

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri

Berdasarkan hasil pengujian data, dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara citra perusahaan dan keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Artinya, ketika citra perusahaan meningkat maka keputusan nasabah untuk keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat juga akan meningkat. Oleh karena itu maka hipotesis penelitian pertama teruji. Hal ini dapat dibuktikan bahwa citra perusahaan memiliki nilai mean 4,06 dan standart deviasi sebesar 0,530 hal ini berarti nilai mean lebih besar dari standart deviasi, sehingga mengidentifikasikan bahwa hasil yang baik. Sebab standart deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat rendah, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler,¹ bahwa salah satu prinsip yang diterapkan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra perusahaan. Artinya bahwa dengan meningkatkan citra perusahaan maka kepercayaan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian akan semakin meningkat. Hal ini berarti

¹ Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta:Erlangga,2009) hlm. 299

semakin bagus citra perusahaan yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin tinggi pula bagi konsumen dalam memberikan keputusan pembelian. Dengan terbuktinya hipotesis tersebut maka keputusan pembelian didasari oleh kepercayaan konsumen bahwa perusahaan memiliki moral, watak, sifat-sifat pribadi yang positif dan kooperatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif Nurwanto yang menyatakan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah.²

B. Pengaruh iklan terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri

Berdasarkan hasil pengujian data, dapat disimpulkan bahwa variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara iklan dan keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Artinya, ketika iklan meningkat maka keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat akan mengalami penurunan, dan juga sebaliknya, jika iklan menurun maka keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat akan mengalami peningkatan. Hal ini dapat dibuktikan bahwa iklan memiliki nilai mean 4,12 dan standart deviasi sebesar 0,718 hal ini berarti nilai mean lebih besar dari standart deviasi, sehingga mengidentifikasikan bahwa hasil yang baik.

² Arif Nurwanto, pengaruh citra lembaga dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BPD DIY Syariah (Yogyakarta: skripsi tidak diterbitkan 2015), hal 86 digilib.uin-suka.ac.id di akses pada tanggal 20 Januari 2018.

Sebab standart deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat rendah, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal.

Hal ini sesuai dengan teori AIDA menurut Djatnika, bahwa pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli, prosesnya diawali dengan tahap menaruh perhatian (*Attention*) terhadap barang atau jasa yang kemudian jika berkesan dia akan melangkah ketahap ketertarikan (*Interest*) untuk mengetahui lebih lanjut tentang keistimewaan produk atau jasa tersebut yang jika intensitas ketertarikannya kuat berlanjut ketahap berminat (*Desire*) karena barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan-kebutuhannya. Jika hasrat dan minatnya begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau ransangan persuasif dari luar maka konsumen atau pembeli tersebut akan mengambil keputusan membeli (*Action*) barang atau jasa yang akan ditawarkan.³

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Immanuel Fernando Siagian, yang menyatakan bahwa iklan mempunyai pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian pada penggunaan motor yamaha new v-ixion di kota kendari.⁴

C. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk

Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri

hal.76 ³ Tjetjep Djatnika, *Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007),

⁴ Immanuel Fernando Siagian, *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha New V-Ixion Di Kota Kendari* (Kendari: skripsi diterbitkan 2017), hal. 89 sitedi.uho.ac.id di akses pada tanggal 20 Januari 2018.

Berdasarkan hasil pengujian data, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Artinya, ketika kualitas pelayanan meningkat maka keputusan nasabah untuk memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri juga akan meningkat. Oleh karena itu maka hipotesis penelitian pertama teruji. Hal ini dapat dibuktikan bahwa keputusan pelayanan memiliki nilai mean 4,14 dan standart deviasi sebesar 0,656 hal ini berarti nilai mean lebih besar dari standart deviasi, sehingga mengidentifikasi bahwa hasil yang baik. Sebab standart deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat rendah, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal.

Hal ini sesuai dengan pendapat dari Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁵ Kualitas layanan merupakan tolak ukur dalam menentukan keputusan pembelian atau tidaknya seorang pengguna jasa. Karena melalui kualitas layanan

⁵ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hal. 15.

akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratih Nurmaningsih, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Asuransi Jiwa pada PT Avrist Assurance.⁶ Dan penelitian yang dilakukan oleh Mujib Daroni, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah di BMT Mentari Tulungagung.⁷

D. Pengaruh Citra Perusahaan, Iklan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri

Pada variabel citra perusahaan diperoleh hasil signifikan dan ada pengaruh terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Pada variabel iklan diperoleh hasil signifikan dan ada pengaruh terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Pada variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil signifikan dan ada pengaruh terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Berdasarkan hasil pengujian data,

⁶ Ratih Nurnaningsih, *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelianjasa Asuransi Jiwa Studi Pada PT. Avrist Assurance – Semarang* (Semarang: Skripsi tidak di Terbitkan 2012). <http://eprints.undip.ac.id/id/eprint/36991>. Diakses tanggal 20 Januari 2018.

⁷ Mujib Badroni, *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah pada BMT Mentari Tulungagung* (Tulungagung: Skripsi tidak di Terbitkan 2015), hal. 98 <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1744/> di akses pada tanggal 20 Januari 2018.

dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan, iklan, dan keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen saling berhubungan dengan keputusan memilih keputusan memilih produk Tabungan iB Muamalat Cabang Kediri. Hal ini dapat dibuktikan bahwa keputusan memilih memiliki nilai mean 4,08 dan standart deviasi sebesar 0,506 hal ini berarti nilai mean lebih besar dari standart deviasi, sehingga mengidentifikasikan bahwa hasil yang baik. Sebab standart deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat rendah, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal.

Maka dengan meningkatkan citra perusahaan maka kepercayaan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian akan semakin meningkat. Hal ini berarti semakin bagus citra perusahaan yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin tinggi pula bagi konsumen dalam memberikan keputusan pembelian. Dan selain itu iklan yang disampaikan kepada para nasabah tentang informasi PT. Bank Muamalat Tbk. Cabang Kediri maupun produk-produk yang akan dijual terinformasikan dengan baik. Serta pelayanan yang baik kepada para nasabah akan meningkatkan minat nasabah untuk memilih produk Tabungan iB Muamalat.