

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh *People* Terhadap Keputusan Anggota BMT Pahlawan Tulungagung

Dari hasil uji t menyatakan bahwa *People* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil dari pernyataan terbuka dalam kuisisioner diperoleh secara keseluruhan responden menjawab bahwa karyawan dalam melakukan pelayanan nasabah tabungan sopan, tanggap, mampu mencari solusi untuk nasabah dan menunjukkan sikap perilaku layanan yang baik sehingga memberikan nasabah kemudahan untuk membuka tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Apabila sumberdaya manusia (karyawan) di BMT Pahlawan berkualitas dan berkompeten dalam melakukan pelayanan jasa maka akan mendapat respon positif dari nasabah kemudian nasabah yang merasa puas memutuskan pilihannya untuk bertransaksi dan memilih produk tabungan yang diinginkan, sehingga *people* berpengaruh positif pada keputusan anggota.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Kasmir, Fandy tjiptono dan Ratih Huriyati bahwa *peole* atau manusia dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan.¹¹⁷ Faktor orang memberikan peranan penting dalam melakukan hubungan langsung dengan

¹¹⁷ Kasmir, *Merancang Produk*,...hlm 108-110

konsumen.¹¹⁸ Perilaku orang-orang yang terlibat langsung sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan pandangan masyarakat terhadap lembaga yang bersangkutan.¹¹⁹ Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh Octaviani, diketahui bahwa variabel *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.¹²⁰ Serta penelitian oleh Wijaya dan Ariyanti, diketahui bahwa *people* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.¹²¹ Hal ini dikarenakan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan secara tanggap dan mampu memberikan penjelasan kepada nasabah, menyapa nasabah dengan memberikan senyum dan salam, sehingga memberikan nasabah kemudahan untuk membuka tabungan di lembaga keuangan syariah.

Dan terakhir di dukung penelitian oleh Sudarto dan Rumita bahwa *people* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.¹²² Hal ini karena *people* merupakan bagian vital dari bauran pemasaran, dimana setiap orang dalam industri jasa yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada output yang diterima pelanggan. Jadi pada penelitian ini telah dukung oleh semua teori serta penelitian terdahulu yang di ambil oleh peneliti.

¹¹⁸ Fandi Tjiptono, *Peranan Jasa-Prinsi...* hlm 43

¹¹⁹ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran...* hlm 63

¹²⁰ Margaretha Christina Oktaviani, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah dalam menabung...*

¹²¹ Evelin Wijaya dan Puspa Ariyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah...*

¹²² Amelinda Sudarto dan Rani Rumita, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen...*

B. Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Anggota BMT Pahlawan Tulungagung

Dari hasil uji t menyatakan bahwa *Physical Evidence* atau bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil dari pernyataan terbuka dalam kuisioner diperoleh secara keseluruhan responden menjawab bahwa tata letak kantor, peralatan kantor, logo dan motto, fasilitas umum yang disediakan BMT Pahlawan dapat mencukupi kebutuhan psikologis anggota termasuk kenyamanan dalam berbagai aspek yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah/anggota. Artinya bukti fisik yang dimiliki oleh BMT Pahlawan Tulungagung telah strategis sehingga dapat mempengaruhi anggota/nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung dan menggunakan produk mudharabah, itu menandakan bukti fisik yang nampak di BMT telah tertata dengan baik.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Huriyati, dan Tjiptono *physical evidence* atau bukti fisik merupakan hal secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.¹²³ Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat risiko yang di presepsikan oleh konsumen dalam keputusan pembelian dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa.¹²⁴ Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh

¹²³ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran...* hlm 64

¹²⁴ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hlm 43

penelitian terdahulu oleh Antika, bukti fisik berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

Sedangkan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu oleh Yulianto¹²⁵ Maski¹²⁶ dan Octaviani bahwa variabel bukti fisik berpengaruh negatif dan tidak signifikan.¹²⁷ Hal ini dikarenakan fitur-fitur transaksi yang disediakan antara 1 lembaga keuangan syariah dengan lainnya serupa dan tidak memiliki perbedaan yang signifikan seperti slip setoran, tata ruang, tempat parkir, dan fasilitas umum, pencetakan buku tabungan dan sebagainya. Sistem perbankan pun memiliki kemiripan satu sama lain dikarenakan perbankan.

C. Pengaruh *Process* Terhadap Keputusan Anggota BMT Pahlawan Tulungagung

Dari hasil uji t menyatakan bahwa *Process* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota di BMT Pahlawan Tulungagung. Artinya proses yang dilakukan oleh BMT Pahlawan Tulungagung dalam menyampaikan pelayanan jasa serta prosedurnya telah memenuhi standar dari lembaga keuangan dimana nasabah terlibat langsung didalamnya, sehingga hal ini dapat mempengaruhi anggota/ nasabah dalam mengambil keputusan untuk menabung dan menggunakan produk mudharabah, apabila proses yang dilalui mudah dan sederhana maka nasabah akan tertarik dan

¹²⁵ Firman Yulianto K, *analisis pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap pertimbangan nasabah dalam memilih bank Syariah di kota medan,...*

¹²⁶ Ghozali Maski, *analisis Keputusan nasabah menabung,...*

¹²⁷ Margaretha Christina Oktaviani, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah dalam menabung,...*

memutuskan untuk membeli produk/jasa tersebut. Hal itu menandakan proses yang di terapkan di BMT telah terstruktur dengan baik dan tidak rumit.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Ratih Huriyati, *process* dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan merasakan langsung sistem penyerahan dari jasa tersebut, sehingga keputusan akan tercipta melalui proses tersebut.¹²⁸ Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh Antika, dkk di ketahui bahwa proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung.¹²⁹ Serta penelitian oleh Yulianto yang diketahui bahwa proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertimbangan nasabah dalam memilih bank syariah.¹³⁰

Sedangkan penelitian ini tidak relevan atau bertolak belakang dengan penelitian terdahulu oleh Wijaya dan Arianti bahwa *process* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.¹³¹ Ini berarti proses yang dilakukan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku nasabah dalam memutuskan pembelian sebuah produk/jasa disuatu lembaga keuangan.

¹²⁸ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran...* hlm 65

¹²⁹ Rindi Antika, dkk, Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Tabungan Masyarakat Desa (Tamasa) Pada PT BPR-LPN Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya,...

¹³⁰ Firman Yulianto K, *analisis pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap pertimbangan nasabah dalam memilih bank Syariah di kota medan...*

¹³¹ Evelin Wijaya dan Puspa Ariyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah...*

D. Pengaruh *People*, *Physical Evidence*, dan *Process* secara simultan Terhadap Keputusan Anggota BMT Pahlawan Tulungagung

Dari hasil uji F (simultan) atau secara bersama-sama seluruh variabel independen (*people*, *physical evidence*, dan *process*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Tulungagung. Artinya *people* atau pegawai yang dimiliki BMT Pahlawan Tulungagung berkualitas dan berkompeten, *physical evidence* atau bukti fisik yang tertata secara strategis serta *process* atau prosedur dalam penyampaian layanan jasa mudah pada BMT akan sangat mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk tertentu khususnya produk tabungan Mudharabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Hal tersebut relevan dengan teori dari Maski, bahwa faktor dari bauran pemasaran yang di dalamnya termasuk faktor *people*, *physical evidence*, dan *process* merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk perilaku dalam memutuskan untuk memilih suatu produk.¹³² Ini juga relevan dengan teori dari James F Engel dalam buku Anwar Prabu yang berjudul Perilaku Konsumen mengatakan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan.¹³³ Hal ini berarti Keputusan nasabah dalam memilih suatu produk ditentukan oleh proses yang dilalui nasabah itu sendiri termasuk pelayanan pegawai, fasilitas yang

¹³² Ghazali Maski, *Analisis keputusan Nasabah menabung*,...hlm 45

¹³³ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*,...hlm 3

secara langsung dapat di nikmati, dan proses dalam mendapatkan produk/jasa yang diinginkan.

Penelitian ini juga relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Antika dkk, dimana hasilnya variabel *people*, *physical evidence*, dan *process* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan.¹³⁴

Kemudian juga relevan dengan penelitian oleh Fajri dkk, di ketahui bahwa secara simultan variabel *marketing mix* mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap proses keputusan nasabah.¹³⁵

¹³⁴ Rindi Andika, dkk, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung...*

¹³⁵ Detha Alfrian, dkk, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung...*