

**PENGARUH PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH PADA BANK SUMSEL BABEL SYARI'AH KCP  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**



**Oleh :**

**Anggi Oktariani**

**1730601008**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya  
(A.Md)**

**Palembang**



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5  
Telp. (0711), Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

---

**HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

Nama : Anggi Oktariani  
NIM : 1730601008  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Tugas Akhir Berjudul : Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap  
Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel  
Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang

**Palembang, Juli 2020**

**Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah**

**Dr Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si**  
**NIP.197803272003121003**



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5  
Telp. (0711). Fax (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Formulir C.2

**NOTA DINAS**

**Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah tugas akhir berjudul:

Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

Yang ditulis oleh:

Nama : Anggi Oktariani  
NIM : 1730601008  
Program Studi : D3 PerbankanSyariah

Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *munaqosyah* ujian tugas akhir.

*Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

**Pembimbing Utama**

**Mismiwati, SE., MP**  
NIP. 196810272014112002

**Palembang, Juli 2020**

**Pembimbing Kedua**

**Aziz Septiatin, SE, M.Si**  
NIDN. 150620121522

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggi Oktariani

NIM : 1730601008

Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan dapat dipertanggungjawabkan.

Palembang, Juli 2020

Saya yang menyatakan



Anggi Oktariani

NIM. 1730601008

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Jangan biarkan opini orang lain menenggelamkan suara dari dalam diri  
Anda”**

**“Secapek-capeknya kerja, lebih capek nganggur”**

(Makhluk)

**“Hal yang paling saya takutkan adalah ketika saya tidak mempunyai cita-  
cita”**

**“Satu-satunya hal yang dapat menjatuhkanmu adalah sikapmu sendiri”**

(Penulis)

**“Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka merubah  
keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”**

(QS. Ar-Ra'd : 11)

**Di persembahkan untuk :**

**Ayah dan Ibu**

**Terimakasih atas segala pengorbanan kalian demi anak-anakmu**

**Terimakasih juga kepada kedua saudaraku beserta keluarga besarku**

## KATA PENGANTAR



Segala puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini, serta shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, karena berkat beliau kita dapat menuju jalan pencerahan sehingga dapat berpikir dan memberi inspirasi untuk tetap selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md). Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ayahanda tercinta Muhdani dan Ibu tersayang Maria Ningsih, dan kedua saudaraku beserta keluarga besarku yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materiil serta do'a yang tiada henti untuk ku.
2. Bapak Prof. H. M. Sirozi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dr. Qodariah Barkah, S.E., M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Dr. Dinnul Alfian Akbar, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Ibu Mismiwati, SE., MP dan Ibu Aziz Septiatin, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II, terimakasih karena telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran serta membimbing penulis dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terimakasih atas ilmu dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di UIN Raden Fatah Palembang
7. Seluruh staff dan karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu seluruh jalan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Sahabat-sahabati UKMK Litbang UIN Raden Fatah Palembang, terkhusus angkatan E yang banyak mensupport dalam mengeksplere dunia kampus.
9. Sahabat-sahabat kelas ku, Anggun, Devi, Dicka, Meilta, Joko, Yunus, Agung, Angga, Afrianto, Bagus, Kris, Ujik, Ario, dan Budi yang telah berbagi suka duka selama di bangku perkuliahan.
10. Sahabat-sahabat Gossip Girls DKK ku, Atika, Ega, Chindy, Melinda, Monica, Putri dan Sania yang telah banyak bertukar pikiran untuk masa depan.
11. Sahabat sejak kecilku, Cici, Devi, dan Ratna yang selalu mendengarkan keluh kesah dan bahagiaku.
12. Untuk Serda M. Sidiq Alfiansyah, terimakasih untuk selalu memberi suport dan motivasi serta kebahagiaan kecil dalam menata cita-cita.
13. Serta seluruh teman-teman sekelas DPS 1 Angkatan 2017, semoga keberhasilan dan kesuksesan senantiasa mengiringi langkah kita.

Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Palembang, Juli 2020

Anggi Oktariani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	
A. Loyalitas Nasabah.....	9
1. Pengertian Loyalitas Nasabah .....	9
2. Indikatorr Loyalitas Nasabah .....	11
3. Tahapan Loyalitas .....	12
4. Perspektif Loyalitas Nasabah .....	14
5. Teknik dan Prosedur Rekrutmen.....	17
B. Produk .....	17
1. Kualitas Produk .....	18
2. Indikator Produk.....	20
C. Lokasi .....	22
1. Pengertian Lokasi.....	22
2. Indikator Lokasi .....	25
D. Promosi .....	26

1. Pengertian Promosi .....	26
2. Indikator Promosi .....	26
E. Penelitian Terdahulu.....	27
F. Kerangka Pemikiran .....	31
G. Pengembangan Hipotesis .....	32
1. Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Nasabah .....	32
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah .....	33
3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah .....	34
4. Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian .....	37
C. Variabel- Variabel Penelitian .....	37
D. Devinisi Operasional Variabel .....	38
E. Jenis dan Sumber Data .....	40
1. Jenis Data .....	40
2. Sumber Data.....	40
F. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel.....	41
G. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Instrumen Penelitian .....	43
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Reliabilitas .....	45
I. Teknik Analisis Data .....	45
1. Uji Asumsi Klasik.....	45
a. Uji Normalitas .....	45
b. Uji Multikolinieritas .....	46
c. Uji Heteroskedastisitas.....	47
d. Uji Linieritas.....	47
e. Analisis Regresi Linier Berganda .....	48

2. Pengujian Hipotesis.....	49
1. Uji t (parsial) .....	49
2. Uji f (simultan).....	49
3. Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Karakteristik Responden .....	51
a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
b. Data Responden Berdasarkan Usia .....	52
c. Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
d. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
B. Analisis Statistik Deskriptif .....	55
C. Uji Instrumen Penelitian .....	56
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas .....	59
D. Uji Asumsi Klasik.....	60
1. Uji Normalitas .....	60
2. Uji Multikolinieritas .....	61
3. Uji Heteroskedastisitas .....	62
4. Uji Linearitas.....	63
E. Hasil Pengujian Hipotesis .....	64
1. Uji t (Uji Secara Individu).....	65
2. Uji F (Uji Secara Serentak) .....	68
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
1. Pengaruh variabel produk (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) .....	70
2. Pengaruh variabel lokasi (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y).....	72
3. Pengaruh variabel promosi (X3) terhadap loyalitas nasabah(Y) .....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>
A. Simpulan.....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>

**LAMPIRAN.....**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap</i> Produk terhadap loyalitas nasabah .....	4
Tabel 1.2 <i>Research gap</i> Lokasi terhadap loyalitas nasabah .....	4
Tabel 1.3 <i>Research gap</i> Promosi terhadap loyalitas nasabah .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel dan Indikator .....	38
Tabel 3.2 Skala Likert .....	43
Tabel 4.1 Data Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	53
Tabel 4.4 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel .....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas .....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji t .....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69

**DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran ..... 32**

**PENGARUH PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH PADA BANK SUMSEL BABEL SYARI'AH KCP  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

**Oleh :**

**Anggi Oktariani**

**1730601008**

***ABSTRAK***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh dari Produk, Lokasi dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis linier berganda. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan *sampling insidental*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuisisioner.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga hipotesis hanya satu hipotesis yang di tolak. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa : Pertama, Produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi  $0,024 < 0,05$  dan hasil  $t_{hitung} 2,293 < t_{tabel} 1,984$ . Kedua, Lokasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,629 > t_{tabel} 1,984$ . Ketiga, Promosi berpengaruh pada loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,042 > t_{tabel} 1,984$ . Secara simultan keempat variabel berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan Nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 52,365 > nilai F_{tabel} 2,70$ .

Kata Kunci : Produk, Lokasi, Promosi, dan Loyalitas Nasabah.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia perbankan dewasa ini sangatlah pesat. Perbankan merupakan penopang perekonomian Indonesia yang sangat penting keberadaannya. Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan, seperti penyimpanan dan penyaluran dana.<sup>1</sup>

Sejarah perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia diawali dari aspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami. Bank syaria'ah telah muncul di Indonesia sejak tahun 1970-an. Dalam UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, yaitu Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah.<sup>2</sup>

Tujuan dari bank Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank Syariah memiliki 3 fungsi utama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana dari masyarakat dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa.<sup>3</sup>

Saat ini pandangan masyarakat mengenai bank syariah semakin meningkat. Hal ini terlihat dari jumlah nasabah bank syariah yang semakin lama semakin

---

<sup>1</sup> Frianto Pandia Dkk, "*Lembaga Keuangan*". (Jakarta : PT Asdi Mahasatya, 2005) hlm.186.

<sup>2</sup> Andrianto, "*Manajemen Perbankan Syariah*", (Qiara Media Partner,2019), hal.22

<sup>3</sup> Andrianto, 2019, "*Manajemen Perbankan Syariah*", Qiara Media Partner, hal.27

bertambah. Dalam kondisi seperti ini, industri perbankan syariah di Indonesia pun tumbuh pesat dan mengalami peningkatan minat nasabah untuk menabung dan menggunakan produk atau jasa yang dijual oleh bank syariah. Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Sumsel Babel Syariah.<sup>4</sup>

Bank Sumsel Babel Syariah merupakan institusi perbankan tersendiri yang terpisah dari Sumsel Babel (konvensional). Usaha Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan: Surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang Persetujuan Prinsip Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Saudara. Berdasarkan Pernyataan Keputusan Pemegang Saham di Luar Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Nomor 2 tanggal 3 November 2009 dan Pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-56914.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 20 November 2009, maka Bank Sumsel berubah menjadi Bank Sumsel Babel dan penyebutan Bank Sumsel Syariah menjadi Bank Sumsel Babel Syariah.<sup>5</sup>

Di tengah semakin ketatnya persaingan antar bidang usaha yang sejenis, tidak jarang pelaku usaha sering bersaing dalam hal produk untuk meningkatkan penjualannya. Begitupun dengan Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang yang selalu melakukan inovasi pengembangan produk unggulan dengan basis pengembangan teknologi perbankan dalam era digital banking untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya serta mengadakan undian berhadiah sebagai bentuk apresiasi Bank kepada masyarakat dan nasabah. Tujuannya

---

<sup>4</sup> [www.cnbciindonesia.com](http://www.cnbciindonesia.com)

<sup>5</sup> <https://www.banksumselbabel.com/syariah/TentangKami?ID=1> tentang Sejarah Bank Sumsel Babel Syariah

untuk memberikan dorongan kepada masyarakat agar meningkatkan budaya menabung.<sup>6</sup>

Saat ini, loyalitas nasabah menjadi fokus utama yang di hadapi oleh Bank Sumsel Babel Syariah, khususnya KCP UIN Raden Fatah. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak bank berkaitan dengan loyalitas nasabah, menurut Ramadhony Mustika Abd, kekurangan yang ada pada Bank Sumsel Babel Syariah adalah kurangnya promosi produk yang membuat kurangnya loyalitas nasabah terhadap produk dan kualitas produk yang ada pada Bank Sumsel Babel Syariah. Sedangkan beberapa nasabah menyatakan bahwa kurangnya kepuasan yang diberikan oleh pihak bank, karena kurangnya fasilitas bertransaksi yang hanya bisa dilakukan di daerah provinsi Sumatera Selatan dan Bangka Belitung dan setiap melakukan transaksi kesesama bank dibebankan biaya dan bagi nasabah yang berada di luar UIN lokasi yang berada dalam kampus UIN Raden Fatah Palembang yang cukup memakan waktu lebih untuk menjangkau bank tersebut.<sup>7</sup>

Dari penjelasan di atas, Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang dituntut untuk dapat memprediksi bagaimana para nasabah akan merespon strategi pemasaran yang diterapkan, agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Strategi pengembangan harus dibangun atas dasar adanya kesinambungan antara produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, dan promosi yang mendukung.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat perbedaan hasil penelitian (*Research Gap*) terhadap 3 variabel independen Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah. Berikut akan di uraikan Research Gap mengenai

---

<sup>6</sup> Suharli, *Nasabah bank Sumsel Babel cabang manggar dapat hadiah di undian tabungan pesirah* (Berita online: PosBelitung.co diakses selasa, 21 Januari 2020 pukul 15:42)

<sup>7</sup> Wawancara dengan Staf Customer Service, Ramadhony Mustika Abdullah pada tanggal 13 Februari di Bank

Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

**Tabel 1.1**  
**Research Gap**  
**Produk Terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara produk terhadap loyalitas	1. Nur Yeni <sup>8</sup> 2. Nila A'yun Khamidah
	Tidak Terdapat pengaruh antara produk terhadap loyalitas	1. Andri Ikhwana 2. Aripin Setiawardi 3. M. Ali Ramdhani <sup>9</sup>

Sumber : Data Olahan, 2020

Produk terhadap loyalitas konsumen yang di teliti oleh Nur Yeni, Nila A'yun Khamidah dan Yuanita Yanuar menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andri Ikhwana, Aripin Setiawardi dan M. Ali Ramdhani menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

**Table 1.2**  
**Research Gap**  
**Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Pnelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara lokas terhadap loyalitas	1. Andriana 2. Yuanita Yanuar R <sup>10</sup>
	Tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap loyalitas	Dewi Ika Sari Hari Poernomo <sup>11</sup>

Sumber : Data Olahan 2020

<sup>8</sup> Nur Yeni, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda", Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 4, No 1, hal. 63

<sup>9</sup> Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, dan Andri Ikhwana, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Air Panas Derajat Pass", Jurnal, 2013

<sup>10</sup> Yuanita Yanuar Rachmad, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. AJB Distrik Malang", Skripsi, Malang : Program Studi Manajemen Universitas Malang, 2010

<sup>11</sup> Dewi Ika Sari Poernomo, "Analisis Pengaruh Persepsi Pasien tentang Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Rawat Jalan RS Baptis Kediri", Skripsi, Semarang : Universitas Diponegoro, 2009

Lokasi terhadap loyalitas konsumen yang diteliti oleh Andriana dan Yuanita Yanuar menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ika Hari Poernomo menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

**Table 1.3**  
**Research Gap**  
**Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas	Terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap loyalitas	1. Fitriani Dayasari <sup>12</sup> 2. Prayitno <sup>13</sup>
	Tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap loyalitas	Dewi Ika Sari Hari Poernomo

Sumber : Data Olahan 2020

Promosi terhadap loyalitas konsumen yang diteliti oleh Fitriani Dayasari, Prayitno dan Yuanita Yanuar menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ika Sari Hari Poernomo menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan fenomena data tersebut, dapat di tarik simpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian diatas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari beberapa variabel bauran pemasaran seperti produk, lokasi dan promosi dipandang berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan mengkombinasikan bauran pemasaran yang tepat akan

---

<sup>12</sup> Fitria Dayasari Hasan, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nassabah Pada PT. BRI Cabang A. Yani Makassar*”, Skripsi, Makassar, 2012

<sup>13</sup> Prayitno, “*Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Syariah pada BMT Tumang cabang Salatiga*”, Skripsi, Salatiga, 2015

berdampak pada tingkat loyalitas nasabah pada perusahaan itu sendiri. Apabila nasabah dan calon nasabah tidak percaya pada perusahaan tersebut maka akan beralih pada perusahaan yang lebih terpercaya.

Berdasarkan latar belakang dan research gap diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam untuk penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?
4. Bagaimana pengaruh produk, lokasi, dan promosi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Produk terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel KCP UIN Raden Fatah Palembang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Praktis

1. Bagi Penulis

- a) Untuk mendapatkan gelar Ahli Mayda lulusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- b) Untuk menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan yang berhubungan dengan Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah.

2. Bagi Objek Peneliti

Untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran bagi Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang khususnya dalam memperhatikan Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah.

2. Secara Teoritis

1. Bagi Pengembangan Keilmuan, Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa ataupun penelitian lebih lanjut yang melakukan penelitian serupa.

2. Untuk menambah pemahaman dalam bidang ilmu ekonomi, sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas pengembangan ilmu yang berkaitan dengan kinerja karyawan pada Bank.