

BAB I

PENDAHULUAN

Latar belakang

Industri perbankan merupakan salah satu motor penggerak perekonomian suatu negara termasuk Indonesia. Perkembangan perbankan syariah yang dimulai dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992 dengan dasar Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan PP No 72 Tahun 1992 terus berkembang baik hingga saat ini. Terjadinya perubahan Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan menjadi Undang-Undang No 10 tahun 1998 mendorong berkembangnya sistem perbankan syariah di Indonesia karena bank umum konvensional dapat melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah melalui pembukaan Unit Usaha Syariah (UUS). Bank konvensional mendorong berkembangnya sistem perbankan syariah di Indonesia, sehingga persaingan yang terjadi dalam bidang industri perbankan di Indonesia saat ini berbasis semakin ketat.¹

Berkembangnya lembaga keuangan syariah yang cukup pesat tidak terlepas dari ekspansi perbankan syariah. Penerapan strategi pemasaran suatu perusahaan harus sejalan

¹Fatimah, “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bni Syariah Kcp Ciledug” *Ekonomi & Bisnis*, no. Vol 15 No 1 (2016): Jurnal Ekonomi Bisnis VOL 15 No.1 Juni 2016(2016):1–12, <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/ekbis/article/view/793/xml>.

dengan perkembangan industri keuangan, serta terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa yang menerapkan prinsip syariah dalam sistem operasionalnya. Dalam lingkup organisasi bisnis yang dijalankan, loyalitas pelanggan memegang peranan yang sangat penting. Sejalan dengan pengembangan bank syariah, untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan nasabah maka perusahaan harus membangun loyalitas kepada nasabahnya.²

Pertumbuhan perbankan di Indonesia semakin berkembang, baik bank syariah maupun bank konvensional. Kedua bank tersebut saling bersaing untuk merebut hati para nasabah. Para nasabah diberikan banyak pilihan dan peluang akan memilih antara bank konvensional ataupun bank syariah. Persaingan antar bank syariah dan konvensional pun menjadi sangat kompleks, karena sejak lama pula masyarakat telah mengenal dan bersentuhan dengan bank konvensional sehingga perbankan syariah masih belum menjadi pilihan utama.³

²Mustofa, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Gorotalo)," *Al - Buhuts: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (2016): 39–59, <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/770>0.

³Muliadi, "Determinan Loyalitas Nasabah Bank NTB Syariah," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 2 (2022): 184–99, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.825>.

Perkembangan Bank Syariah masih menunjukkan tantangan dalam bersaing dengan Bank Konvensional, terutama terkait dengan pangsa pasar yang masih lebih besar yang dimiliki oleh Bank Konvensional. Dari data pangsa pasar beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa Bank Konvensional tetap mendominasi pasar keuangan dengan pangsa pasar mencapai sekitar 80%, sementara Bank Syariah masih memegang pangsa pasar sekitar 20%. Pertumbuhan aset Bank Konvensional juga terus stabil, mencerminkan keunggulan dalam jumlah dan variasi produk serta layanan yang mereka tawarkan.⁴

Meskipun Bank Syariah mengalami peningkatan dalam pangsa pasar seiring dengan kesadaran masyarakat tentang keuangan syariah, pertumbuhan ini belum mencapai tingkat yang signifikan. Data yang terkumpul menunjukkan bahwa pangsa pasar Bank Syariah hanya mengalami peningkatan sekitar 2% dalam dua tahun terakhir. Bank Syariah juga masih menghadapi kendala dalam pertumbuhan aset, yang mungkin sebanding dengan kurangnya diversifikasi produk yang sesuai dengan prinsip syariah.⁵

⁴OJK, “Statistik Perbankan Indonesia,” ojk, 2022, <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>.

⁵Ikfina Nailinnimiah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo*, *Akuntabel*, vol. 7, 2020.

Regulasi dan dukungan pemerintah memainkan peran penting dalam mengarahkan perkembangan kedua jenis bank ini. Meskipun ada upaya untuk memberikan dukungan bagi pengembangan perbankan syariah, beberapa perbedaan regulasi antara bank syariah dan konvensional masih menjadi kendala. Meskipun demikian, bank syariah terus berusaha meningkatkan inovasi produk dan layanan sesuai dengan prinsip syariah untuk memikat lebih banyak nasabah.⁶

Pendidikan dan kesadaran masyarakat juga masih menjadi fokus utama, terutama dalam mengubah persepsi dan membuka peluang bagi bank syariah. Meskipun sudah ada peningkatan kesadaran, dibutuhkan upaya yang lebih besar dalam edukasi keuangan syariah untuk mempercepat pertumbuhan pangsa pasar. Seiring waktu, bank syariah perlu membangun lebih banyak kemitraan strategis dan kolaborasi yang dapat memperkuat posisinya dalam persaingan dengan bank konvensional.⁷

Permasalahan pada produk-produk bank syariah seringkali mencakup beberapa aspek, salah satunya adalah kurangnya inovasi dalam mengembangkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.

⁶Citra Ayu Ratna, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dan Karyawan Bank Syariah Di Kota Semarang,” 2016, 249.

⁷Nur Ainun and Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Balai Kota Medan,” *Jurnal Administrasi Bisnis Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2020): 355–66.

Beberapa bank syariah mungkin kesulitan untuk menciptakan produk-produk yang kompetitif dan relevan dengan pasar, terutama dalam hal teknologi keuangan. Kurangnya produk yang inovatif dapat mengakibatkan kurangnya daya tarik bagi nasabah yang mencari kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi.⁸ Perlu diperhatikan bahwa dalam menawarkan produk keuangan, fokus hanya pada produk tabungan dan pembiayaan dapat menjadi keterbatasan bagi pelanggan yang mencari solusi keuangan yang lebih beragam dan inovatif.

Dalam mendukung kebutuhan nasabah yang semakin kompleks, penting bagi bank syariah untuk memperluas jangkauan produk mereka. Produk investasi syariah yang lebih kompleks misalnya, dapat memberikan peluang investasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah tanpa mengorbankan potensi keuntungan. Selain itu, produk tabungan khusus untuk pendidikan juga dapat menjadi pilihan menarik bagi mereka yang berencana untuk mengumpulkan dana untuk pendidikan anak-anak mereka. Dengan menghadirkan produk-produk inovatif seperti ini, bank syariah dapat memenuhi berbagai kebutuhan keuangan nasabah mereka, sekaligus meningkatkan daya saing mereka di pasar.⁹

⁸Nina Wijayanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Bank Rakyat Indonesia Tbk," 2010, 146.

⁹Ratna, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dan Karyawan Bank Syariah Di Kota Semarang."

Selain itu, transparansi produk juga menjadi permasalahan dalam bank syariah. Beberapa nasabah mungkin mengalami kesulitan dalam memahami mekanisme dan struktur produk syariah yang kompleks, yang dapat menciptakan ketidakpercayaan dan kebingungan. Oleh karena itu, bank syariah perlu meningkatkan upaya komunikasi dan edukasi kepada nasabah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik terkait dengan produk-produk syariah yang mereka tawarkan.¹⁰

Dalam konteks layanan, tantangan utama yang dihadapi oleh bank syariah berupa tingkat kinerja dan kecepatan pelayanan. Beberapa bank syariah mungkin menghadapi kendala dalam meningkatkan proses operasional mereka, yang dapat mempengaruhi kecepatan dalam memberikan layanan kepada nasabah. Salah satu kendala utama adalah birokrasi yang berlebihan, yang dapat menghambat proses transaksi dan pelayanan. Sistem birokrasi yang rumit dan lambat dapat menunda keputusan, menghambat inovasi, serta memperlambat respons terhadap perubahan kebutuhan nasabah. Selain itu, sistem teknologi yang kurang optimal juga menjadi faktor yang signifikan. Meskipun sebagian besar layanan perbankan telah beralih ke teknologi, seringkali sistem ini mengalami kegagalan atau tidak dapat menyediakan layanan yang efisien. Hal ini dapat menciptakan

¹⁰Nailinnimiah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo.*

ketidaknyamanan bagi nasabah yang mengharapkan kecepatan dan ketepatan dalam setiap transaksi.¹¹

Selain itu kendala dalam meningkatkan proses operasional dan layanan juga terkait dengan kekurangan jaringan dan aksesibilitas, cabang bank dan mesin ATM yang sulit diakses dapat menjadi kendala serius. Nasabah mungkin menghadapi kesulitan untuk menemukan cabang bank atau mesin ATM yang berdekatan, atau bahkan mengalami kegagalan transaksi karena kurangnya jaringan. Ini dapat menghambat kemudahan akses nasabah terhadap layanan perbankan, terutama di daerah yang belum sepenuhnya terjangkau oleh infrastruktur teknologi.¹²

Dalam mengatasi permasalahan ini, perlu dilakukan reformasi dalam sistem birokrasi untuk memastikan efisiensi dan responsivitas yang lebih baik terhadap kebutuhan nasabah. Peningkatan infrastruktur teknologi juga menjadi suatu keharusan, termasuk peningkatan jaringan dan optimalisasi sistem teknologi perbankan. Selain itu, peningkatan aksesibilitas cabang dan mesin ATM dapat dilakukan melalui perluasan jaringan atau pengembangan solusi teknologi yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan lebih mudah dan nyaman.

¹¹Ndaru Irawadi, Abdu Hamid, and Ulya Zikriatul, "Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari ' Ah Adeco Langsa," *Jurnal Investasi Islam* 4, no. 2 (2019): 166–80.

¹²Fatimah, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bni Syariah Kcp Ciledug."

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan dan memenuhi ekspektasi nasabah.¹³

Loyalitas nasabah mencerminkan kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan, yang dapat tumbuh melalui berbagai faktor terkait pengalaman mereka. Salah satu elemen utama yang berkontribusi pada loyalitas adalah kualitas produk dan layanan yang diberikan. Jika produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, mereka cenderung memilih untuk tetap setia. Pelayanan pelanggan yang responsif dan ramah juga memiliki peran krusial dalam menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan. Selain itu, inovasi dalam produk atau layanan menciptakan daya tarik jangka panjang, sementara harga yang wajar dan pengalaman pengguna yang positif dapat mengukuhkan hubungan tersebut.¹⁴

Pentingnya produk dan layanan yang berkualitas dapat dilihat dalam dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya membangun kepercayaan. Ketika pelanggan merasa puas dan dihargai, mereka lebih cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian berulang. Loyalitas

¹³ Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia* (Surabaya: CV. Jakad, 2019).

¹⁴ Ndaru Irawadi, Abdu Hamid, and Ulya Zikriatul, "Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari ' Ah Adeco Langsa," *Jurnal Investasi Islam* 4, no. 2 (2019): 166.

nasabah bukan hanya tentang transaksi satu kali, tetapi tentang membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dengan meningkatnya loyalitas nasabah, perusahaan dapat mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru, meningkatkan retensi pelanggan, dan bahkan mendapatkan dukungan dan rekomendasi dari pelanggan setia. Investasi yang bijak dalam pengembangan produk dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan dapat menjadi kunci untuk membangun fondasi bisnis yang kokoh dan berkelanjutan.¹⁵

Oleh karena itu, berdasarkan studi pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bulan Januari yang lalu pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, salah satunya seperti yang diungkapkan oleh Sri Riski, Febi Yolanda dan Mitra Ningsih bahwa beberapa nasabah mengalami kesulitan dalam memahami mekanisme dan struktur produk syariah yang kompleks, yang dapat menciptakan ketidakpercayaan dan kebingungan. Selain itu pendapat lain juga diungkapkan oleh M. Baqilani dan Ega Febibahwa kendala dalam meningkatkan proses operasional dan layanan juga terkait dengan kekurangan jaringan dan aksesibilitas, cabang bank dan mesin ATM yang sulit diakses dapat menjadi kendala serius. Roni dan Ramika juga menyatakan

¹⁵Ratna, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dan Karyawan Bank Syariah Di Kota Semarang."

bahwa sistem birokrasi yang rumit dan lambat dapat menunda keputusan, menghambat inovasi, serta memperlambat respons terhadap perubahan kebutuhan nasabah. Alasan dari diambilnya mahasiswa FEBI sebagai sampel adalah mahasiswa FEBI memiliki pengetahuan mendalam tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, termasuk prinsip-prinsip yang mendasari operasi Bank Syariah. Ini memungkinkan mereka untuk lebih memahami konteks penelitian dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah dengan sudut pandang yang lebih terinformasi. Selanjutnya mahasiswa FEBI memiliki keterlibatan pribadi atau minat dalam Bank Syariah seperti penggunaan Bank Syariah dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat memotivasi mereka untuk memberikan tanggapan yang lebih mendalam dan berharga dalam penelitian. Selanjutnya Mengambil mahasiswa FEBI sebagai sampel dalam penelitian ini memudahkan untuk mengumpulkan data dan mengorganisir wawancara dan melakukan survey. Hal ini dikarenakan mahasiswa FEBI berada dalam lingkungan Universitas yang terpusat dan terstruktur. Maka berdasarkan fenomena permasalahan di atas maka dengan ini peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas kepercayaan, citra bank terhadap loyalitas nasabah menggunakan produk dan layanan bank syariah indonesia. Maka dari itu peneliti tertarik untuk

meneliti dengan judul “**Pengaruh purchase intention, word-of-mouth, price sensitivity, complaining behavior loyalitas nasabah dalam menggunakan produk bank syariah pada mahasiswa febi uin fas bengkulu**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang menjadi fokus penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Purchase intention* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah?
2. Apakah *Word-of-mouth* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah?
3. Apakah *Price sensitivity* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah?
4. Apakah *Complaining behavior* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah?
5. Apakah *Purchase intention, Word-of-mouth, Price sensitivity, and Complaining behavior* berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah?

Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Purchase intention* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Word-of-mouth* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

3. Untuk mengetahui pengaruh *Price sensivity* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh *Complaining behavior* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah
5. Untuk mengetahui pengaruh *Purchase intention, Word-of-mounth, Price sensivity, and Complaining behavior* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan baru dan menambah pengetahuan baru bagi pembaca, serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penelitian yang sejenis, sehingga dapat memicu munculnya penelitian selanjutnya dan bermanfaat secara teori maupun mengaplikasikan mengenfaktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan produk dan layanan bank syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan atau rujukan referensi yang bisa digunakan untuk keperluan penelitian yang berikutnya.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan agar dapat membantu masyarakat dalam penggunaan layanan tarik tunai tanpa kartu dengan baik dan tepat.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan tambahan pengetahuan yang berguna bagi mahasiswa dalam memahami perkembangan teknologi, khususnya dibidang produk dan loyalitas bank syariah.

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian di lakukan oleh Arif Suwarjon dengan judul *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Internet Banking Bank Mandiri di Jakarta”* yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Metode yang digunakan pada penelitian ini data 121 kuesioner yang dikumpulkan dari kuesioner internet banking Bank Mandiri cabang Jakarta sebagai sampelnya. Alat analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) pada program AMOS 20. Hasil dari penelitian ini positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa diantara kedua faktor yang

mempengaruhi kepercayaan nasabah (kemudahan dan kemanfaatan) didapatkan kesimpulan bahwa kemudahan merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah.¹⁶

2. Penelitian ini dilakukan oleh Titania Mukti, Dini Puspitasari, Nur Kholis. Yang berjudul “*Determinan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Dan Layanan Digital Di Bank Syariah Indonesia*” yang bertujuan untuk mengetahui determinan yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan produk dan layanan digital di Bank Syariah Indonesia. Metode yang digunakan pada penelitian ini kuantitatif deskriptif dengan sampel yang diambil melalui purposive sampling sebanyak 158 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling menggunakan analisis SEM dengan aplikasi AMOS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas, layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien standardized regression weight sebesar 10,038; kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah dengan nilai koefisien standardized

¹⁶Arif Suwarjono, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Di Jakarta,” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2, no. 1 (2022): 270–80, <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i1.437>.

regression weight sebesar 0,569; kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah dengan nilai koefisien standardized regression weight sebesar 0,195; komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien standardized regression weight sebesar 0,218; kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien standardized regression weight sebesar 0,305.¹⁷

3. Penelitian ini dilakukan oleh Fatimah, Mulia Nasution dan Ucy Prima Naslin yang berjudul “*Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bni Syariah Kcp Ciledug*” bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug baik secara simultan maupun parsial. Faktor-faktor yang diteliti meliputi reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan. Metode yang digunakan penelitian Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah KCP Ciledug yang berjumlah 50 orang. Instrumen pengumpulan data yang digunakan

¹⁷Titania Mukti, Dini Puspitasari, and Nur Kholis, “Determinan Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Dan Layanan Digital Di Bank Syariah Indonesia,” *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam* 4, no. 1 (2022): 892–908, <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art6>.

adalah dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian ini adalah Hanyavariabel komitmen dan kepercayaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁸

4. Penelitian ini dilakukan oleh selamat mauliadi yang berjudul “ *Determinan Loyalitas Nasabah Bank NTB Syariah*” yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank NTB Syariah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Populasi riset adalah seluruh nasabah Bank NTB Syariah kantor cabang Pancor yang berjumlah 47.853. Pengambilan sampel menerapkan metode nonprobability sampling berjenis accidental sampling, dengan pengukuran Slovin diperoleh 100 sampel. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan secara parsial service performance, customer relationship marketing dan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁹

¹⁸Fatimah, “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bni Syariah Kcp Ciledug.”

¹⁹Muliadi, “Determinan Loyalitas Nasabah Bank NTB Syariah.”

5. Penelitian ini dilakukan oleh Ikfina Nailinni'mah yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo*" Masalah penelitian ini adalah faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah BRI Syariah KCP Ponorogo, Faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo. Penelitian yang digunakan penulis ialah penelitian kuantitatif. Populasi berjumlah 12.420, yang dijadikan sampel berjumlah 100. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket), sedangkan analisis data untuk rumusan masalah menggunakan analisis faktor. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa: dari 6 variabel yaitu citra, kepercayaan, kualitas layanan, kepuasan, religiusitas dan lokasi, terdapat satu faktor dan sekaligus menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menabung di BRIS KCP Ponorogo, yaitu faktor *brand image* dan fasilitas. Faktor ini terdiri dari 6 variabel, 4 variabel memiliki hubungan kuat yaitu citra, kepercayaan, kepuasan, kualitas layanan, dan 2 variabel memiliki hubungan lemah yaitu religiusitas dan lokasi.²⁰ Selain itu tetap memberlakukan peraturan yang telah ditetapkan oleh

²⁰Nailinnimiah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Menabung Di Bri Syariah Kcp Ponorogo*.

pihak Bank agar karyawan dapat menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab

Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah penulisan dan pemahaman atas penelitian ini, maka peneliti menuliskan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penelitian semuanya tercakup dalam bab ini.

BAB II : Bab ini menawarkan tinjauan pustaka yang menjelaskan landasan teoritis, kerangka pemikiran penelitian yang digunakan untuk mendukung prosedur penelitian ini.

BAB III : Metodologi penelitian yang meliputi unsur-unsur atau variabel yang diteliti serta lokasi penelitian dibahas dalam bab ini. Data penelitian terdiri dari berbagai Macam data, sumber data, dan metode pengumpulan data.

BAB IV : Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian dan paparan hasil dari penelitian dari jawaban rumusan masalah yang kemudian disajikan dalam bentuk pembahasan untuk di bahas

BAB V : Bab ini, berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti terhadap penelitian yang di lakukan.