitian, didalamnya menjelaskan gambaran umum tentang penyajian dan analisis data yang berhubungan dengan rumusan masalah atau jawaban dari rumusan masalah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini yakni Niat Loyalitas Terhadap Bank Syariah : Religiusitas, Kepercayaan, dan Citra.

Bab V (Lima) pentup, didalamnya menjelaskan kesimpulan dari permasalahan yang telah diteliti oleh penulis. Selanjutnya, diuraikan beberapa saran sebagai bahan rekomendasi kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian terakhir, penulisan skripsi ini juga dilengkapi dengan daftar Pustaka sebagai bahan rujukan untuk peneliti serta lampiran-lampiran.