

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *RELATIONAL SELLING BEHAVIOR* TERHADAP *LOYALTY* DENGAN *TRUST* DAN *SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA BANK MUAMALAT DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang*



**Oleh:**

**SALSABILA FAJRISANI**  
**2019/19059197**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI


### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *RELATIONAL SELLING BEHAVIOR*  
TERHADAP *LOYALTY* DENGAN *TRUST* DAN *SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA BANK MUAMALAT DI KOTA PADANG**


NAMA : Salsabila Fajrisani  
NIM/TM : 19059197/2019  
DEPARTEMEN : Manajemen  
KEAHLIAN : Manajemen Pemasaran  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2023

Disetujui Oleh :  
Kepala Departemen Manajemen

  
Prof. Perenggi Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D.  
NIP. 198704042005011002

Mengetahui,  
Pembimbing

  
Abror, S.E., M.E., Ph.D.  
NIP. 197510181999031001

## HALAMAN PERSETUJUAN LULUS SKRIPSI

### HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *RELATIONAL SELLING BEHAVIOR*  
TERHADAP *LOYALTY* DENGAN *TRUST* DAN *SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI PADA BANK MUAMALAT DI KOTA PADANG**

NAMA : Salsabila Fajrisani  
NIM/TM : 19059197/2019  
DEPARTEMEN : Manajemen  
KEAHLIAN : Manajemen Pemasaran  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Negeri Padang

Padang, November 2023

Tim Penguji

1. Abror, S.E., M.E., Ph.D. (Ketua)
2. Whyosi Septrizola, S.E., M.M. (Penguji)
3. Rahmiati, S.E., M.Sc. (Penguji)

Tanda Tangan



## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salsabila Fajrisani  
NIM/TM : 19059197/2019  
Tempat / Tanggal Lahir : Padang, 04 Juli 2001  
Jurusan : Manajemen (S1)  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat : Jl. Cikarau RT. 003 RW. 010 Kel. Dadok  
Tunggul Hitam Kec. Koto Tangah, Kota  
Padang, Sumatera Barat  
No. HP/ Telephone : 081348996915  
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality, Relational Selling Behavior* Terhadap *Loyalty* dengan *Trust* dan *Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Muamalat Di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas di cantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan Ketua Jurusan

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, November 2023  
Penulis



**Salsabila Fairisani**  
NIM. 19059197

## ABSTRAK

**Salsabila Fajrisani (2019/19059197)** : Pengaruh *Service Quality* dan *Relational Selling Behavior* terhadap *Loyalty* dengan *Trust* dan *Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Bank Muamalat di Kota Padang.

**Dosen Pembimbing** : Abror, SE, ME, Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (2) Pengaruh *Relational Selling Behavior* terhadap *Trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (3) Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (4) Pengaruh *Relational Selling Behavior* terhadap *Satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (5) Pengaruh *Trust* terhadap *Loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (6) Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang, dan (7) Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat di Kota Padang. Sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 300 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (2) *Relational Selling Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (3) *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (4) *Relational Selling Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (5) *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang, (6) *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang, dan (7) *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang.

**Kata Kunci:** *Loyalty, Service Quality, Relational Selling Behavior, Trust, dan Satisfaction.*

## ABSTRACT

**Salsabila Fajrisani  
(2019/19059197)** : *The Effect of Service Quality and Relational Selling Behavior on Loyalty with Trust and Satisfaction as a Mediating Variable at Bank Muamalat in Padang City.*

**Supervisor** : **Abror, SE, ME, Ph.D.**

*This study aims to analyze: (1) The Effect of Service Quality on Trust at Bank Muamalat in Padang City, (2) The Effect of Relational Selling Behavior on Trust at Bank Muamalat in Padang City, (3) The Effect of Service Quality on Satisfaction at Bank Muamalat in Padang City, (4) The Effect of Relational Selling Behavior on Satisfaction at Bank Muamalat in Padang City, (5) The Effect of Trust on Loyalty at Bank Muamalat in Padang City, (6) The Effect of Satisfaction on Loyalty at Bank Muamalat in Padang City, and (7) The Effect of Satisfaction on Trust at Bank Muamalat in Padang City.*

*The population in this study is all Bank Muamalat customers in Padang City. This research was conducted using quantitative research. The sampling technique in this study uses the non-probability sampling method, namely the purposive sampling technique. The number of samples in this study was 300 respondents. Data is collected through online questionnaire dissemination and data processing is done through SmartPLS 4.0.0 software.*

*The results of this study show that: (1) Service Quality has a significant effect on Trust at Bank Muamalat in Padang City, (2) Relational Selling Behavior has a significant effect on Trust at Bank Muamalat in Padang City, (3) Service Quality has a significant effect on Satisfaction at Bank Muamalat in Padang City, (4) Relational Selling Behavior has a significant effect on Satisfaction at Bank Muamalat in Padang City, (5) Trust has a significant effect on Loyalty at Bank Muamalat in Padang City, (6) Satisfaction has a significant effect on Loyalty at Bank Muamalat in Padang City, and (7) Satisfaction has a significant effect on Trust at Bank Muamalat in Padang City.*

**Keywords:** *Loyalty, Service Quality, Relational Selling Behavior, Trust, and Satisfaction.*

## KATA PENGANTAR



Puji Syukur dan Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh *Service Quality* dan *Relational Selling Behavior* terhadap *Loyalty* dengan *Trust* dan *Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Bank Muamalat di Kota Padang.**“ Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Abror, SE, ME, Ph.D, selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE.,M.Sc. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM, selaku Penguji I dan Ibu Rahmiati, SE, M.Sc, selaku Penguji II yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M, selaku Sekretaris Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md, selaku staf administrasi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak dan Ibu Dosen, serta staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

7. Karyawan dan Karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
9. Bapak Taufik, selaku Pimpinan Bank Muamalat Kantor Cabang di Kota Padang.
10. Teristimewa penulis mengucapkan terima kasih kepada Orang Tua, yaitu: Abi (Dr.Desmal Fajri,S.Ag.,M.H.), Umi (Dr.Sanidjar Pebrihariati,R.S.H.,M.H.), serta Orang terkasih inisial A, Kakak (Syifa Fajrisani,S.SI.,M.SI.), Abang (Rahmat Al-Fajar), dan Nayyara Al-Rafassya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril dan material, serta kasih sayang yang tak terhingga, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 Departemen Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta kenangan selama masa perkuliahan.

Semoga bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal yang baik dan mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal'alamin.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapakan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari isi skripsi ini di masa yang akan mendatang.

Padang, Oktober 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN LULUS SKRIPSI</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN RELEVAN, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b>	<b>15</b>
A. Kajian Teori	15
1. <i>Loyalty</i>	15
2. <i>Service Quality</i>	20

3. <i>Relational Selling Behavior</i>	23
4. <i>Trust</i>	25
5. <i>Satisfaction</i>	29
B. Pengaruh Antar Variabel	32
C. Penelitian Relevan	43
D. Kerangka Konseptual	46
E. Hipotesis Penelitian	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>49</b>
A. Jenis Penelitian	49
B. Tempat dan Waktu Penelitian	49
C. Populasi dan Sampel	49
D. Data Penelitian	51
1. Jenis Data	51
2. Sumber Data	51
3. Teknik Pengumpulan Data	52
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
1. Variabel Penelitian	52
2. Definisi Operasional	52
F. Instrumen Penelitian	65
G. Uji Coba Penelitian	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	70
3. Uji Mediasi	72

H. Teknik Analisis Data	73
1. Analisis Deskriptif	74
2. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>83</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
1. Profil Perusahaan	83
2. Sejarah Perusahaan	86
3. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia	87
4. Produk Bank Muamalat Indonesia	88
B. Hasil Penelitian	90
1. Deskripsi Karakteristik Responden	90
2. Deskripsi Frekuensi Indikator	94
C. Analisis Data	101
1. Analisis Model Pengukuran ( <i>Measurement Model</i> )	102
2. Uji Reliabilitas	110
3. Pengukuran Model Structural	110
D. Uji Hipotesis	113
E. Pembahasan	118
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>128</b>
A. Simpulan	128
B. Saran	130
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>132</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>143</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	
1. 1. Laporan Tahunan BMI Tahun 2017-2021	3
1. 2. Observasi Awal	8
2. 1. Penelitian Relevan	44
3. 1. Definisi Operasional	58
3. 2. Alternatif Jawaban untuk Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $Z_1$ , $Z_2$ , dan $Y$	66
3. 3. Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i> ( $X_1$ )	67
3. 4. Hasil Uji Validitas <i>Relational Selling Behavior</i> ( $X_2$ )	68
3. 5. Hasil Uji Validitas <i>Trust</i> ( $Z_1$ )	69
3. 6. Hasil Uji Validitas <i>Satisfaction</i> ( $Z_2$ )	69
3. 7. Hasil Uji Validitas <i>Loyalty</i> ( $Y$ )	70
3. 8. Uji Reliabilitas	71
3. 9. Kriteria Penilaian <i>PLS</i>	77
3.10. Evaluasi Model Pengukuran Refleksi	78
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Bank Muamalat	91
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
4. 5. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Loyalty</i> ( $Y$ )	94
4. 6. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Service Quality</i> ( $X_1$ )	95
4. 7. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Relational Selling Behavior</i> ( $X_2$ )	97
4. 8. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Trust</i> ( $Z_1$ )	98
4. 9. Deskripsi Frekuensi Variabel <i>Satisfaction</i> ( $Z_2$ )	101
4. 10. Output <i>Outer Loading</i> Awal	102
4. 11. Output <i>Outer Loading</i> Akhir	105
4. 12. Output <i>Average Variance Extracted</i> ( <i>AVE</i> )	107
4. 13. <i>Cross Loading Value</i>	107
4. 14. <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	110
4. 15. Nilai <i>R Square</i>	111
4. 16. Nilai <i>Q Square</i>	112
4. 17. Nilai <i>Goodness of Fit</i>	113
4. 18. <i>Path Coefficient</i>	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	
1. 1. Penilaian pada Website Bank Muamalat di Kota Padang	8
2. 1. Kerangka Konseptual	47
3. 1. Logo Bank Muamalat Indonesia	85
3. 2. Model Akhir Output PLS	117

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat persaingan bisnis semakin ketat. Banyaknya pesaing baru yang muncul dalam industri yang sama, salah satunya menjadi ancaman bagi perusahaan yang menjalankan bisnis tersebut. Saat ini, banyak orang yang tertarik menggunakan layanan perbankan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 ayat (2) tentang Perbankan menyebutkan bahwa “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.” Kemudian Pasal 3 menyatakan bahwa “Fungsi utama Perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.” Sedangkan Pasal 4 menyatakan bahwa “Perbankan Indonesia bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.”

Bank adalah perantara keuangan. Artinya bahwa Bank adalah suatu lembaga yang kegiatannya berkaitan dengan keuangan. Lembaga keuangan bank di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu: Bank Konvensional dan Bank Syariah. Keberadaan bank syariah di Indonesia di tengah-tengah bank konvensional merupakan salah satu upaya negara untuk

hadir dan membuka ruang bagi penerapan syariah dalam perekonomian nasional. Perbankan syariah merupakan salah satu jembatan terbaik bagi umat islam untuk berpartisipasi aktif dalam memperoleh modal (nasabah) untuk investasi dan pembangunan nasional dalam rangka mencapai perekonomian yang stabil dan maju. Menurut Tabrani, Amin, dan Nizam, et al. (2018), "Bank syariah berbeda dengan bank konvensional karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu: mengharamkan bunga (riba), perdagangan spekulatif (gharar), perjudian (maisir), dan menghindari investasi pada bisnis yang melanggar hukum berdasarkan prinsip syariah." Seperti yang dikemukakan oleh para ekonom muslim bahwa alasan utama didirikannya Bank Syariah, yaitu: (1) Adanya pandangan bahwa bunga (interest) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama islam tetapi juga dalam agama suci lainnya; (2) Dari segi ekonomi, penyerahan risiko bisnis kepada salah satu pihak dianggap melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa keegoisan.

Industri perbankan syariah di Indonesia sudah berkembang sejak tahun 1991. Perkembangan tersebut diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan Bank Syariah pertama di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya kemajuan, maka BMI mengembangkan lembaga keuangannya dengan meningkatkan jaringan untuk memperluas kantor cabang di setiap daerah/Ibu Kota di seluruh Indonesia dan di luar Negeri. Pada tahun 2009, BMI menerima izin usaha untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia, serta menjadi satu-satunya bank

pertama di Indonesia yang mewujudkan ekspansi bisnis sampai ke Malaysia. Sampai saat ini, BMI telah memiliki 239 kantor layanan, termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas yang terdiri dari 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM bersama dan ATM prima, serta 51 unit mobil Kas keliling (Sumber: *Annual Report* Bank Muamalat Indonesia, Tahun 2021).

Selain memiliki kantor cabang yang banyak, BMI telah memiliki aset miliaran rupiah. Berdasarkan laporan tahunan BMI tahun 2017–2021 dapat terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 1. Laporan Tahunan BMI Tahun 2017-2021**

<b>Keterangan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Investasi pada surat berharga	3.826	12.200	11.348	12.185	26.936
Pembiayaan	41.332	33.566	29.867	29.077	18.041
Giro	5.573	3.601	3.663	4.106	6.148
Tabungan	12.929	14.201	14.781	14.543	16.033
Deposito	30.185	27.834	21.913	22.776	24.689
Dana Pihak Ketiga	48.686	45.305	40.357	41.425	46.871
Total liabilitas (miliar rupiah)	56.152	53.306	46.618	47.275	54.913
Total ekuitas (miliar rupiah)	5.545	3.922	3.937	3.967	3.986
Total asset (miliar rupiah)	61.697	57.227	50.556	51.241	58.899

Sumber: *Annual Report* Bank Muamalat Indonesia, Tahun 2021.

Berdasarkan Tabel 1.1. di atas dapat dilihat bahwa total aset yang terdiri dari investasi pada surat berharga, pembiayaan, giro, tabungan, deposito, dan dana pihak ketiga mengalami siklus perkembangan yang tidak stabil tercatat dari tahun 2017–2021. Pada tahun 2017, investasi surat berharga sebesar 3.826, pembiayaan sebesar 41.332, giro sebesar 5.573, tabungan sebesar 12.929, deposito sebesar 30.185, dan dana pihak ketiga sebesar 48.686. Sedangkan pada tahun 2018, investasi surat berharga mengalami peningkatan



sebesar 12.200, pembiayaan turun sebesar 33.566, giro turun sebesar 3.601, tabungan naik sebesar 14.201, deposito turun sebesar 27.834, dan dana pihak ketiga juga mengalami penurunan sebesar 45.305.

Pada tahun 2019, investasi surat berharga mengalami penurunan sebesar 11.348, pembiayaan sebesar 29.867, giro naik sebesar 3.663, tabungan naik sebesar 14.781, deposito turun sebesar 21.913, dan dana pihak ketiga turun sebesar 40.357. Selanjutnya pada tahun 2020 investasi surat berharga mengalami peningkatan sebesar 12.185, pembiayaan turun sebesar 29.077, giro naik sebesar 4.106, tabungan turun sebesar 14.543, deposito naik sebesar 22.776, dan dana pihak ketiga naik sebesar 41.425. Sedangkan pada tahun 2021, investasi surat berharga mengalami peningkatan sebesar 26.936, pembiayaan turun sebesar 18.041, giro naik sebesar 6.148, tabungan sebesar 16.033, deposito naik sebesar 24.689, dan dana pihak ketiga naik sebesar 46.871 (Sumber: *Annual Report Bank Muamalat Indonesia*, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah aset mencerminkan bahwa semakin baik layanan diberikan Bank Muamalat kepada nasabah, maka semakin meningkat kepercayaan dan loyalitas nasabah kepada Bank Muamalat, seperti: meningkatnya dana pihak ketiga, deposito, giro, dan tabungan yang diperoleh.

Selain itu, hasil survei kepuasan nasabah dapat diperoleh dari Bank Muamalat Indonesia terkait survei *Net Promoter Score* (NPS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu bertujuan untuk mengukur tingkat rekomendasi nasabah dan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan. Per November 2021, hasil survei tingkat rekomendasi nasabah (NPS) adalah

sebesar 29,76% dibandingkan tahun 2020 sebesar 27,50%, nasabah menyatakan bahwa ingin merekomendasikan produk dan layanan bank kepada pihak lain. Sementara hasil survei tingkat kepuasan nasabah (CSI) di tahun 2021 atas aspek fisik dan frontliner, sebesar 94,05% dibandingkan tahun 2020 sebesar 97,80%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan rekomendasi nasabah dari BMI ke bank lain sebanyak 2,26% (Sumber: Laporan keberlanjutan Bank Muamalat Indonesia (BMI), Tahun 2021).

Bagi nasabah, layanan yang berkualitas tinggi sangat penting untuk meningkatkan loyalitas dalam perbankan. Menurut YuSheng dan Ibrahim (2019), “Loyalitas merupakan indikator dari kemauan dan tekad pelanggan untuk tetap bersama dengan penyedia layanan dan menjalin hubungan jangka panjang dengan suatu perusahaan.” Sedangkan menurut Abror, Patrisia, Engriani, Evanita, Yasri, dan Dastgir, et al. (2020), “Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting dalam mengelola operasional di sektor perbankan.” Setiap bank yang ada di Indonesia harus bisa menjalin hubungan baik dengan nasabah, serta dapat meningkatkan hubungan tersebut dari setiap tahunnya agar nasabah dapat terus melakukan transaksi pada setiap bank. Bank harus mampu menciptakan loyalitas dan kepuasan nasabah berdasarkan fasilitas yang diberikan. Salah satu permasalahan yang harus diselesaikan dalam industri perbankan, yaitu menurunnya tingkat kepuasan nasabah. Artinya, jika nasabah hanya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tanpa memperoleh loyalitas nasabah, maka hal itu tidak ada artinya. Oleh

karena itu, pelaku bisnis harus mengetahui cara agar nasabah tidak berpindah ke bank lain dan membuat nasabah semakin loyal terhadap perusahaannya.

Menurut Haron dan Subar (2020), “Loyalitas dipengaruhi oleh variabel *service quality*, *satisfaction* dan dimediasi oleh *trust*.” Sedangkan menurut Abror, et al. (2020), “Loyalitas dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, seperti *customer satisfaction*, *customer engagement*, *service quality*, dan nilai yang dirasakan.” Pada penelitian ini, penulis menggunakan variabel *service quality*, *relational selling behavior*, *trust*, dan *satisfaction*. Menurut Ahmed, Mohiuddin, Rahman, Tarique, dan Azim, et al. (2022), “*Service quality* merupakan salah satu kunci keberhasilan bank dalam industri perbankan. Dengan demikian, dapat membantu bank dalam mempertahankan pelanggan dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif.” Selanjutnya menurut Shahzad, Yaqub, Vaio, dan Hassan, et al. (2021), “*Service quality* juga mengacu pada pandangan pelanggan secara keseluruhan terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.” Sedangkan menurut Boonlertvanich (2019), “*Service quality* didefinisikan sebagai penentu utama dari *satisfaction*.”

Menurut C. C. Chang dan Hung (2018), “Perilaku penjualan yang relasional secara proaktif dapat memberikan bantuan, mengungkapkan niat untuk bekerjasama, serta menawarkan informasi dan menjaga ikatan yang erat antara pelanggan dan penjual.” Selanjutnya penelitian lain menurut Ankitha dan Basri (2019), “Istilah *relational selling behavior* dapat meliputi berbagi informasi, pengungkapan timbal balik dan niat kolaboratif, di mana berbagi

informasi dapat meningkatkan kepercayaan dan mempengaruhi pengambilan keputusan investor.”

Dengan dilakukannya peningkatan kembali hubungan dengan pelanggan, maka dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan perbankan. Menurut Boonlertvanich (2019), “*Trust* didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan akan memenuhi kebutuhannya dan tidak mengambil tindakan yang tidak terduga yang menghasilkan hasil negatif.” Sedangkan menurut Pooya, Khorasani, dan Ghouszdi, et al. (2020), “Jika pelanggan sudah percaya dengan layanan yang diberikan, pelanggan akan merasa puas dengan layanan tersebut. *Satisfaction* merupakan hal dari membandingkan kinerja yang sebenarnya yang dirasakan dan biaya yang dibayarkan oleh pelanggan sebelum dan sesudah pembelian.” Selain itu, menurut Islam, Islam, Pitafi, Xiaobei, Rehmani, Irfan, dan Mubarak, et al. (2021), “*Customer satisfaction* merupakan alat ukur dari indikator dari keseluruhan sebuah bisnis.” Selanjutnya menurut Kartika, Firdaus, dan Najib, et al. (2020), “*Satisfaction* merupakan perasaan senang atau sedih pelanggan setelah membandingkan kesan kinerja produk atau hasil produk dengan harapan.”

Bank Muamalat Indonesia memiliki salah satu kantor cabang di Kota Padang. Bank Muamalat di Kota Padang berusaha untuk melayani nasabah dengan menawarkan berbagai macam produk dan layanan yang dimiliki oleh Bank Muamalat. Bank Muamalat di Kota Padang juga terus berusaha meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan dan sikap penjual yang

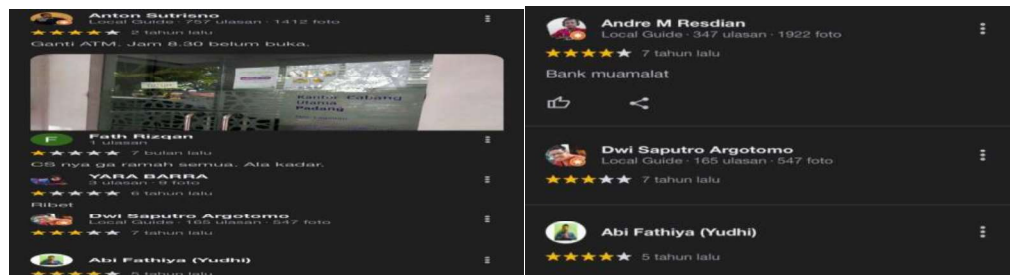
relasional yang dapat menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sehingga akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penulis melakukan observasi awal terhadap 30 orang responden nasabah Bank Muamalat di Kota Padang. Hasilnya dapat dilihat dari tingkat kelayakan yang ada pada tabel berikut:

**Tabel 1.2. Observasi Awal**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merasa puas menggunakan produk dan layanan Bank Muamalat karena sesuai dengan harapan saya.	16,7 % (5 orang)	83,3 % (25 orang)
2.	Saya merasa puas dengan jumlah kantor, mesin ATM dan jaringan Bank Muamalat saat ini.	13,3 % (4 orang)	86,7 % (26 orang)
3.	Saya akan merekomendasikan Bank Muamalat ini kepada orang yang saya kenal.	10% (3 orang)	90 % (27 orang)

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 1.2. di atas dapat disimpulkan bahwa dari 30 nasabah Bank Muamalat di Kota Padang terdapat 16,7% nasabah yang loyal terhadap bank, namun belum diiringi dengan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas tersebut. Dalam rangka meningkatkan nasabah Bank Muamalat di Kota Padang, maka diperlukan adanya pelayanan yang maksimal terhadap nasabah. Selain itu, penilaian nasabah juga dapat dilihat dari berbagai komentar yang ada pada website Bank Muamalat di Kota Padang berikut ini:



**Gambar 1. 1. Penilaian pada Website Bank Muamalat di Kota Padang**  
Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2023.

Berdasarkan Gambar 1.1. di atas menunjukkan bahwa masih ada beberapa nasabah yang kurang puas terhadap pelayanan yang ada pada Bank Muamalat di Kota Padang. Berdasarkan penelitian awal di atas, maka ditemukan beberapa permasalahan pada Bank Muamalat di Kota Padang di antaranya adalah *service quality*. Jumlah nasabah Bank Muamalat di Kota Padang masih tergolong sedikit dilihat dari ketidakmampuan dalam merespon persaingan atau kondisi pasar yang ada secara tepat, seperti: nasabah yang masih menggunakan rekening ganda antara rekening perbankan konvensional dengan perbankan syariah dan berpindah pada bank lain.

Selanjutnya permasalahan adalah *satisfaction*. Nasabah Bank Muamalat masih tergolong sedikit. Hal ini disebabkan karena masih ada keluhan dari nasabah, yaitu dari kemudahan dalam mengakses dan menggunakan produk yang tersedia, seperti: jumlah kantor cabang yang masih belum cukup banyak, jumlah ATM yang belum memadai, dan masih adanya kendala-kendala jaringan yang membuat nasabah masih merasakan ketidaknyamanan dalam menggunakan jasa dari Bank Muamalat. Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat di Kota Padang masih belum memberikan kualitas layanan yang baik dan belum memberikan kemudahan akses bagi para nasabah dalam menggunakan jasa perbankan yang telah disediakan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Pengaruh *Service Quality* dan *Relational Selling***

***Behavior terhadap Loyalty dengan Trust dan Satisfaction sebagai Variabel Mediasi pada Bank Muamalat di Kota Padang.”***

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Adanya banyak pesaing yang bergerak di bidang yang sama antar sesama bank syariah.
2. Kurangnya cabang, ketersediaan mesin ATM, dan jaringan pada Bank Muamalat di Kota Padang yang menyebabkan terjadinya penurunan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.
3. Masih minimnya tingkat kelayakan nasabah terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh pihak Bank Muamalat.

**C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis membatasi masalah penelitian agar penelitian ini tidak meluas dan lebih fokus pada permasalahan yang akan dibahas serta tercapainya hasil yang diharapkan. Batasan yang dimaksud, yaitu penulis memfokuskan permasalahan pada pengaruh *service quality* dan *relational selling behavior* terhadap *loyalty* dengan *trust* dan *satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Bank Muamalat di Kota Padang.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *relational selling behavior* terhadap *trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap *satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *relational selling behavior* terhadap *satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap *loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh *satisfaction* terhadap *loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang?
7. Bagaimana pengaruh *satisfaction* terhadap *trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang.



2. Untuk menganalisis pengaruh *relational selling behavior* terhadap *trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh *relational selling behavior* terhadap *satisfaction* pada Bank Muamalat di Kota Padang.
5. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang.
6. Untuk menganalisis pengaruh *satisfaction* terhadap *loyalty* pada Bank Muamalat di Kota Padang.
7. Untuk menganalisis pengaruh *satisfaction* terhadap *trust* pada Bank Muamalat di Kota Padang.

## **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan, wawasan, dan pengalaman bagi peneliti di bidang keilmuan, khususnya mengenai *service quality* dan *relational selling behavior* terhadap *loyalty* dengan *trust* dan *satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Bank Muamalat di Kota Padang.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan penulis dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Selain itu, penelitian ini dijadikan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

**b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak Bank Muamalat Indonesia di Kota Padang sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan *service quality* dan *relational selling behavior* terhadap *loyalty* dengan *trust* dan *satisfaction* sebagai variabel mediasi terkait penilaian nasabah terhadap perbankan serta mempertahankan eksistensi bank syariah di masa mendatang.

**c. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa dalam upaya memberikan wawasan dan pengetahuan, serta menambah literatur pustaka di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, khususnya di bidang pemasaran.

**d. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya berkaitan dengan penelitian yang sejenis.