

SKRIPSI
PENGARUH REPUTASI, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH KANTOR
CABANG UTAMA BANDA ACEH



Disusun Oleh:

PRITI DWI RAHMAWATI
NIM. 210603017

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
2025 M / 1447 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Priti Dwi Rahmawati
NIM : 210603017
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 02 Juli 2025

Yang menyatakan



Priti Dwi Rahmawati

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
PENGARUH REPUTASI, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH KANTOR CABANG
UTAMA BANDA ACEH

Disusun Oleh:

Priti Dwi Rahmawati
NIM. 210603017

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Yulindawati, S.E., M.M.

NIP. 197907132014142002

Pembimbing II



Rika Mulia, M.B.A.

NIP. 198906032020122013

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI
PENGARUH REPUTASI, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH
KANTOR CABANG UTAMA BANDA ACEH

PRITI DWI RAHMAWATI

NIM. 210603017

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-I) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal: hari,

Rabu, 02 Juli 2025
07 Muharram 1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Yulindawati, S.E., M.M.
NIP: 197907132014112002

Penguji I,



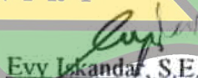
Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A.
NIP. 198310282015031001

Sekretaris,



Rika Mulia, M.B.A.
NIP: 198906032020122013

Penguji II,



Evy Iskandar, S.E., M.Si., AK., CA., CPA.
NIP: 196902242025211001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Priti Dwi Rahmawati
NIM : 210603017
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 210603017@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKKU ☐ Skripsi

Yang berjudul: **Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 02 Juli 2025

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Penulis


Priti Dwi Rahmawati
NIM. 210603017


Yulindawati, S.E., M.M
NIP. 197907132014112002


Rika Mulia, M.B.A.
NIP. 198906032020122013

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Allhamdulillah puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala kebaikanNya laporan Tugas Akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari beberapa pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan dengan baik tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan laporan ini:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islma Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitria, M.Sc. Selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E.. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Yulindawati S.E, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Rika Mulia, M.B.A selaku dosen Pembimbing serta Penasehat Akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh Pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Perbankan Syariah
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
7. Pihak PT. Kantor Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh kepada pimpinan dan seluruh staf Bank Aceh Syariah khususnya kepada Kak Helvy, Bg Udin, Bg Ari, Bg Gio dan Cek Mun yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam proses pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini. Tanpa kerja sama dan informasi yang diberikan, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Semoga kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

8. Teristimewa kepada kedua orang tuaku tercinta, ayahanda Suwandi dan Umakku sayang Sri Haryati yang selalu memberikan kasih sayang, do'a yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang baik, didikan, dukungan serta semua jasa yang tidak ternilai harganya yang telah diberikan selama ini. Ucapan terimakasih yang tiada hentinya atas semua jasa ayah dan umak serta keringat kerja keras yang tak dapat penulis balas jasa dan budinya selama ini. Kepada saudara kandung (Alm) Abg Eko Wahyu Parasetio, adik penulis Septia Suci Rahayu, Sasi Septia Fitriani dan Hafidz Catur Pamungkas yang selalu memberikan dukungan dan menghibur penulis kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh sanak saudara yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan doa, dukungan moril maupun materiil, serta semangat yang tiada henti dalam setiap langkah penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya pemilik Nim 210603022 (RA). Terimakasih sudah ada di sisi penulis sejak awal semester hingga akhir semester delapan. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi penulis ini, baik tenaga, waktu, menemani, mendukung serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah, dan merawat penulis ketika penulis dirawat rumah sakit serta meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga

penyusunan skripsi ini terselesaikan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, meski jalan kita mungkin tak lagi sama. Kamu tetap bagian penting dari cerita keberhasilan penulis. Penulis harap kamu juga menemukan damai dan bahagia di jalanmu sendiri. Penulis hanyalah orang biasa yang jauh dari kata sempurna seperti banyak orang diluar sana, terimakasih sudah membuat penulis merasa disayangi dan dicintai di rantau yang tak pernah ada di dalam bayangan penulis, pernah menjadi pasanganmu adalah part yang tidak pernah penulis sangka seperti kata Andmesh “Bahwa menjadi pasanganmu adalah Anugerah Terindah”

11. Terima kasih kepada teman-teman KPM UMD Pulo Aceh Gampong Blang Situngkoh yaitu Murni, Mutia, Fitrii, Fadhel dan Mardin, yang awalnya tidak saling kenal lalu berujung seperti saudara, tidak hanya menjadi rekan dalam pengabdian, namun ikut membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas waktu yang diberikan, kerja sama yang solid, dan bantuan yang tulus. Kebersamaan kita selama KPM bukan hanya jadi kenangan indah, tetapi juga jadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis. Tak lupa, apresiasi setinggi-tingginya kepada Gampong Blang Situngkoh yang telah menjadi bagian berharga ini, mendoakan kami agar kami semua sukses.
12. Teman-teman seperjuangan Salmina Sari, Mulia Fitri, Mutia Rahmah, Nuri Harpiyani, Fadilla Khairani, Tuti Wahyuni dan

Sahfut Afrianti turut membantu, menjadi pendengar penulis yang baik, serta memberikan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Kepada Cici Nurfaizah, Riska Umrasyitah dan Desra Oviani yang turut membantu dan memberikan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2021 yang penulis tidak dapat penulis sebutkan satu persatu turut membantu serta memberikan saran-saran kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.

Sangat besar harapan penulis agar semua dukungan moril serta materil dapat dibalas kebaikannya oleh Allah Swt dengan keberkahan dan pahala yang berlipat ganda. Pada akhir kata pengantar ini, penulis memiliki keinginan yang besar agar penelitian pada skripsi ini tidak hanya dilakukan sebagai syarat kelulusan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi semata, namun juga memberikan edukasi dan pemahaman yang tidak didapatkan dari bahan bacaan lainnya dan memberikan dampak positif yang berguna untuk membangun perkembangan ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal ‘Aalamiin.

Banda Aceh, 02 Juli 2025
Penulis

Priti Dwi Rahmawati

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
 Nomor: 158 Tahun 1987–Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َيَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
َوْ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

AR - RANIRY
Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
َ / ا	<i>Fathah dan alif</i> atau <i>ya</i>	Ā

يَ	Kasrah dan ya	Ī
يِ	Dammah dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah (ة)hidup

Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

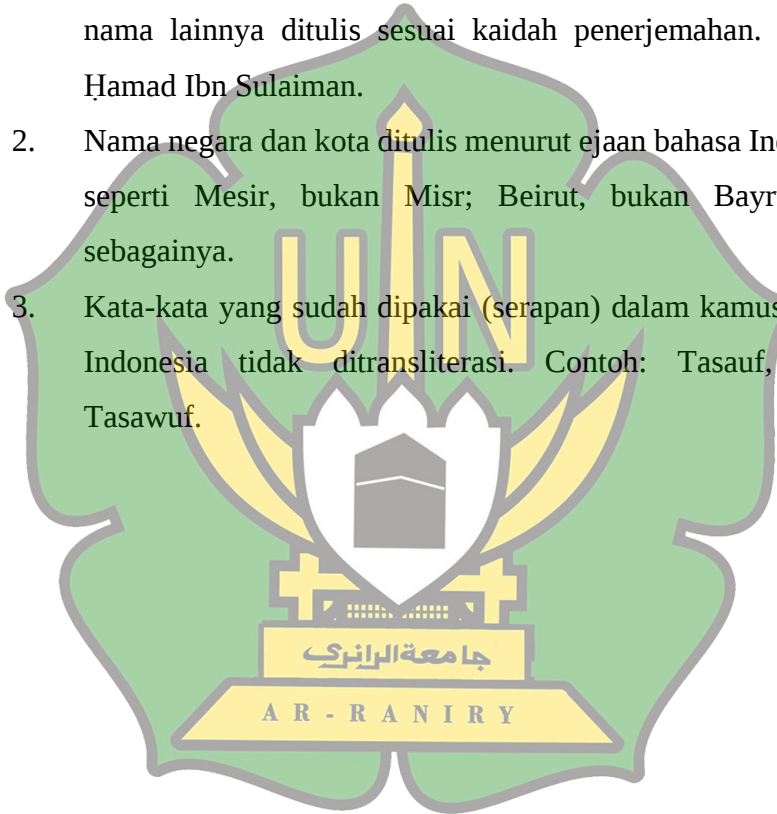
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M.Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Priti Dwi Rahmawati
Nim : 210603017
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh
Pembimbing I : Yulindawati, S.E., M.M
Pembimbing II : Rika Mulia, M.B.A.

Loyalitas nasabah merupakan bentuk komitmen yang kuat dari nasabah pengguna produk atau layanan dari suatu perusahaan secara konsisten, meskipun ada pilihan lain yang tersedia. Loyalitas ini biasanya tercipta dari pengalaman positif, kepuasan, dan kepercayaan dari penerima manfaat/layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah, dengan studi kasus pada Bank Aceh Syariah Cabang Utama Banda Aceh. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah, dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda guna menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai determinasi dari variabel reputasi, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,551, yang berarti bahwa 55,1% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik reputasi bank, semakin tinggi kualitas layanan, serta semakin kuat keterikatan emosional antara bank dan nasabah, maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.

Kata Kunci: *Reputasi, Kualitas Pelayanan, Kedekatan Emosional, Bank Aceh Syariah, Loyalitas*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Masalah	11
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
 BAB II LANDASAN TEORI	 15
2.1 Bank Syariah	15
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	15
2.1.2 Bank Syariah dalam Perspektif Islam	16
2.1.3 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah	18
2.1.4 Prinsip Bank Syariah	18
2.1.5 Tantangan dan Prospek Perbankan Syariah	19
2.2 Loyalitas Nasabah	20
2.2.1 Pengertian Loyalitas Nasabah	20
2.2.2 Loyalitas Nasabah dalam Perspektif Islam	23
2.2.3 Keuntungan Loyalitas Nasabah	25
2.2.4 Indikator Loyalitas Nasabah	26
2.3 Reputasi	26
2.3.1 Pengertian Reputasi	26

2.3.2	Reputasi dalam Persepektif Islam.....	28
2.3.3	Strategi Meningkatkan Reputasi Perusahaan.....	29
2.3.4	Indikator Reputasi Perusahaan	30
2.4	Kualitas Pelayanan.....	31
2.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	31
2.4.2	Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	34
2.4.3	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	35
2.4.4	Pentingnya Kualitas Pelaynana.....	36
2.4.5	Indikator Kualitas Pelayanan.....	37
2.5	Kedekatan Emosional	40
2.5.1	Pengertian Kedekatan Emosional	40
2.5.2	Kedekatan Emosional dalam Perspektif Islam	41
2.5.3	Strategi Membangun Kedekatan Emosional Dengan Pelanggan.....	42
2.5.4	Pentingnya Kedekatan Emosional Dalam Bisnis	43
2.5.5	Indikator Kedekatan Emosional.....	45
2.6	Hasil Penelitian Terkait	46
2.7	Kerangka Berpikir.....	55
2.8	Pengaruh Antar Variabel	57
2.8.1	Pengaruh Variabel Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah.....	57
2.8.2	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah.....	58
2.8.3	Pengaruh Variabel Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah.....	59
2.8.4	Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh	60
2.9	Hipotesis Penelitian	61

BAB III METODE PENELITIAN.....	63
3.1 Jenis Penelitian	63
3.2 Populasi Dan Sampel	64
3.2.1 Populasi.....	64
3.2.2 Sampel	64

3.3	Sumber Data	66
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.5	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	68
3.5.1	Definisi Variabel.....	68
3.5.2	Operasionalisasi Variabel	68
3.6	Skala Pengukuran Penelitian	72
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data	73
3.7.1	Uji Validitas.....	74
3.7.2	Uji Reliabilitas	74
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	75
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	77
3.9	Pengujian Hipotesis	77
3.9.1	Uji Persial (Uji t).....	78
3.9.2	Uji Simultan (Uji F).....	79
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	81
4.1	Profil PT. Bank Aceh Syariah.....	81
4.2	Karakteristik Responden Penelitian.....	83
4.2.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah.....	83
4.2.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.2.3	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia	84
4.2.5	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Profesi.....	86
4.2.6	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan.....	87
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian	87
4.3.1	Deskriptif Variabel Reputasi (X_1)	87
4.3.2	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	90
4.3.3	Deskriptif Variabel Kedekatan Emosional (X_3)	92
4.3.4	Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	95
4.4	Hasil Uji Kelayakan Kuesioner Penelitian	98

4.4.1	Hasil Uji Validitas	98
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	99
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	100
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	100
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas	102
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
4.6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	104
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	107
4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	107
4.7.2	Hasil Uji Simultan (Uji f)	109
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi Linear Berganda (R^2) ...	110
4.9	Pembahasan Hasil Analisis	112
4.9.1	Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah.....	112
4.9.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah	114
4.9.3	Pengaruh Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah	117
4.9.4	Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah	120
BAB V	PENUTUP	124
5.1	Kesimpulan.....	124
5.2	Saran	125
DAFTAR PUSTAKA		127
LAMPIRAN		136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh (2021-2024).....	3
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terkait.....	51
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	69
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Responden (Skala Likert 1-5).....	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah	83
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	84
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	85
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	86
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	87
Tabel 4. 7 Deskriptif Reputasi.....	89
Tabel 4. 8 Deskriptif Kualitas Pelayanan	91
Tabel 4. 9 Deskriptif Kedekatan Emosional.....	93
Tabel 4. 10 Deskriptif Loyalitas Nasabah	96
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	98
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	99
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test	101
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas Nilai Tolerance dan VIF	102
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	104
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	107
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	109
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Linear Berganda....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran.....	56
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Histogram	100
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot..	100
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot ...	103



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER PENELITIAN.....	136
Lampiran 2. r Tabel	145
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	145
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	155
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas Menggunakan kolmogrov Smirnov dan grafik P-Plot	156
Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	157
Lampiran 7. t tabel.....	158
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t (Uji Parsial).....	158
Lampiran 9. f tabel.....	159
Lampiran 10. Hasil Uji f.....	159
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Linear Berganda	160
Lampiran 12. DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	161



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah pesatnya kemajuan industri perbankan, terutama dalam sektor perbankan syariah, Salah satu indikator utama yang diperhatikan adalah loyalitas nasabah dalam menentukan keberhasilan jangka panjang dalam industri perbankan. Dalam konteks Bank Aceh Syariah, mempertahankan loyalitas nasabah menjadi sangat penting, terutama akibat meningkatnya intensitas persaingan antara bank syariah dan bank konvensional. Dalam upaya guna menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah, berbagai faktor perlu diperhatikan, termasuk reputasi bank, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional antara bank dengan nasabah (Thursina, 2021).

PT. Bank Aceh Syariah merupakan institusi perbankan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dan beroperasi sebagai salah satu keuangan di wilayah Provinsi Aceh yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi serta optimalisasi pembangunan daerah. Pertumbuhan dan perkembangan yang dicapai oleh Bank Aceh Syariah tidak terlepas dari upaya peningkatan kualitas pelayanan yang disediakan untuk nasabah. Manajemen Bank Aceh Syariah secara konsisten berupaya meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki, termasuk dalam aspek reputasi, kualitas pelayanan serta kedekatan emosional. Bank Aceh Syariah dalam memberikan pelayanan tidak hanya terbatas pada aspek sopan santun seperti salam, senyum, dan sapa,

melainkan juga mengimplementasikan enam nilai budaya kerja perusahaan, yakni integritas, silaturahmi, loyalitas, amanah, madani, dan ikhlas. Penerapan nilai-nilai ini bertujuan untuk menciptakan kenyamanan dan membangun keterikatan emosional agar nasabah merasa betah dalam menjalin hubungan dengan bank. (Yuliana, dkk, 2019).

Pada periode 2021 hingga 2024, PT Bank Aceh Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah nasabah. Meskipun jumlah nasabah terus tumbuh, hal tersebut tidak serta-merta menjamin bahwa semua nasabah yang terdaftar merupakan nasabah yang loyal. Meningkatnya jumlah nasabah memang mencerminkan pertumbuhan positif, namun tantangan sesungguhnya adalah bagaimana mempertahankan nasabah agar tetap setia. Keberhasilan dalam mempertahankan loyalitas nasabah menjadi faktor krusial dalam memastikan keberlanjutan dan daya saing Bank Aceh Syariah di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat diperlukan untuk menggali lebih dalam apakah nasabah Bank Aceh benar-benar menunjukkan loyalitas, ataukah hanya merupakan peningkatan jumlah yang bersifat sementara. Grafik berikut ini menggambarkan dengan jelas tren peningkatan jumlah nasabah Bank Aceh Syariah selama periode 2021-2024.

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah Bank Aceh Syariah Kantor
Cabang Utama Banda Aceh (2021-2024)

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	5.413
2	2022	6.676
3	2023	7.895
4	2024	8.600

*Sumber: Dokument PT. Bank Aceh Syariah
Kantor Cabang Utama Banda Aceh 2024*

Berdasarkan data Tabel 1.1 jumlah nasabah Bank Aceh Syariah menunjukkan peningkatan dari tahun 2021 sampai 2024. Tercatat bahwa pada tahun 2021 jumlah nasabah sebanyak 5.413 nasabah, pada tahun 2022 meningkat menjadi 6.676 nasabah, kemudian pada tahun 2023 bertambah menjadi 7.895 nasabah, dan mencapai 8.600 nasabah pada tahun 2024. Peningkatan jumlah nasabah tersebut terdapat tingkat kepuasan yang tinggi dari masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah, khususnya di Kantor Cabang Utama Banda Aceh, sehingga mendorong pertumbuhan jumlah nasabah yang melakukan aktivitas menabung dan bertransaksi.

Loyalitas merupakan salah satu aspek dalam menjaga keberlangsungan suatu lembaga atau perusahaan. Loyalitas nasabah dapat diartikan sebagai komitmen jangka panjang dari nasabah untuk terus menggunakan layanan atau melakukan pembelian ulang secara konsisten di masa mendatang. Nasabah yang loyal cenderung

memberikan respons positif terhadap lembaga atau produk tertentu, yang pada akhirnya memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan. Dalam konteks ini, loyalitas pelanggan tidak hanya berperan sebagai hasil dari kepuasan, tetapi juga menjadi indikator penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan institusi penyedia layanan (Suwarno, 2021).

Loyalitas nasabah tidak hanya bergantung pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh reputasi bank, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional yang terjalin antara nasabah dan bank. Ketiga variabel ini berperan penting dalam menciptakan ikatan yang kuat antara nasabah dengan Bank Aceh Syariah, sehingga nasabah merasa nyaman dan tetap memilih bank tersebut sebagai mitra finansial jangka panjang (Setiawan, 2020). Pada loyalitas nasabah yang berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah adalah reputasi perusahaan yang mencerminkan citra dan kepercayaan publik terhadap Bank Aceh Syariah.

Reputasi merupakan salah satu aset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan, namun memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Hal ini menjadi sangat relevan dalam industri perbankan, termasuk pada Bank Aceh Syariah, di mana citra dan kepercayaan publik terhadap institusi keuangan menjadi faktor penentu dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah. Reputasi perusahaan memegang

peran penting karena citra positif yang terbentuk di masyarakat dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan, khususnya dalam meningkatkan pemasaran produk dan layanan yang ditawarkan. Oleh sebab itu, manajemen perusahaan secara strategis merancang dan mengimplementasikan program komunikasi yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan publik, sebagai bagian dari upaya memperkuat reputasi korporasi secara berkelanjutan. Ketika nasabah merasa yakin terhadap integritas dan kualitas layanan yang diberikan, mereka cenderung menunjukkan loyalitas yang tinggi, memilih untuk tetap menggunakan jasa bank tersebut dalam jangka panjang. Bank yang memiliki reputasi baik mampu menawarkan nilai lebih bagi nasabah, seperti pelayanan yang responsif, transparansi, serta komitmen terhadap tanggung jawab sosial yang dapat memperkuat kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, Bank Aceh Syariah perlu menjaga reputasinya dengan cara meningkatkan kualitas layanan, berinovasi dalam produk-produk perbankan, serta memastikan kepuasan nasabah agar loyalitas nasabah terus terjaga (Lamangida, 2018). Selain reputasi, mutu pelayanan juga merupakan faktor determinan yang berperan signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah terhadap Bank Aceh Syariah.

Terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan tingkat loyalitas nasabah, di mana peningkatan kualitas pelayanan cenderung berdampak positif terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan adalah faktor kunci dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional akan menghasilkan pengalaman positif bagi nasabah. Di Bank Aceh Syariah, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek seperti pelayanan di kantor cabang, kemudahan dalam transaksi digital, hingga responsivitas terhadap keluhan nasabah. Pelayanan yang memuaskan dapat membuat nasabah merasa dihargai dan lebih memilih untuk tetap menggunakan jasa bank tersebut. Selain itu, penting bagi Bank Aceh Syariah untuk memastikan bahwa standar pelayanan mereka sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah, yang semakin beragam di era digital ini (Hidayat & Fitriani, 2022). Selain memberikan kualitas pelayanan yang baik, membangun kedekatan emosional dengan nasabah juga menjadi aspek penting yang saling melengkapi dalam menciptakan loyalitas, karena pelayanan yang baik akan lebih bermakna ketika disertai dengan hubungan yang hangat dan personal antara bank dan nasabah.

Kedekatan emosional antara bank dan nasabah berperan penting dalam menciptakan loyalitas. Bank yang dapat membangun hubungan yang lebih personal dengan nasabah, baik melalui layanan yang empatik, program-program sosial, maupun perhatian terhadap kesejahteraan nasabah, berpotensi besar untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Dalam konteks Bank Aceh Syariah, kedekatan emosional juga dapat dipengaruhi oleh variabel

budaya dan nilai-nilai agama yang dianut oleh individu. Ketika nasabah merasa bahwa bank tersebut tidak hanya sebagai lembaga finansial, tetapi juga sebagai mitra dalam memenuhi kebutuhan spiritual dan sosial mereka, maka loyalitas akan semakin kuat (Ronasih & Widhiastuti, 2021).

PT Bank BNI Syariah Banda Aceh mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Lebih lanjut, kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Studi ini menggunakan model IBSQ (*Islamic Bank Service Quality*) dan analisis jalur (*path analysis*) dengan sampel 100 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Riza & Anadila (2020) dengan judul “Pengaruh tata kelola syariah dan reputasi terhadap tingkat loyalitas nasabah pada Bank Aceh Kantor Cabang Pembantu (KCP) Aneuk Galong”. Hasilnya menunjukkan bahwa baik sharia governance maupun reputasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara individu (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan)

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh reputasi, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah Bank syariah telah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya dengan hasil yang berbeda-beda. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara kedekatan emosional dan kepercayaan

terhadap loyalitas nasabah (Melanda, 2019:73) membuktikan jika “kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sependapat dengan Budiarti (2011:211) menjelaskan bahwa “apabila bentuk layanan dan program yang ditawarkan hanya menghasilkan kepuasan nasabah, mungkin dalam jangka pendek bank tersebut akan unggul, sedangkan untuk menjadi unggul dalam jangka panjang format layanan dan program yang ditawarkan suatu bank harus menghasilkan loyalitas nasabah karena loyalitas nasabah adalah suatu bentuk perilaku nasabah setelah mengalami pelayanan dan mengetahui program-program yang ditawarkan yang mencerminkan adanya ikatan jangka panjang yang telah terjalin antara bank dan nasabah”.

Penelitian yang dilakukan oleh (Royani, 2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada KC Bank Muamalat Purwokerto)”. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel 98 orang nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, Dan Reputasi perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Purwekkerto.

Penelitian yang dilakukan oleh Edar dkk (2019) tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan

citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Central Asia KCU Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Central Asia KCU Makassar

Penelitian Batin (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra bank, kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, penanganan keluhan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji simultan dan parsial, semua variabel yang diajukan (citra bank, kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, penanganan keluhan, dan kepuasan) berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Reputasi perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Akan tetapi sebaliknya pada penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, komitmen, penanganan masalah dan kepuasan kepada loyalitas nasabah (Ningtias dan Rachmad, 2011:56), pada penelitian tersebut yang menunjukkan bahwa “komitmen nasabah berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah”.

Dari beberapa penelitian terdahulu, dapat ditemukan research gap yang memiliki hasil yang tidak konsisten dalam setiap

penelitian dan perlu melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan beberapa variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian sebelumnya. Tidak berhasilnya suatu bank dalam memuaskan nasabahnya akan menimbulkan masalah yang kompleks. Oleh karena itu, setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan nasabah.

Berdasarkan penjelasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh?
3. Apakah kedekatan emosional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh?

4. Apakah reputasi, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh?

1.3 Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh reputasi, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional dalam membentuk loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat Penelitian tersebut diharapkan memberi manfaat bagi semua pihak antara lain:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pemahaman, serta wawasan untuk sebagai data referensi untuk

melengkapi informasi mengenai pengaruh reputasi, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah. Dan juga sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan, pedoman dan referensi tentang pengaruh reputasi, kualitas pelayanan, kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah.

3. Manfaat Kebijakan

Meberikan informasi kepada masyarakat atau mahasiswa, menambah pemahaman atau pengetahuan tentang pengaruh reputasi, kualitas pelayanan, dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh Syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini peneliti membagi dalam 5 bab dan didalam setiap bab terbagi dalam beberapa sub, hal ini untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, konseptualisasi tujuan penelitian manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan ide-ide yang terkait bersama riset ini, sebagaimana kemudahan, efektivitas dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab kajian pustaka ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini sendiri, seperti minat bertransaksi, kemudahan, efektivitas, dan persepsi risiko pada fintech, penelitian terkait, kerangka pemikiran, hubungan antar variabel, dan hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab metodologi penelitian ini akan memaparkan tentang jenis penelitian, data dan teknik perolehannya, teknik pengumpulan data, dan skala pengukuran, uji validitas, dan reliabilitas, metode analisis data, variabel penelitian dan pengujian hipotesis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan tentang penelitian, ketebatasan penelitian, saran serta masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian.

