

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan merupakan dokumen kunci dalam revolusi perbankan, khususnya perbankan syariah yang dapat dikatakan telah berevolusi signifikan.¹ Hal tersebut ditandai dengan pertumbuhan jumlah lembaga perbankan yang meningkat relatif tajam di Indonesia. Salah satunya informasi berdirinya perusahaan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk yang diresmikan di tanggal 1 Februari tahun 2021. PT Bank Syariah Indonesia, Tbk adalah lembaga keuangan hasil *merger* antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, ketiga bank syariah tersebut merupakan milik pemerintah yang dipimpin oleh Himbara. Peresmiannya pada tanggal 1 Februari tahun 2021 dilakukan oleh Bapak Ir. H. Joko Widodo yakni Presiden RI yang bertempat di Istana Kepresidenan Indonesia.

Semakin berkembangnya perbankan di Negara Indonesia tidak dipungkiri membuat persaingan dalam dunia perbankan dan lembaga keuangan lainnya semakin ketat dan cenderung berorientasi pada *customer value* yang mengharuskan bank memenuhi keinginan dan harapan nasabah. Akibatnya

¹ *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan* (Jakarta: Sinar Grafika, 1998), 1.

persaingan antarbank untuk mendapatkan nasabah menjadi tidak terelakkan. Persaingan yang bertambah susah inilah yang mendorong tata usaha suatu bank perlu mengoptimalkan kualitas pelayanannya. Mengikuti Goeth dan Davis, kualitas pelayanan adalah kualitas khusus yang lebih berfokus pada hal-hal seperti produk, proses, seseorang, dan keadaan yang berpotensi menurunkan dan meningkatkan harapan konsumen.²

Dalam usaha menciptakan kualitas pelayanan yang baik, bank wajib memedulikan patokan standar pelayanan yang diharapkan oleh nasabah serta yang dialokasikan oleh pihak rival. Pelayanan yang bermutu memberikan manfaat, antara lain:³ (1) mewujudkan kepuasan nasabah; (2) membantu promosi bank, tanpa bank harus mengeluarkan biaya besar; (3) meningkatkan loyalitas nasabah; (4) terciptanya kepercayaan; dan (5) meningkatkan reputasi bank. Namun selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga harus tetap diperhatikan. Kualitas produk ialah kualitas khusus yang meliputi karakter barang atau jasa seseorang yang berdampak terhadap kesanggupannya dalam menetapkan keinginan yang ditunjukkan.⁴ Produk dibuat adalah untuk melengkapi harapan nasabah sehingga suatu produk bisa disebut mempunyai kualitas jika sama dengan harapan nasabah. Gespersz menegaskan bahwa setiap produk harus mencakup: 1) kinerja, 2)

² Rizal Zulkarnain, HER Taufik, dan Agus David Ramdanyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, (February, 2020): 1.

³ Ibid., 213.

⁴ Zulkarnain, HER Taufik, dan Agus David Ramdanyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening, 2.

kehandalan, 3) kesesuaian, 4) selaras dengan keterangan, 5) daya tahan (*durability*), dan 6) kualitas yang dirasakan (*percieved quality*).⁵

Kualitas pelayanan dan kualitas produk ketika ditawarkan andaikan diolah dengan baik dan benar nantinya akan memberikan hasil positif atas terwujudnya rasa puas nasabah. karena pengamatan, pengalaman nasabah dan keinginannya saat sedang berhubungan dengan lembaga keuangan akan berdampak atas persepsi kualitas pelayanan saat diterimanya. Pernyataan tersebut juga sesuai dengan pendapat Lovelock dalam bukunya, bahwasanya hubungan internal antara pegawai bank dengan nasabah akan memberi pengaruh atas persepsi kualitas pelayanannya. Begitupun menurut Brady and Cronin, bahwa konsumen secara langsung mengukur dalam mempersepsikan suatu kualitas pelayanan yang diterimanya.⁶ Menurut Kurz & Clow, ketika nasabah diberikan pelayanan sesuai dengan standar nantinya akan memberi kepuasan.⁷ Studi yang dilakukan Mittal dan R. Gera pada tahun 2013 menjelaskan bahwasanya pelanggan bank yang menganggap tidak puas atas pelayanan pegawai yang diberikan lebih cenderung mudah beralih ke lembaga keuangan (bank) lain, atau masih bertahan namun hanya sebagai nasabah yang nonaktif.⁸ Sudah banyak yang tahu jika pelanggan puas terhadap sesuatu, pelanggan lebih berkeinginan untuk *repeat purchase*

⁵ Kuku Familiar, dan Ida Maftukhah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan," *Manajement Analysis Journal* 4, (Desember, 2015): 349.

⁶ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 95.

⁷ Laksana, *Manajemen Pemasaran*, 97.

⁸ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 193.

(pembelian ulang). *Repeat purchase* dari pelanggan tersebutlah yang nantinya akan menciptakan suatu loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah ialah bentuk kepatuhan pelanggan saat memakai suatu produk atau jasa yang ditawarkan bank. Sudah banyak terbukti pada penelitian bahwa kualitas pelayanan yang baik, mampu menciptakan loyalitas nasabah. Hal ini sejalan melalui apa yang telah dikemukakan dipenelitian Bloemer jika kualitas pelayanan memiliki ikatan kuat dengan loyalitas nasabah.⁹ Karena itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk selain sama-sama bermanfaat bagi bank untuk memenangkan persaingan saat ini juga penting dalam meningkatkan suatu loyalitas bank.

Berikut produk yang tersedia di Bank Syariah Indonesia antara lain: Tabungan Easy Wadiah, Tabungan Easy Mudharabah, Tabungan Bisnis, Tabungan Prima, Tabungan Mahasiswa, Tabungan Haji Indonesia, Tabungan Haji Muda Indonesia, Tabungan Junior, Tabungan *Payroll*, Tabungan Pendidikan, Tabungan Pensiun, Tabungan Efek Syariah.¹⁰ Berdasarkan data yang didapat dari hasil database Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat, jumlah sebagian nasabah produk BSI tabungan adalah:¹¹

⁹ Ibid., 187.

¹⁰ Bank Syariah Indonesia, diakses dari <https://www.bankbsi.co.id/>, pada tanggal 10 Desember 2022 pukul 22.38 WIB.

¹¹ Wahyu Ifanto, Pegawai BSI KCP Lamongan Pasar Babat, Wawancara Lewat Telepon (21 Oktober 2022).

Tabel 1.1**Jumlah Sebagian Nasabah Produk Tabungan BSI KCP Lamongan Pasar Babat**

No	Jenis Produk Tabungan	Jumlah Nasabah
1.	Tabungan Easy Wadiah	10.449
2.	Tabungan Easy Mudharabah	208
3.	Tabungan Simpanan Pelajar Ib	2.880
4.	Tabungan Pensiun	6
5.	Tabungan Haji	522
6.	Tabungan Junior	335

Sumber: Data dari BSI KCP Lamongan Pasar babat, Oktober 2022.

Berdasarkan tabel diatas, dari banyaknya jenis produk tabungan yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat, produk tabungan easy wadiah menjadi salah satu tabungan dengan jumlah nasabah yang paling banyak, dibandingkan dengan produk tabungan lainnya. Banyaknya jumlah nasabah ini dilatarbelakangi karena produk tabungan *easy* wadiah sebagai produk unggulan. Tidak hanya berada pada Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat, namun hampir diseluruh kantor cabang yang tersebar di Indonesia. Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan, beberapa alasan yang menjadi latar belakang kenapa nasabah lebih tertarik dengan produk tabungan *easy* wadiah antara lain: 1) Produk tabungan *easy* wadiah yang bebas biaya admin perbulan; 2) Produk tabungan *easy* wadiah bebas biaya tarik tunai diseluruh mesin ATM bank BSI dan Mandiri; 3) Semua dana bisa diambil kapanpun saat diperlukan; dan 4) Kemudahan bertransaksi. Selain itu, yang membuat produk tabungan *easy* wadiah

menjadi menarik ialah uang yang disimpan dalam bank dapat ditarik langsung semuanya tanpa perlu menunggu batas waktu jatuh tempo, kelebihan lain pihak bank juga memungkinkan memberikan hadiah kepada nasabah sebagai bentuk apresiasi. Sedangkan dalam produk tabungan lainnya, seperti produk tabungan *easy* mudharabah fasilitas yang ditawarkan yaitu: 1) Biaya admin bulanan Rp 10.000; 2) Tanpa dikenai biaya setiap tarik tunai diseluruh ATM BSI dan Mandiri; 3) Kemudahan bertransaksi; 4) Uang dapat diambil keseluruhan pada jatuh tempo waktu yang disepakati diawal. Dari hasil pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa dibalik banyaknya jumlah nasabah produk tabungan *easy* wadiah membuktikan bahwa nasabah memilih jenis produk tabungan dengan mempertimbangkan dan mengharapkan kualitas produk yang diberikan bank namun tetap dengan keinginan masing-masing nasabahnya.

Menjadi bagian dari PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk, BSI KCP Lamongan Pasar Babat pun tidak lepas dari bagaimana strategi yang dilakukannya untuk memenangkan persaingan saat ini dengan mengoptimalkan loyalitas nasabah dengan cara menawarkan kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan baik. Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat dalam kurun waktu dua tahun lebih dapat dikategorikan sebagai lembaga keuangan yang memiliki jumlah nasabah cukup banyak sejumlah 15.324 nasabah jika dihitung sejak berdiri setelah proses *marger* pada tahun 2021. Namun, dengan banyaknya total nasabah tersebut tidak sebanding dengan total pegawainya yang hanya berjumlah 14 pegawai termasuk *driver*, *office boy*, dan *security*. Keadaan ini

memperlihatkan sesungguhnya ada ketidakcocokan antara total nasabah dengan total pegawainya sehingga dapat menyebabkan tidak optimalnya pelayanan yang diberikan kepada nasabah, dikarenakan pekerjaan pegawai yang saling tumpang tindih. Padahal kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank menjadi aspek penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Brady and Cronin menyatakan, bahwa pelayanan baik banyak bertumpu dari keahlian pegawai dalam memberi pelayanan. Berikut beberapa permasalahan yang terjadi terkait dengan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat adalah ruang tunggu nasabah yang berada di luar kantor menyebabkan rasa tidak nyaman dari nasabah, ukuran kantor yang terbilang kecil dan sempit, tidak adanya tempat parkir dikarenakan letak bank yang kurang strategis, lamanya nomor antrian dikarenakan banyaknya nasabah yang datang namun pegawai bank yang terbatas.

Dari permasalahan tersebutlah Peneliti terdorong untuk meneliti ini dikarenakan penelitian terkait permasalahan ini menjadi kasus yang menarik bersamaan dengan pertumbuhan dunia perbankan di Indonesia. Produk yang akan menjadi objek penelitian adalah produk tabungan *easy wadiah* dikarenakan produk ini memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak dibandingkan dengan jenis produk tabungan lainnya. Hal ini akan memudahkan peneliti dalam pengambilan data dilapangan nantinya. Dari penjelasan diatas, peneliti termotivasi untuk menyelesaikan sebuah penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Easy Wadiah Terhadap**

Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat”.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan deskripsi pada latarbelakang masalah diatas, maka dari itu rumusan masalah didalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat?
2. Apakah kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar dari masalah yang dirumuskan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.

3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.

D. Asumsi Penelitian

Adapun, asumsi yang peneliti ajukan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.
2. Kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babar.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah pernyataan akurat bersifat sementara dan bertolak belakang dengan persoalan penelitian dengan analisis faktual yang muncul diakhir dan masih perlu untuk uji kebenarannya. Hipotesis bisa dianggap sebagai solusi teoritis untuk masalah penelitian, tetapi tidak selalu merupakan solusi empiris dikarenakan jawaban hipotesis yang belum tentu benar. Hipotesis yang diasumsikan dalam penelitian ini adalah yang didasarkan pada bagaimana masalah tersebut dijelaskan sebagai berikut:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.

H₂: Kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.

H₃: Kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan easy wadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang peneliti harapkan dari hasil penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

a. Untuk Peneliti

Hasil dari penelitian ini peneliti harapkan bisa meningkatkan ilmu pengetahuan sekaligus sebagai bekal untuk membuat karya ilmiah selanjutnya untuk peneliti sendiri.

b. Untuk IAIN Madura

Hasil penelitian ini peneliti ditujukan supaya dapat dijadikan rujukan, referensi serta literatur pertimbangan penelitian selanjutnya untuk mahasiswa/i IAIN Madura khususnya prodi perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

a. Untuk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat

Diharapkan hasil penelitian ini akan digunakan sebagai dasar evaluasi dan dasar perencanaan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat untuk memahami beberapa implikasi yang paling signifikan dari kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan easy wadiah terhadap loyalitas nasabah.

b. Untuk Nasabah

Diharapkan hasil penelitian ini akan memungkinkan nasabah untuk mengidentifikasi dan memilih produk tabungan yang akan mereka gunakan untuk menyimpan sebagian uangnya ke bank.

c. Untuk Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai literatur dan sumber informasi untuk penelitian selanjutnya untuk membantu memperjelas penelitian sebelumnya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang lingkup Materi

Penelitian skripsi ini melibatkan 3 variabel, 2 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) dan 1 variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y). Supaya variabel yang dipakai dalam penelitian tidak merembet, sehingga diperlukan penjelasan lebih, yakni:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan termasuk pada variabel bebas (X_1). Dalam mengukur kualitas pelayanan pada perbankan syariah dapat menggunakan model CAPTER. Berikut model CAPTER kualitas pelayanan yang terdiri dari enam dimensi, yakni sebagai berikut:¹²

- 1) Kepatuhan,
- 2) Jaminan,
- 3) Keandalan,
- 4) Bukti fisik,
- 5) Empati, dan
- 6) Daya tanggap.

Sedangkan, dalam mengukur kualitas pelayanan di era digitalisasi ini sedikit berbeda dengan indikator kualitas pelayanan yang digunakan diatas. Model yang digunakan yaitu model eSERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal & Malhotra yang merupakan bentuk penyempurnaan dari model SERVQUAL.¹³ Model eSERVQUAL meliputi 7 dimensi:

- 1) Efisiensi,
- 2) Pemenuhan janji,
- 3) Ketersediaan sistem operasi,
- 4) Privasi,

¹² Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank*, 208.

¹³ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Edisi 2 (Yogyakarta: CV, Andi Offset, 2016), 75.

- 5) Jaminan,
- 6) Keartistikan laman, dan
- 7) Kontak.

Adanya indikator-indikator tersebut juga dapat menarik nasabah lainnya dengan menggunakan layanan digital saving di era digitalisasi.

b. Kualitas Produk

Kualitas Produk termasuk pada variabel bebas (X_2). Berikut sejumlah variabel yang dapat menjadi pedoman untuk menentukan kualitas suatu produk yang ditawarkan, menurut Gravin and Lovelock dalam buku Tjiptono antara lain meliputi:¹⁴

- 1) Kinerja,
- 2) Tampilan,
- 3) Keandalan,
- 4) Kesesuaian,
- 5) Daya tahan,
- 6) Kemampuan pelayanan,
- 7) Keindahan, dan
- 8) Kualitas yang dirasakan.

Adapun atribut kualitas produk yang akan dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah:

¹⁴ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 22.

- 1) Kinerja,
- 2) Tampilan,
- 3) Keandalan, dan
- 4) Kesesuaian.

Hal ini dikarenakan penelitian yang akan dilakukan adalah berada pada lingkungan perbankan syariah, dimana indikator daya tahan, kemampuan layanan, keindahan, dan kualitas yang dipersepsikan sudah tercakup dalam dimensi kinerja dan keandalan.

c. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah termasuk pada variabel terikat/*dependent* (Y).

Menurut Jill Griffin, indikator loyalitas nasabah adalah:¹⁵

- 1) Membeli ulang produk suatu perusahaan secara berkala,
- 2) Membeli antar lini produk yang ditawarkan perusahaan,
- 3) Menyarankan kepada orang lain,
- 4) Memperlihatkan ketahanan daya tarik terhadap produk perusahaan lain.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian akan dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat di Jln. Raya Babat No. 125 Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.
Telp: 0322 - 452262 Fax: 0322 – 452260.

¹⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), 31.

H. Definisi Istilah

Untuk menguasai skripsi serta mengatasi masalah kesamaan persepsi yang akan dihadapi nanti, peneliti akan membahas unsur-unsur yang harus dijelaskan dari judul skripsi ini yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Easy Wadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat”, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah kualitas yang diukur terhadap keseluruhan apa yang dikatakan dan dilakukan dibandingkan dengan harapan pelanggan.¹⁶
2. Kualitas produk adalah kelengkapan spesifikasi dan esensi dari setiap barang atau jasa sehubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang eksplisit.¹⁷
3. Loyalitas nasabah merupakan ketertarikan kuat dalam melakukan negosiasi pembelian selanjutnya atas produk atau jasa yang bersangkutan tanpa menghiraukan keadaan atau kebijakan yang mungkin akan mengakibatkan situasi yang berbahaya nantinya.¹⁸

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Perlu kajian penelitian terdahulu yang digunakan sebagai patokan terhadap judul yang akan dibahas nanti dalam bentuk menghindari dan meminimalisir kesamaan terhadap penelitian sebelumnya. Selain itu, tujuan kajian penelitian

¹⁶ Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank*, 216.

¹⁷ Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, 20-21.

¹⁸ Kotler, et al, *Manajemen Pemasaran Jilid 1, ed. 12* (Jakarta: PT Indeks, 2007), 6.

terdahulu adalah sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan penulis lakukan. Dari penelaahan peneliti terhadap skripsi terdahulu yang berkaitan dengan skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Easy Wadiah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lamongan Pasar Babat”. Berikut ini adalah penelitian terdahulu tersebut, diantaranya:

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu

No	peneliti dan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Maya Sari (2017) “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Panyabungan”	Hasil pengujian terungkap bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh, sedangkan kualitas pelayan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.	Kesamaan penelitian tersebut terdapat pada variabel X1 dan Y. Perbedaannya variabel kualitas produknya dimana penelitian Maya tidak hanya berfokus pada 1 produk, melainkan semua produk tabungan. Sedangkan, variabel kualitas produk penelitian peneliti hanya berfokus pada 1 produk tabungan yaitu easy wadiah.
2.	Teuku Reza Kurniawan (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas	Hasil pengujian menunjukkan ketiga variabel memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah	Persamaanya terletak pada variabel X1, X2, dan Y. Perbedaanya di variabel kepuasan nasabah dimana Reza menggunakan 3 variabel

	Produk, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Duri Riau”		X.
3.	Dian Restu Wardani (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang”	Hasil menunjukkan bahwa X1 dan X2 mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sedangkan X3 tidak.	Persamanya terletak pada X1, X2, dan Y. Perbedaanya terletak di variabel (kepercayaan) dimana Dian menggunakan 3 variabel X.
4.	Lia Efriyanti (2019) “Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk yang Menggunakan Akad Wadi’ah Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Pat Sepakat”	Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwasanya X1 memiliki pengaruh terhadap Y, sedangkan X2 tidak. Namun terdapat hubungan simultan antara kedua variabel tersebut.	Persamaan terletak pada X1 dan Y. Perbedaan terlihat di penelitian tersebut adalah variabel X2nya yang menggunakan akad wadiah, sedangkan variabel X2 peneliti adalah produk tabungan easy wadiah.