

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam pemberian kredit atau pinjaman dengan meningkatnya persaingan antar bank yang semakin ketat dalam menarik nasabah sebanyak-banyaknya, untuk itu bank harus menciptakan berbagai produk atau jasa guna yang memenuhi kebutuhan masyarakat yang beraneka ragam serta berusaha membuat nasabah merasa aman dengan meningkatkan pelayanan.<sup>1</sup> Bank syariah di Indonesia ada sejak tahun 1992. Bank syariah pertama yang ada di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 sampai 1999 pertumbuhan Bank Muamalat Indonesia tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997 hingga tahun 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter atau bahkan bisa dikatakan tidak terlihat dampaknya. Para bankir berpikir bahwa BMI satu-satunya bank syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter, pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank Konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia. Lahirnya BMI mendorong munculnya bank-bank Islam lain di Indonesia, seperti Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah, dan sebagainya. Produk-produk bank syariah semuanya berada di bawah aturan hukum, diantaranya UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan UU No 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara. Dengan diberlakukannya UU No 21 Tahun 2008 pada 16 Juli 2008, maka pengembangan perbankan syariah nasional semakin berlandaskan hukum yang memadai dan mendorong tumbuh kembang bank secara lebih pesat.

---

<sup>1</sup> Nouvalia Putri Islami, ‘, Peranan Customer Service Dalam Menangani Komplain Kartu Atm Nasabah Pada Bank Jatim Kantor Cabang Sumenep’, , *Peranan Customer Service Dalam Menangani Komplain Kartu Atm Nasabah Pada Bank Jatim Kantor Cabang Sumenep*, 2018 <<http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/4150>>.

Dalam lima tahun, bank syariah di Indonesia mencapai rata-rata pertumbuhan aset melebihi 65 persen per tahunnya. Pada 2021, Indonesia memiliki bank syariah terbesar bernama Bank Syariah Indonesia (BSI) yang mulai beroperasi sejak 1 Februari 2021. BSI merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah BUMN, yaitu PT Bank BRI Syariah, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank Syariah Mandiri. Menurut catatan terakhir, BSI memiliki aset sejumlah Rp 245, 7 triliun.<sup>2</sup>

Pada gelaran *Expo iB Vaganza* OJK dan Perbankan Syariah, jumlah nasabah bank syariah saat ini masih di bawah 10 juta orang. Dengan 80% jumlah penduduk beragama Islam, ternyata bank syariah tidak mampu menjadi *market leader* di Indonesia. Penyebabnya antara lain yaitu, masyarakat belum percaya sepenuhnya dengan penerapan keislaman bank syariah adanya kewajiban dari tempat bekerja untuk menggunakan bank konvensional, fasilitas terkait kepentingan bisnis yang tidak dapat dipenuhi oleh bank syariah, dimana sebagian besar dikarenakan pembatasan wewenang oleh peraturan perundang-undangan dan belum adanya pengetahuan yang memadai tentang pentingnya transaksi syariah dari sisi agama.<sup>3</sup> Sehingga tugas kita bersama dimanapun berada untuk menyebarluaskan pengetahuan tentang transaksi syariah. Tugas kita juga untuk memperjuangkan agar bank syariah betul-betul menjalankan prinsip syariah. Bagi kita pihak yang memiliki kewenangan untuk berperan aktif dalam mendorong untuk segera disusunnya peraturan perundang-undangan yang mendukung berkembangnya transaksi syariah agar betul-betul dapat dijalankan dengan sempurna. Kita berharap kepercayaan dari masyarakat akan tumbuh dengan sendirinya. Dan tentu saja menyediakan produk-produk perbankan syariah yang dapat memenuhi kebutuhan bisnis. Sehingga transaksi syariah dapat menjadi solusi bagi kemaslahatan seluruh umat di dunia. Undang-undang perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam

---

<sup>2</sup> Varelladevanka Adryamarthanino “*Sejarah Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*” (*Kompas.com*, 12 Januari 2022)

<sup>3</sup> Sandy Romualdus, “*OJK & Perbankan Syariah Gelar Expo iB Vaganza 2015*” (*Stabilitas*, 7 Januari 2015)

melaksanakan kegiatan usahanya agar sesuai prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>4</sup>

Keunggulan produk merupakan salah satu faktor dari sekian banyak faktor penentu kepuasan nasabah. Karena, kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan konsumen loyal. Konsep kualitas produk telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan sebuah perusahaan, karena apabila konsumen merasa bahwa keunggulan produk yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka konsumen akan percaya dan mempunyai komitmen menjadi konsumen yang loyal. Sehingga keunggulan produk menjadi faktor pendorong kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat terhadap perusahaan. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah hal yang sangat fundamental sehingga tidak boleh diabaikan. Kepuasan nasabah merupakan aspek-aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.<sup>5</sup>

Sebagai bank syariah pertama yang berdiri di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia mengemban beban yang cukup berat terkait penilaian penerapan nilai keislaman secara keseluruhan atas aktivitas operasional yang dijalankan dengan mempertahankan pula kualitas produknya. Kepuasan nasabah menjadi prioritas utama Bank Muamalat agar mampu bertahan dalam persaingan ketat antar bank syariah. Hal tersebut didukung oleh Direktur Operasional Bank Muamalat, Awaldi yang berjanji untuk terus meningkatkan kepuasan nasabah baik secara fisik maupun digital. Salah satu cara untuk meningkatkan pelayanan adalah dengan menjaga dan meningkatkan hubungan emosional kepada nasabah sehingga akan terbentuk loyalitas dari nasabah. Bank Muamalat Indonesia berhasil mewujudkan hal tersebut, terbukti dalam majalah infobank dan *Marketing Research* Indonesia (MRI) memberikan apresiasi kepada Bank muamalat yang berhasil menjaga dan meningkatkan hubungan emosional dan

---

<sup>4</sup> Ismail. h.32-33

<sup>5</sup> M. syafi'i Antonio, *Bank Islam, Teori Dan Praktik* (jakarta: Gema Insani Press, 2000).h.16

loyalitas dengan para nasabah. dan Bank Muamalat berhasil merebut posisi pertama penghargaan dalam tiga kategori utama yang dinilai, yakni *Loyalty Index*, *Engagement Index*, dan *Marketing Engagement*. Dua kategori pertama sudah dipertandingkan dari tahun sebelumnya. sementara, yang terakhir adalah kategori baru yang mengukur seberapa ketertarikan emosional nasabah dalam melakukan pemasaran dan pengaruh kepada orang-orang yang dikenalnya agar menjadi nasabah bank muamalat.<sup>6</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan produk dan penerapan nilai keIslaman bagi nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategis pemasaran di perbankan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Novitasari yang berjudul “*Pengaruh Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BSI KCP Ratulangi*” dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Islam pada BSI KCP Ratulangi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. dilihat dari hasil uji f yaitu sebesar f hitung > f tabel ( 87,963 > 3,128 ). Bank Muamalat harus segera memberikan inovasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin *kompleks* dan semakin tidak terduga seiring perkembangan zaman yang semakin cepat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menyusun penelitian yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai KeIslaman Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kota Serang*”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

Penelitian ini berfokus pada dua variabel bebas (x) dan satu variabel terikat (y). Dua variabel bebas dalam penelitian ini adalah keunggulan produk (x<sub>1</sub>) dan penerapan nilai keIslaman (x<sub>2</sub>) sedangkan variabel terikatnya

---

<sup>6</sup> Rinaldy Muhamad Azka “*Bank Muamalat Fokus Tingkatkan Kepuasan Nasabah*” ( *Bisnis.com*. 21 Februari 2022)

adalah kepuasan nasabah ( $y$ )

### **C. Batasan Masalah**

Fokus penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan utama penelitian ini. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian pada:

1. Subjek penelitian ini adalah nasabah bank muamalat kota Serang.
2. Penelitian ini membahas tentang kualitas produk dan penerapan nilai keIslaman terhadap kepuasan nasabah pada bank muamalat kota Serang.
3. Penelitian ini mengambil sampel pada nasabah bank muamalat kota Serang.

### **D. Perumusan Masalah**

Melalui latar belakang masalah diatas, maka untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat kota Serang?
2. Apakah penerapan nilai keIslaman berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat kota serang?
3. Apakah kualitas produk dan penerapan nilai keislaman secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat kota Serang?

### **E. Tujuan penelitian**

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Kota Serang
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai keIslaman terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KC Kota Serang
3. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai keislaman secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan

nasabah pada Bank Muamalat KC Kota Serang.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca serta menambah referensi atau rujukan bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik dengan pembahasan pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai keIslaman terhadap kepuasan nasabah

### **2. Lembaga perbankan syariah**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikitnya kontribusi terhadap lembaga perbankan syariah. Secara khusus terhadap Bank Muamalat KC Kota Serang dan terhadap Bank Syariah yang ada di Indonesia secara umumnya.

### **3. Peneliti**

Untuk peneliti sendiri, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi ajang belajar meneliti dan mengidentifikasi suatu permasalahan yang ada di lembaga Perbankan Syariah sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan.

## **G. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Dalam penelitian, terkadang memiliki tema yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan walaupun arah tujuan yang diteliti berbeda. Untuk penelitian ini peneliti menemukan beberapa sumber kajian lain yang telah terlebih dahulu membahas terkait pengaruh keunggulan produk dan penerapan nilai keIslaman terhadap kepuasan nasabah.

1. Desila Yeyen, dalam penelitiannya mengenai “*Analisis Respon Nasabah Terhadap Penerapan Nilai-nilai Islam pada produk di Outlet BRI syariah di Kepahiang. Diss. IAIN Ponorogo, 2019.* Metode pengumpulan data dengan memberikan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan program komputer SPSS (Statistics Produk and Service Solution). Versi 16. Hasil penelitian mengenai penerapan nilai-nilai Islam pada produk-

produk di Outlet Bank BRI Syariah kepahiang, mendapat persentase rata-rata sebanyak 82% menyatakan bahwa penerapan nilai-nilai Islam yaitu al-hurriyah (kebebasan), al-musawah (persamaan atau kesetaraan), al-adalah (keadilan), ash-shiddiq (kebenaran atau kejujuran), al-ridha (kerelaan), al-kitabah (tertulis) sudah diterapkan pada produk Outlet Bank BRI Syariah kepahiang. Sedangkan, 18% dari jawaban responden lain menyatakan produk Outlet Bank BRI Syariah Kepahiang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai Islam pada produknya. Hasil penelitian mengenai respon nasabah merespon terhadap produk-produk Islami Outlet Bank BRI Syariah Kepahiang, dengan akumulasi rata-rata jawaban responden 82,17% positif, sedangkan sisanya dengan persentase sebanyak 17,83% responden menyatakan respon negatifnya. Dengan demikian akumulasi rata-rata penilaian responden tersebut menunjukkan bahwa nasabah memberikan respon yang positif terhadap penerapan nilai Islam pada produk-produk Outlet Bank BRI Syariah Kepahiang.<sup>7</sup>

2. Ihwan arifin, dalam penelitiannya mengenai. "*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar pada PT.BPRS Safir Kota Bengkulu*". Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan Kuantitatif Asosiatif. Populasi pada penelitian ini yaitu 700 nasabah, pemilihan sampel menggunakan teknik accidental sampling sehingga jumlah sampelnya adalah 88 nasabah. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji validitas data adalah Pearson Correlation. Sedangkan, uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha, uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Skewness, uji homogenitas menggunakan metode levene test, uji linieritas menggunakan teknik Test for Linearity, uji multikolinearitas menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation

---

<sup>7</sup> Yeyen Desila, 'Analisis Respon Nasabah Terhadap Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Produk Di Outlet Bri Syariah Di Kepahiang Skripsi', 2019.

Faktor, dan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan *wadiah* dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < \alpha (0,05)$ . Berdasarkan uji t atau parsial pengaruhnya berbeda, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadi'ah pasar dengan nilai signifikan  $0,072 > \alpha (0,05)$ . Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan  $0,000 < \alpha (0,05)$  sedangkan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan  $0,958 > \alpha (0,05)$ . Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 66,5% dengan nilai R Square ( $R^2$ ) adalah 0,665 dan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti harga, promosi, lokasi dan suasana.<sup>8</sup>

3. Muttaqin Dian Azmi Dinaratu Azhar, dalam penelitiannya “ *Kualitas Produk, Pelayanan dan Nilai Syariah Terhadap Persepsi Mahasiswa ekonomi Islam untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah*”. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan telah dilakukan pengujian menemukan bahwa persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan sedangkan persepsi tentang nilai syariah berpengaruh secara positif dan tidak signifikan. Hal tersebut disebabkan karena kebutuhan dasar mahasiswa yaitu menerima transfer dan adanya tugas perkuliahan sehingga nilai syariah tidak berpengaruh secara signifikan. Persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah memiliki nilai positif dan signifikan secara bersama-sama, hal ini terbukti dengan hasil nilai F pada tabel distribusi F sebesar

---

<sup>8</sup> Ihwan Arifin, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada Pt. Bprs Safir Kota Bengkulu’, 44.8 (2018), 1689–99.



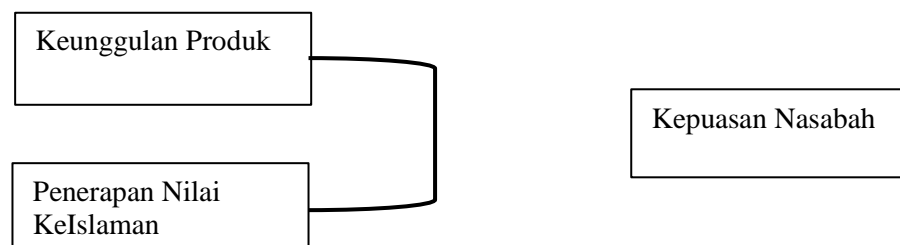
39,728,  $F_{hitung}$  jauh lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $39,728 > 2,68$ ), dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Artinya, persepsi kualitas produk, persepsi kualitas pelayanan, dan persepsi nilai syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Persepsi kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi nilai syariah mempengaruhi minat menjadi nasabah Bank Syariah sebesar 50,7% dilihat dari nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dan 49,3% ( $100\% - 50,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang dipilih.<sup>9</sup>

## H. Kerangka Pemikiran

Fenomena perbankan yang ada sekarang ini adalah maraknya persaingan dalam jasa perbankan. Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai keIslaman terhadap kepuasan nasabah yang terjadi di Bank Muamalat KC kota Serang.

Kepuasan nasabah pada hakikatnya adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah baik dari sisi produk hingga sistem pelayanan pada perusahaan jasa perbankan dalam hal ini adalah Perbankan Syariah.

Berdasarkan deskripsi di atas, maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.1

### Kerangka Pemikiran

<sup>9</sup> Dian Azmi Dinaratu and Azhar Muttaqin, 'Kualitas Produk , Pelayanan Dan Nilai Syariah Terhadap Persepsi Mahasiswa Ekonomi Islam Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah', 196–210.

## I. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan melalui kalimat pertanyaan. Sedangkan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dan hipotesis yang akan diuji ini dinamakan hipotesis kerja dan sebagai lawannya adalah hipotesis nol (nihil). Hipotesis kerja disusun berdasarkan atas teori yang digunakan masih diragukan keandalannya. Hipotesis kerja dinyatakan dengan kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dengan kalimat negatif.<sup>10</sup>

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah
  - a.  $H_0$  = Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Kota Serang.
  - b.  $H_1$  = Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Kota Serang.
2. Pengaruh penerapan nilai keIslaman terhadap kepuasan nasabah
  - a.  $H_0$  = Penerapan nilai keIslaman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Kota Serang.
  - b.  $H_1$  = Penerapan nilai keIslaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Kota Serang.
3. Pengaruh kualitas produk dan penerapan nilai keIslaman secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah
  - a.  $H_0$  = Diantara kualitas produk dan penerapan nilai keIslaman secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Kota Serang.
  - b.  $H_1$  = Diantara kualitas produk dan penerapan nilai keIslaman secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Kota Serang.

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (bandung: Alfabeta, 2011).h.64-65

## **J. Metode Penelitian**

Beberapa unsur dalam metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungannya. Penelitian ini berupaya menggambarkan serta mengembangkan kondisi faktual yang diperoleh dari hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dan studi dokumentasi. Adapun pendekatan yang digunakan adalah statistik deskriptif.

### **2. Sumber Data yang digunakan**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari responden atau narasumber melalui pengisian kuesioner dan wawancara adalah nasabah Bank Muamalat Kota Serang.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui perantara. Data sekunder yang dimaksudkan yaitu dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan sebagai informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang diperoleh berasal dari kepustakaan, internet, artikel yang berkaitan dan lain-lain.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Karena, tanpa adanya upaya pengumpulan data secara otomatis penelitian tidak dapat dilakukan.

Terdapat tiga cara dalam pengumpulan data yang dapat dilakukan oleh peneliti, yakni: kuesioner (angket), dan studi dokumentasi. Berikut adalah

teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:<sup>11</sup>

a. Kuesioner (angket)

Teknik angket adalah memberikan pertanyaan-pertanyaan terstruktur dan terinci terhadap informan yang terlibat langsung dalam peristiwa yang akan diteliti. Angket diberikan kepada nasabah Bank Muamalat KC Kota Serang.

b. Studi Dokumentasi

Teknik Studi Dokumentasi ini merupakan penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Seperti, data yang berupa statistik, agenda kegiatan, produk kebijakan, sejarah, dan hal lain yang nantinya berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Metode ini dilakukan untuk memperoleh informasi profil serta produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KC kota Serang.

## **K. Sistematika Pembahasan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan, penelitian, didalamnya menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab kedua yaitu kajian pustaka, yang berisi mengenai landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ketiga yaitu metode penelitian, pada bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data.

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian, pada bab keempat yaitu pembahasan hasil penelitian, bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

Bab V Penutup, pada bab kelima atau bab akhir ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang telah dicapai.

---

<sup>11</sup> Sugiyono.h.54