

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk-produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis, dinamika yang terjadi pada sektor ini terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, pariwisata dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang pokok selain makanan, pakaian, dan perumahan, juga semakin meningkat. Begitu juga dengan kebutuhan pokok jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan.

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut

untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya .

Seiring dengan perkembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia di era globalisasi ini, kondisi sosio ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama nilai-nilai dan cara pandang yang dianut masyarakat. Semakin banyaknya perusahaan penyedia barang dan jasa akan menuntut masyarakat untuk lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhan. Perubahan kondisi masyarakat tersebut merupakan salah satu penyebab semakin ketatnya persaingan di segala bidang.

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara (Kasmir,2004:8), tetapi kegiatan operasional perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Namun perekonomian Indonesia, sejak tahun 1997/1998 dilanda krisis. Sejak krisis ekonomi ini, pemerintah melakukan likuidasi terhadap 16 bank pada tanggal 1 November 1997. Dampak dari keputusan ini adalah bahwa sebagian nasabah mengalami kesulitan mengambil uang tabungan di bank-bank yang dilikuidasi tersebut. Semenjak itu kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional menurun drastis. Kejadian ini mengakibatkan perubahan perilaku nasabah, seperti memindahkan rekeningnya ke bank lain, khususnya pada bank

pemerintah. Alasan perpindahan rekening tersebut adalah, bank pemerintah dianggap dapat memberikan jaminan keamanan yang lebih baik. Hal ini dibuktikan oleh survei yang dilakukan Asia Market Intelligence Indonesia yang dikutip oleh majalah SWA Sembada (Agustus,1998) tentang perubahan perilaku nasabah bank. Hasil survei ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku pemilihan bank dari faktor layanan, fasilitas, dan pengalaman pada masa sebelum krisis ke faktor keamanan dan kepercayaan pada saat krisis. Situasi yang demikian akan membawa kepada situasi persaingan yang semakin kompetitif.

Sejak krisis ekonomi 1998 menimpa industri perbankan Indonesia, sepanjang 2005 laba perbankan per Desember 2005 mengalami penurunan 23,5%. Menurut Biro Riset Info Bank (November,2005), laba perbankan turun menjadi Rp. 22,65 triliun selama 2005 dari Rp. 29,64 triliun selama 2004.

Pelayanan bagi dunia perbankan adalah kunci yang membedakan suatu bank dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Industri jasa perbankan ini sangat terkait erat dengan kepercayaan, *service* (layanan), dan hubungan yang dekat berpadu interaksi terbaik kepada nasabah. Suatu paradigma yang selama ini menganggap *service* merupakan tanggungjawab penuh dari karyawan yang berada di *front liners* (garda depan) sudah seharusnya diubah. *Front liners* juga hanya bisa bekerja dengan performa terbaik dengan dukungan *back office* secara penuh dan total. Pelayanan yang baik harus mampu memudahkan nasabah melewati keruwetan yang berbelit dan lama.

Salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan merupakan suatu faktor terpenting bagi perkembangan suatu perusahaan karena tanpa pelanggan suatu perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi pelanggan adalah memberikan kepuasan melalui kinerja pelayanan. Sebuah bank telah melayani nasabah dengan *caring* jika sikap bank senantiasa peduli kepada nasabah, senantiasa ringan tangan dan siap membantu nasabah, melayani nasabah tidak sekedar karena aspek komersial saja. Bank harus menunjukkan kesabaran dalam melayani nasabah, sikap melayani yang tulus dan sepenuh hati (tidak *robotic*), serta mudah memaafkan nasabah jika nasabah membuat kesalahan. Bank juga harus berusaha mengenali nasabah secara lebih personal dan membangun koneksi atau *relationship* yang kuat dengan nasabah

Persaingan antar bank di Indonesia memunculkan era baru perbankan. Era baru yang dimaksud adalah era yang dinamis dimana tingkat persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional, khususnya persaingan bisnis antar jasa layanan bank. Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing-masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga yang tinggi. Dalam mempersiapkan diri menghadapi persaingan

tersebut, maka bank-bank harus jeli dalam melihat peluang pasar serta keinginan dan kebutuhan dari nasabah. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah sehingga timbul loyalitas. Dalam industri jasa, kualitas layanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu *Profit Strategy* untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus.

Dunia perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada kualitas teknologi informasi yang digunakan oleh setiap bank yang mempunyai kemampuan teknologi hampir setara. Persamaan produk, fitur, atau kemudahan pelayanan menjadikan perbankan menjadi industri yang homogen. Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen, salah satu cara adalah menyediakan jenis dan kualitas layanan yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Selain kualitas teknologi informasi yang digunakan bank, unsur lain yang penting dalam perbankan adalah unsur keamanan dan kepercayaan. Unsur tersebut menjadi faktor kunci bagi bank-bank untuk keberhasilan memenangkan persaingan selain faktor teknologi informasi. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan sehingga masalah kinerja pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan bisnis ini

Berdasarkan kinerja pelayanan yang ada di industri perbankan, maka setiap nasabah dalam memilih bank memiliki kriteria sendiri-sendiri. Ada nasabah yang menginginkan suatu bank yang bisa memberi bunga yang tinggi, keamanan



(artinya saya harus yakin bahwa uang saya aman di bank tersebut), sedangkan bagi nasabah yang sering berpergian terutama ke luar negeri menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, nyaman, dan kemudahan dalam pengaksesan pada suatu waktu dan tempat tertentu diseluruh dunia. Disamping itu ada beberapa alasan lain dari para nasabah dalam memilih bank, yaitu: bank terkenal, bunga tinggi, produk bervariasi, teknologi canggih, layanan memuaskan, ada hadiah, keamanan terjamin, bergengsi, dan perhatian karyawan bank secara individu kepada nasabah.

Di Indonesia ada 6 kelompok bank yaitu: Bank Persero (BUMN), Bank Umum Swasta Nasional Devisa, Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa, Bank Pembangunan Daerah, Bank Campuran, dan Bank Asing (Info Bank, November 2005). Dalam penelitian ini dibahas mengenai Bank Pembangunan Daerah (BPD), khususnya BPD Jatim. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) yang diolah kembali oleh Biro Riset InfoBank, selama Agustus 2005-Agustus 2006, kegiatan usaha BPD tumbuh signifikan. Ketika laba perbankan sedang menurun, laba BPD per Agustus 2006 naik signifikan 47,54% dari Rp1,95 triliun menjadi Rp2,88 triliun. Aset totalnya meningkat 53,20% dari Rp95,26 triliun menjadi Rp145,95 triliun (Sumardi, 2006). Jumlah dana pihak ketiga (DPK) melonjak 60,41% dari Rp78,21 triliun menjadi Rp125,45 triliun. Pertumbuhan DPK tak lepas dari upaya BPD memikat nasabah melalui penawaran beragam hadiah, mulai dari peralatan rumah tangga hingga mobil. Bankir BPD sendiri mengakui cara tersebut sangat efektif untuk mengambil dana dari masyarakat. Secara nasional, BPD juga memiliki tabungan yang disebut Simpanan Pembangunan Daerah (Simpeda)

dengan nilai hadiah lebih besar, selain produk tabungan milik setiap BPD (misal Simpeda Bank Jatim dengan hadiah total delapan milyar rupiah).

Bank Jatim merupakan salah satu Bank Pembangunan Daerah (BPD) terbaik, selain bisa selamat dari krisis tahun 1997-1998, juga karena menurut Biro Riset Info Bank ada sepuluh bank yang bermodal sendiri tergolong besar yaitu Untuk kelompok bank bermodal Rp100 miliar sampai dengan kurang dari Rp1 triliun adalah (1) Bank BTPN; (2) Bank Jatim; (3) Bank Jabar Banten; (4) Bank Syariah Mandiri; (5) Permata Bank; (6) Bank Kaltim; (7) Bank Riau Kepri; (8) Bank BTN; (9) Bank Sumut; dan (10) Bank Mayapada (Rating 120 Bank Versi Infobank 2011). Guna menilai seberapa jauh tingkat kinerja dari Industri Perbankan baik bank nasional maupun bank asing di Indonesia, Perhimpunan Bank-Bank Umum Nasional (Perbanas) melalui Perbanas Institute menyelenggarakan penghargaan Indonesia *Banking Award* yang ke-5 pada tahun 2012. Untuk kategori BPD beraset diatas Rp. 10 Triliun, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur (Bank Jatim) memperoleh peringkat pertama. Bank yang baru saja melepas 20% kepemilikan sahamnya dalam penawaran umum perdana (*initial public offering/IPO*) ini, pada tahun 2011 memiliki total aset mencapai Rp 24,84 triliun, tumbuh sebesar 24,32% dibandingkan akhir 2010 yang tercatat Rp 19,98 triliun, sementara laba bersih mencapai Rp 860,233 miliar. Bank Jatim berhasil mengalahkan PT Bank Bali yang berada di peringkat kedua dan PT Bank Papua yang berada di peringkat ketiga (LPPI news, Juli 2012).

Hal yang dinilai dalam Indonesia Banking Award 2012 ini adalah kinerja keuangan (indikator *Capital, Asset Quality, Earning dan Liquidity*) dan kinerja

efisiensi (diukur dengan Data Endevelopment Analysis). Bank Jatim memiliki modal sebesar \$ 94.245 (Ribuan) ( Bank Scope-Bureau van Dijk dan Biro Riset Info Bank, Oktober 2006). Kinerja Bank Jatim terus membaik. Hal ini dilihat dari Laba tahun berjalan per Juni 2006 mencapai Rp. 221,45 Miliar, naik dibandingkan dengan Juni Tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp.159,56 Miliar (Info Bank, Oktober 2006). Bank Jatim terus menerus mengembangkan kinerja pelayanan, sehingga tidak mudah bank pesaing merebut nasabah Bank Jatim. Salah satu Cabang dari Bank Jatim adalah Bank Jatim Cabang Bondowoso, diresmikan pada tanggal 5 Januari 1991. Serta mempunyai 3 kantor Cabang pembantu dan 2 kantor kas. Bank Jatim Cabang Bondowoso mempunyai 47 pegawai tetap yaitu 22 orang laki-laki dan 25 orang wanita.

Dewasa ini, para nasabah juga cenderung memperhatikan kinerja pelayanan dalam memilih suatu bank. Itulah sebabnya tidak mengherankan lagi jika pada kenyataannya persaingan perbankan tidak lagi ditentukan oleh harga jual produk yang ditawarkan kepada pelanggan, tetapi lebih kepada kinerja pelayanan.. Penilaian atau pengukuran pada kinerja pelayanan ini dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas layanan yang antara lain terdiri atas *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Jaminan* (Assurance), dan *Empathy* (Empati) (Parasuraman dalam Lupiyoadi, 2001).

Hal ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan Lo Liang Kheng (2010) yang berjudul *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui faktor-faktor dari *Servqual* apakah berpengaruh terhadap tingkat



kepuasan dan loyalitas nasabah. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sedangkan alat analisisnya menggunakan Regresi. Dan dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah, *reliability* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tetapi tidak dengan kepuasan nasabah, *Responsif* tidak berpengaruh terhadap loyalitas tetapi berpengaruh pada kepuasan nasabah. *Empati* dan *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah. Batasan penelitiannya adalah, variabel sosio demografi tidak dimasukkan sebagai bahan pertimbangan, serta penelitian hanya dilakukan di negara bagian Penang sehingga tidak dapat dilakukan untuk bank asing. Temuan menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan mengevaluasi bank positif, namun masih ada ruang untuk perbaikan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Robert Jhonston (1997) yang berjudul *Identifying the critical determinants of service quality in retail banking: importance and effect*. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui manakah dari 18 faktor *Servqual* (dalam jurnal ini) yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah serta faktor apa yang membuat puas nasabah dan yang tidak menyenangkan untuk nasabah. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan 1.500 nasabah, dengan data yang kembali sekitar 15% atau sekitar 223 data yang dapat digunakan. Hasilnya 5 faktor yang tertinggi menurut responden adalah *Competence (Kompetensi)*, *Attentive/ Help, Communication, Reliability, Integrity*.

Penelitian yang dilakukan oleh Maive Suuroja (2003) yang berjudul *Service Quality : Main Conseptualizations and Critique*. mengangkat variable yang sedikit berbeda dengan penelitian – penelitin yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan variabel *interaction quality* dengan indikator *attitude,behaviour,dan experience*. Variabel *physical environment quality* dengan indikator *ambient condition, design, social factor*. Variabel *outcome quality* dengan indikator *waiting time, tangibles, valence* yang mempengaruhi *Service Quality*. Dan hasil penelitian ini adalah *expectasi costumer* dapat mempengaruhi persepsi *Service Quality* tetapi efek dari persepsi tersebut tidak berpengaruh secara langsung.

Seperti yang dikutip dari [www.markplus.com](http://www.markplus.com) Indeks *quality of service* dalam dunia perbankan dipengaruhi oleh lima faktor utama yaitu pelayanan yang memiliki *credibility* dan *dependability* serta mengutamakan *courtesy, comfortability, dan connectivity*. Maksud dari *credibility* disini adalah bahwa nasabah dapat merasakan adanya jaminan dan merasa yakin akan kualitas layanan yang baik yang bisa didapatkan dari sebuah bank. Adapun *dependability* adalah pelayanan bank yang mengutamakan pemberian solusi kepada nasabah dan bukan sekedar menjalankan SOP. Disini bank disebut sebagai “*care giver*” dan bukan sekedar “*service provider*” seperti dalam konsep pelayanan basic “*service excellence*”. Disamping itu pelayanan harus dijalankan secara “*courtesy*” yaitu pelayanan yang tidak hanya menonjolkan aspek “hangat dan ramah” namun juga harus disertai dengan sikap kejujuran dan dilakukan dengan “*passionate*” atau dengan sepenuh hati.

Fasilitas yang disediakan bank berupa infrastruktur fisik atau aspek *tangible* untuk nasabah harus disediakan dalam konteks untuk memberikan “*comfortability*” atau kenyamanan bagi nasabah selama melakukan transaksi baik di cabang maupun di semua *channel* transaksi yang ditawarkan kepada nasabah. Disamping itu bank juga harus melakukan komunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah “*customer oriented*”. Sedangkan faktor kelima yang secara langsung mempengaruhi indeks *Service to Care* adalah “*connectivity*”, yaitu bank harus membangun *relationship* yang kuat dengan nasabah sehingga bisa memahami kebutuhan dan harapan mereka, dan memperhatikan secara sungguh-sungguh masukan yang disampaikannya untuk perbaikan pelayanan.

Dengan latar belakang seperti yang disebutkan diatas maka dilakukan penelitian terhadap kinerja pelayanan pada PT Bank Jatim Cabang Bondowoso kantor kas RSUD dr. H. Koesnadi. Penelitian ini menggunakan variable kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, kualitas hasil. Variable kualitas interaksi dengan indikator *attitude*, *expertise* dan *behaviour* digunakan untuk mengukur tingkat kualitas interaksi nasabah Bank Jatim. Variabel kualitas lingkungan fisik digunakan sebagai variabel pengukur untuk mengetahui sampai sejauh mana faktor lingkungan fisik berpengaruh terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah oleh PT Bank Jatim Cabang Bondowoso kantor kas RSUD dr. H. Koesnadi. Sedangkan variabel kualitas hasil digunakan dalam penelitian ini dikarenakan sebagai variabel untuk mengukur sampai sejauh mana tingkat kualitas dan layanan yang dirasakan oleh nasabah berpengaruh terhadap kualitas

layanan yang diberikan oleh Bank Jatim. Pemilihan beberapa variabel diatas merujuk dari penelitian sebelumnya menjadi dasar dalam penelitian ini dan juga pemilihan terhadap variabel tersebut dikarenakan cocok dengan kondisi di obyek penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 1 wilayah yaitu PT Bank Jatim Cabang Bondowoso kantor kas RSUD dr. H. Koesnadi. Pemilihan ini dikarenakan oleh faktor sosial demografinya berbeda dengan kantor cabang lain, yaitu masyarakat di daerah ini cenderung agamis, mayoritas mata pencahariannya sebagai pensiunan, TKI (Tenaga Kerja Indonesia) dan petani. Dalam hal ini mayoritas nasabah terdiri dari tenaga medis dan administrasi rumah sakit itu sendiri, dan juga belum ada peneliti yang melakukan penelitian serupa di PT Bank Jatim Cabang Bondowoso kantor kas RSUD dr. H. Koesnadi.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah pokok sebagai berikut :

1. Apakah kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi?
2. Apakah kualitas lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi?
3. Apakah kualitas hasil berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi?

4. Apakah kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengkaji pengaruh kualitas interaksi terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi.
2. Untuk mengkaji pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi.
3. Untuk mengkaji pengaruh kualitas hasil terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi dalam.
4. Untuk mengkaji pengaruh kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil secara simultan terhadap kualitas layanan pada PT. Bank Jatim Cabang Bondowoso Kantor Kas RSUD dr. H. Koesnadi.



#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain adalah sebagai berikut :

##### **a. Bagi Peneliti**

1. Sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh selama kuliah terhadap kenyataan, dan melatih penulis untuk berpikir secara kritis, sistematis, dan analistik dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.
2. Sebagai sarana untuk menambah wawasan tentang dunia perbankan, khususnya dalam bidang pemasarannya.

##### **b. Bagi Perguruan Tinggi**

1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas penulisan karya tulis tingkat perguruan tinggi.
2. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.

##### **c. Bagi Bank Jatim**

1. Memberikan informasi dan pengetahuan tentang variabel-variabel yang dominan mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Jatim kepada nasabahnya.
2. Sebagai bahan pertimbangan Bank Jatim di dalam menentukan kebijakan yang diambil khususnya di dalam melakukan pengembangan dan perbaikan dari segi kinerja pelayanan, demi menjaga loyalitas serta kepuasan nasabah.

## **I.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bagian ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bagian ini berisi tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrument penelitian, populasi, sample dan teknik sampling, data dan metode pengumpulan data, teknik analisis data.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Bagian ini berisi tentang gambaran subyek penelitian, pengujian skala pengukuran yang terdiri dari distribusi frekuensi variabel penelitian, evaluasi model pengukuran yang terdiri dari uji F, uji t, uji Multikolinieritas, evaluasi model struktural, uji kausalitas, pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Bagian ini berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk subjek penelitian selanjutnya.

