

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya ekonomi melibatkan industri berkembang dengan pesat di bidang masing-masing. Perkembangan industri di Indonesia sangat berpengaruh pada ketahanan ekonomi dalam menghadapi persaingan di pasar bebas. Untuk mengurangi ketergantungan import produk, pemerintah menetapkan peraturan untuk mendorong perkembangan industri yang ada di Indonesia. Hal ini menyebabkan banyak pabrik-pabrik yang bermunculan. Tujuan dengan didirikannya pabrik-pabrik tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan atas suatu produk. Dengan munculnya banyak pabrik-pabrik tersebut diharapkan mampu mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia.

Kabupaten Jepara memiliki banyak sektor industri baik itu industri besar ataupun industri kecil. Sejak tahun 2016, Jepara mengalami perkembangan investasi yang sangat besar, yakni dengan ditandai tumbuhnya industri padat karya atau berdirinya banyak pabrik di area Batealit, Pecangaan dan Mayong. Dengan berdirinya pabrik ini tentu membawa dampak positif terhadap penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi lokal dan lainnya<sup>1</sup>. Selain itu, bekerja di pabrik sistem persyaratannya mudah dan gaji yang sesuai dengan UMR daerah sehingga banyak berminat untuk bekerja pada pabrik-pabrik tersebut<sup>2</sup>. Namun perlu diperhatikan lagi, mengingat setiap perusahaan memiliki masa batasan usia pensiun, sehingga nantinya mereka pasti akan keluar dari pabrik tersebut setelah mencapai batasan usia.

Selain industri padat karya, salah satu penopang perekonomian Indonesia lainnya adalah sektor perusahaan perbankan<sup>3</sup>. Terdapat banyak lembaga keuangan yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya adalah bank yang bergerak dengan prinsip syariah.

---

<sup>1</sup><https://infopublik.id/read/257034/pertumbuhan-industri-di-jepara-mengalami-kenaikan.html>, diakses pada tanggal 30 Mei 2024.

<sup>2</sup> Dewi Siti Khotijah, "Pertumbuhan Industri di Jepara (Pabrik Garmen)," Kompasiana, accessed 20 September 2020, <https://www.kompasiana.com/dewikhhotijah/5dbbd5d1d541df686f5566e2/pertumbuhanindustri-di-jepara-pabrik-garmen?page=all>.

<sup>3</sup> Fira Nurafini, "Studi Perbandingan Tingkat Kesehatan Bank Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional di Indonesia Selama Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 8, no. 3 (2022): 2692.

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak dengan jumlah populasi mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun 2023<sup>4</sup>. Jumlah ini setara 86,7 % dari populasi nasional yang totalnya mencapai 277,53 juta jiwa. Dari data tersebut maka diharapkan masyarakat muslim memiliki minat dan kemauan dalam menghimpun dana dan menggunakan produk yang ada pada bank syariah.

*Customer relationship management* merupakan suatu pendekatan bisnis yang berbasis pada menjalin hubungan atau relasi dengan konsumen, cara bisnis yang memadukan proses diantara manusia dan teknologi. Tujuan dari CRM ini adalah untuk memperoleh nilai positif dari konsumen sehingga pelanggan merasa puas dan hal tersebut tentunya dapat mengoptimalkan keuntungan perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan kesuksesan<sup>5</sup>. Menurut Kotler & Armstrong, CRM adalah proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan yang tinggi. Priansa berpendapat bahwa CRM merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mengelola pelanggannya dengan lebih baik. CRM adalah strategi pemasaran yang dibuat untuk membentuk dan membangun loyalitas jangka panjang dengan pelanggan. CRM menekankan membangun interaksi yang dekat dengan pelanggan. Hubungan dibangun atas dasar kepercayaan yang kuat<sup>6</sup>. Percayanya pelanggan pada suatu perusahaan akan menciptakan komitmen dan komitmen inilah adalah syarat untuk membangun interaksi. Menjaga interaksi dengan konsumen berpengaruh kuat untuk keberlangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Hubungan dengan pelanggan juga memengaruhi penjualan dan keuntungan. Maka perlu bagi suatu bank untuk melakukan *customer relationship*

---

<sup>4</sup><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin#:~:text=RISSC%20mencatat%2C%20jumlah%20populasi%20muslim,62%20juta%20jiwa%20pada%202023>, diakses pada tanggal 10 November 2023.

<sup>5</sup> Rudi Syaiful, dkk, "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei)," *Jurnal Penelitian Pengabdian Masyarakat Indonesia* Vol.1, no.1 (2022): 90.

<sup>6</sup> Baiq Nurul Khaeriani dan Asyari Hasan, "Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 8, no. 3 (2022): 2867.

*management* (CRM) guna memperkuat hubungan dan memahami apa yang diperlukan oleh nasabah bank.

Kemajuan teknologi<sup>7</sup> saat ini menjadikan dunia perbankan memunculkan fasilitas kemudahan dalam bertransaksi. Bank telah memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang pada pelayanan perbankannya dengan munculnya layanan transaksi berdasar teknologi informasi yakni *mobile banking*. Dalam penelitian kali ini yang dimaksudkan dengan sistem perbankan pintar adalah *mobile banking* itu sendiri. *mobile banking* bisa dipakai oleh nasabah sampai 24 jam. Pelayanan *mobile banking* membuka peluang pada nasabah untuk menjalankan transaksi lewat *handphone*<sup>8</sup>. *Mobile banking* memiliki banyak manfaat yang diberikan untuk nasabah diantaranya nasabah tidak lagi datang ke bank saat hendak menransfer ke rekening orang lain, transaksi menjadi lebih cepat, memudahkan untuk cek saldo, memudahkan untuk mengerti produk-produk yang tersedia di bank tersebut serta cara pengoperasian yang mudah<sup>9</sup>. Jika layanan *mobile banking* terus ditingkatkan, maka nasabah akan cenderung menggunakan *mobile banking* pada setiap transaksinya dan hal itu akan menciptakan loyalitas dari nasabah<sup>10</sup>. Kesimpulannya jika pihak bank menerapkan CRM dengan baik, maka akan menarik respon dan minat karyawan pabrik untuk mengambil pembiayaan konsumtif melalui kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

Kepuasan maupun kecewaan manusia berlandaskan perbandingan diantara apa yang didapat dengan apa yang diharapkan. Seseorang puas jika barang dan jasa yang didapat sesuai yang diharapkan, dan begitupun sebaliknya<sup>11</sup>. Kepuasan nasabah tidak

---

<sup>7</sup> Nasir Tajul Aripin, dkk, "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah," *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* Vol. 5, no. 1 (2022):30.

<sup>8</sup> Muhammad Khaerul Muttaqien, dkk, "Penerimaan *Mobile Banking* di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah," *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah* Vol. 5, no. 4 (2023): 1923.

<sup>9</sup>Tessa Angelina,"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Pt. Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 3, no. 2 (2022):128

<sup>10</sup> Rezki Arianty Akob dan Zulfikry Sukarno, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar," *Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* Vol. 11, no. 2 (2022): 281.

<sup>11</sup> Fiqri Satria Eka N. & Dyah Astarini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Trisakti* Vol. 3, no. 1 (2023): 1914.

hanya dilihat dari kurun waktu yang singkat namun mampu memberikan kemanfaatan dalam waktu yang lama. Jika nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, hal ini berarti bahwa kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang baik dan akan mempengaruhi nasabah lainnya<sup>12</sup>.

Adanya lembaga keuangan syariah memiliki peran dalam mendorong perekonomian rakyat Indonesia, salah satunya dengan adanya produk pembiayaan<sup>13</sup>. Dalam sistem perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan serupa halnya dengan sistem kredit yang ada di bank konvensional, yang menjadi pembeda yaitu terletak di akad, tujuan serta substansinya. Pembiayaan merupakan kegiatan yang penting pada bank syariah dikarenakan dari adanya pembiayaan bank akan mendapat pendapatan dan menjadi penopang berlangsungnya usaha bank tersebut. Pembiayaan merupakan pendanaan yang diberikan dari bank untuk memenuhi keperluan pihak-pihak yang kekurangan dana. Pada peraturan UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan<sup>14</sup>, mengartikan bahwa pembiayaan berdasar pada prinsip syariah sebagai penyedia uang ataupun tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasar perjanjian antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang didanai untuk membayar syarat pembayaran setelah jangka waktu yang ditentukan, dengan pemberian imbalan bagi hasil. Salah satu produk pembiayaan yang ada di bank syariah adalah pembiayaan konsumtif. Dengan adanya akses pemberian pembiayaan dapat mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan barang-barang

---

<sup>12</sup> Pyka Anggiana & Ifa Adina Yafiz, “Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank,” *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai* Vol. 9, no. 1 (2023): 22.

<sup>13</sup> Nurhasanah Siregar dan Siti Aisyah, “Analisis Penerapan Pembiayaan Gadai Emas Dan Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Gunung Tua,” *Jurnal Mirai Management* Vol. 8, no. 2 (2023): 421.

<sup>14</sup> Muhammad Ilham Syaifullah, “Analisis Pembiayaan Mikro UMKM dengan Akad Musyarakah Mutanaqisah pada Bank Syariah Indonesia KCP Trunojoyo Bangkalan,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis* Vol. 2, no. 2 (2023):62.

konsumtifnya seperti kendaraan, sewa rumah, biaya pendidikan dan lainnya<sup>15</sup>.

Salah satu bank yang turut menyediakan produk penyaluran dana berupa pembiayaan adalah Bank Syariah Indonesia. Terdapat dua jenis pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia yakni pembiayaan *consumer* dan pembiayaan konsumtif. Sebagaimana yang dicantumkan dalam Peraturan Bank Indonesia No. 14/22/PBI/2012 tentang Pemberian Kredit atau Pembiayaan oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, bahwa perlu adanya pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah guna memperkuat peran usaha tersebut dalam struktur perekonomian nasional<sup>16</sup>. Dimana hal ini bisa diwujudkan melalui peningkatan akses kredit atas pembiayaan yang diberikan oleh pihak bank kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Adapun yang dimaksudkan dalam pembiayaan konsumtif dalam penelitian ini adalah adalah jenis produk pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah yang digunakan untuk pembelian barang konsumsi, kendaraan, sewa rumah, biaya pendidikan, biaya pernikahan, dan lainnya.<sup>17</sup>

Produk pembiayaan konsumtif biasa digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sekunder. Dalam penyaluran dana pembiayaan, produk yang banyak digunakan adalah pembiayaan konsumtif. Hal ini terjadi karena pembiayaan konsumtif dinilai lebih minim risikonya dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. dengan semakin meningkatnya kebutuhan hidup, menyebabkan permintaan akan layanan pada produk pembiayaan meningkat<sup>18</sup>. Pembiayaan konsumtif ini dapat memberikan kemudahan pada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan barang yang diperlukan apalagi untuk para karyawan pabrik yang memiliki rasa ingin memenuhi kebutuhan barang pribadi atau konsumtif lebih tinggi.

---

<sup>15</sup> Jihan Atiqah dan Rahmi Syahriza, “Analisa Kelayakan Nasabah Pembiayaan Konsumtif Melalui Sistem Skoring pada Bank Sumut Syariah Multatuli Medan,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 9, no. 1 (2023): 789.

<sup>16</sup> Bambang Kurniawan, dkk, “Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Mikro Di Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi,” *Jurnal Margin* Vol. 2, no. 2 (2022): 82.

<sup>17</sup> <https://www.bankmadinasyariah.com/pembiayaan/pembiayaan-konsumtif/>, diakses pada tanggal 20 Juni 2024.

Ketertarikan dari para karyawan pabrik untuk mengambil produk pembiayaan konsumtif menjadi tugas bagi pihak bank. Apalagi diketahui pada daerah Jepara berdiri banyak pabrik dan tentunya hal ini bisa membuat peluang bagi bank guna mengajak para karyawan pabrik menjadi nasabahnya dan mengambil produk pembiayaan konsumtif. Pemilihan produk pembiayaan konsumtif untuk karyawan pabrik ditujukan agar mereka dapat memenuhi kebutuhan akan barang yang diperlukan. Dengan CRM dan layanan *mobile banking* yang cepat, mudah dan praktis inilah nantinya yang akan membuat pelanggan memberikan nilai positif pada bank ditambah lagi dengan adanya *mobile banking* yang menjadikan para karyawan pabrik maupun nasabah akan menambah minat dari produk dan pelayanan bank tersebut.

Pada fokus penelitian kali ini yaitu objek yang dituju adalah para karyawan pabrik, dimana di daerah Jepara ini banyak sekali pabrik-pabrik yang berdiri dan kebaayakan masyarakat area Jepara juga menjadi karyawan pabrik-pabrik tersebut. Untuk menarik minat dari karyawan pabrik agar mengambil produk pembiayaan perlu adanya *Customer Relationship Management (CRM)*<sup>19</sup> dan kepuasan atas kualitas layanan dari *mobile banking* yang harus dilakukan oleh pihak bank.

Penelitian yang dijalankan oleh Diah Pralitasari dkk<sup>20</sup> mengungkap bahwa kinerja dari pihak bank dan teknologi mempengaruhi kepuasan nasabah. Hasil penelitian itu berbanding terbalik oleh penelitian yang diteliti oleh Rudi Syaiful Anwar, dkk yang mengungkapkan bahwa *customer relationship management* tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh dari CRM terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak untuk kepuasan pelanggan. Tessa Angelina<sup>21</sup> mengemukakan dalam penelitiannya bahwa adanya pengaruh yang signifikan diantara keamanan dan ketepatan pada minat nasabah memakai *mobile banking*. Dalam penelitian dijelaskan bahwa ada

---

<sup>19</sup>Diah Pralitasari, dkk, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 8, no. 1 (2022): 36.

<sup>20</sup>Diah Pralitasari, dkk, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol 8, no. 1 (2022): 37-38.

<sup>21</sup>Tessa Angelina, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Pt. Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat," *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 3, no. 2 (2022):128

hubungan yang positif atau sejalan diantara faktor aman dan tepat terhadap ketertarikan nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya minat nasabah menggunakan *mobile banking*, maka akan semakin tinggi kepercayaan nasabah pada bank tersebut. Hasil penelitian dari Rezki Arianty Akob dan Zulfikry Sukarno<sup>22</sup> juga mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan *mobile banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat dan kelayakan konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah agar bank yang berada di Indonesia perlu menciptakan kualitas pelayanan *mobile banking*-nya supaya dapat memberikan kepuasan<sup>23</sup> pada nasabah. Nasabah yang memiliki kepuasan cenderung selalu memakai *mobile banking* pada setiap transaksinya, maka hal itu akan terciptanya loyalitas nasabah.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menyatakan bahwa *customer relationship management* memiliki pengaruh pada kepuasan namun terdapat juga penelitian yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Untuk *mobile banking* penelitian terdahulu telah mengungkapkan bahwa kualitas *mobile banking* memiliki pengaruh pada minat nasabah bank yang kemudian akan menciptakan kepuasan dari nasabah tersebut.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dengan Minat Karyawan Pabrik Terkait Produk Pembiayaan Konsumtif Sebagai Variabel Intervening”**.

## B. Rumusan Masalah

Dari hasil latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka beberapa masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Bagaimana *customer relationship management* berpengaruh pada kepuasan nasabah?

---

<sup>22</sup> Rezki Arianty Akob dan Zulfikry Sukarno, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar,” *Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* Vol. 11, no. 2 (2022): 281.

<sup>23</sup> Muhammad Khaerul Muttaqien, dkk, “Penerimaan *Mobile Banking* di Kalangan Nasabah Perbankan Syariah,” *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah* Vol. 5, no. 4 (2023): 1923.

2. Bagaimana kualitas layanan *mobile banking* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Bagaimana *customer relationship management* berpengaruh terhadap minat karyawan terkait produk pembiayaan konsumtif?
4. Bagaimana kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif?
5. Bagaimana minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif berpengaruh pada kepuasan nasabah?
6. Bagaimana *customer relationship management* berpengaruh pada minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif melalui kepuasan nasabah?
7. Bagaimana kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh pada minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif melalui kepuasan nasabah?

### C. Tujuan

Dari hasil permasalahan yang muncul di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menunjukkan dan menjelaskan apakah CRM berpengaruh pada kepuasan nasabah
2. Untuk menunjukkan dan menjelaskan apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan
3. Untuk menunjukkan dan menjelaskan apakah CRM berpengaruh terhadap minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif
4. Untuk menunjukkan dan menjelaskan apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif
5. Untuk mengetahui apakah minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif berpengaruh pada kepuasan nasabah
6. Untuk mengetahui apakah CRM berpengaruh pada minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif melalui kepuasan nasabah

7. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh pada minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif melalui kepuasan nasabah

#### D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pastinya akan memperoleh hasil yang diinginkan dapat memberi manfaat untuk peneliti maupun orang lain yang memerlukan, terutama pada hal perkembangan keilmuan dan praktik. Berikut manfaat penelitian :

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis penelitian diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan minat dan kepuasan karyawan pabrik pada produk pembiayaan konsumtif. Selain itu penelitian ini diharapkan memberi manfaat untuk sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.
- b. Memberikan bukti empiris ketepatan teori-teori mengenai minat dan kepuasan karyawan pabrik pada produk pembiayaan konsumtif yang dipengaruhi oleh *customer relationship management* dan kualitas layanan *mobile banking*.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi IAIN Kudus, penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi yang dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.
- b. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan penulis dan sebagai potensial untuk mengembangkan wacana serta pemikiran dalam menerapkan teori yang tersedia.

#### E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini digunakan untuk mendapat gambaran serta garis besar dari setiap bagian atau yang saling berkaitan, sehingga akan didapat penelitian yang sistematis dan alamiah.

Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan disusun:

### 1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari : halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraks, halaman daftar isi dan daftar table.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab I sampai bab V saling berkaitan karena satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan deskripsi teori-teori yang menjadikan landasan dalam kegiatan penelitian yang mencakup tentang : *customer relationship management*, kualitas layanan *mobile banking*, kepuasan nasabah dan minat karyawan pabrik terkait produk pembiayaan konsumtif, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum

koresponden, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran.

### **3. Bagian Akhir**

Bagian ini berisikan daftar pustaka yang dipakai untuk bahan rujukan pada penulisan dan lampiran-lampiran yang mendukung isi dari penelitian.

