

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian di zaman sekarang sudah sangat maju dikarenakan orang semakin pintar dalam mengolahnya. Tentunya hal ini menyebabkan orang yang pintar dan bermodal besar pasti membuka lapangan pekerjaan sendiri dan mencari investor untuk bergabung. Banyak cara yang dilakukan perusahaan agar mempunyai nilai tambah sehingga nasabah tidak berpaling ke perusahaan pesaing. Maka untuk memenangkan persaingan tersebut, perusahaan harus mampu memahami semua kebutuhan dan permintaan nasabah. Tujuan perusahaan yang utama adalah untuk memuaskan pelanggan.

Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.¹ Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

¹ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2015), hlm. 32

Kepuasan pelanggan di pengaruhi beberapa faktor diantaranya kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dikatakan penting karena kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.² Apabila perusahaan dapat memberikan atau menawarkan produk pembiayaan murabahah yang berkualitas, maka perusahaan akan menciptakan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk yang dibuatnya. Seorang pelanggan akan merasa puas biasanya karena adanya melakukan pembelian terhadap suatu produk dan sudah merasakan kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk yang bagus dapat membuat loyalitas pelanggan akan muncul ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang kali terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.³ Penelitian terhadap kesetiaan pelanggan pada saat ini masih ditujukan untuk produk atau merek, sedangkan untuk penelitian terhadap kesetiaan pelanggan terhadap organisasi jasa masih tetap kurang hal ini seperti yang dikemukakan oleh Gremler bahwa kesetiaan konsumen telah difokuskan khususnya pada produk yang sempurna atau kesetiaan pada nama produk dan

² Dita Putri Anggraeni, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 37, No. 1 Agustus 2016. hlm. 172

³ *Ibid.*, hlm. 172

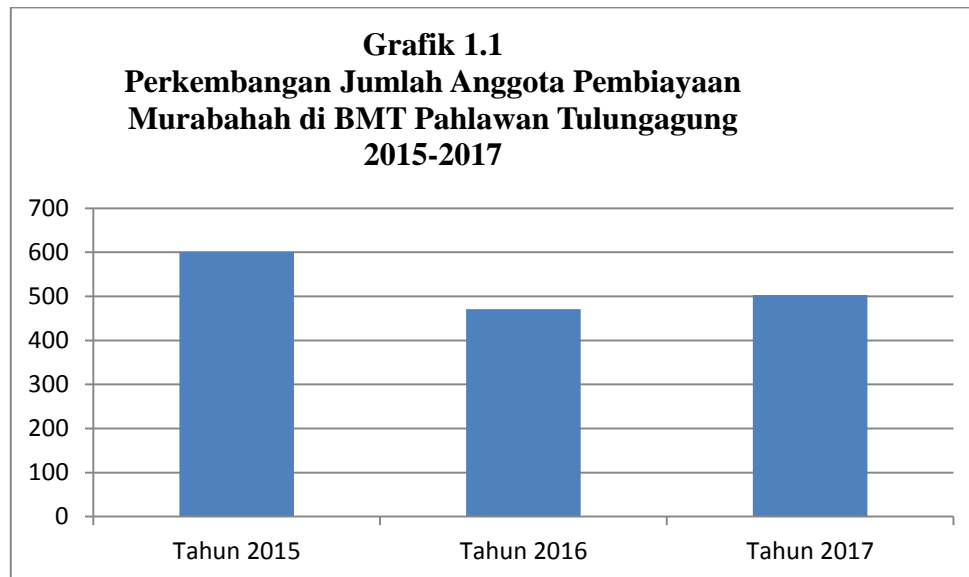
brand, sementara kesetiaan pada pengaturan pelayanan tetap masih belum diketahui.⁴

Loyalitas dapat bertahan dan tidak menutup kemungkinan semakin meningkat, dibutuhkan perilaku dari konsumen yang setia terhadap produk yang telah mereka pilih. Pemahaman tentang perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Perilaku konsumen menurut Kotler didefinisikan sebagai studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuatan barang, jasa, pengalaman, serta ide.⁵ Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, psikologi. Selain memahami perilaku konsumen perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan pemasarannya, perusahaan harus tahu bahwa lingkungan pemasaran secara terus-menerus memunculkan kesempatan dan ancaman baru bagi perusahaan.

Di bawah ini dijelaskan data jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan murabahah pada BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung dari tahun 2015-2017.

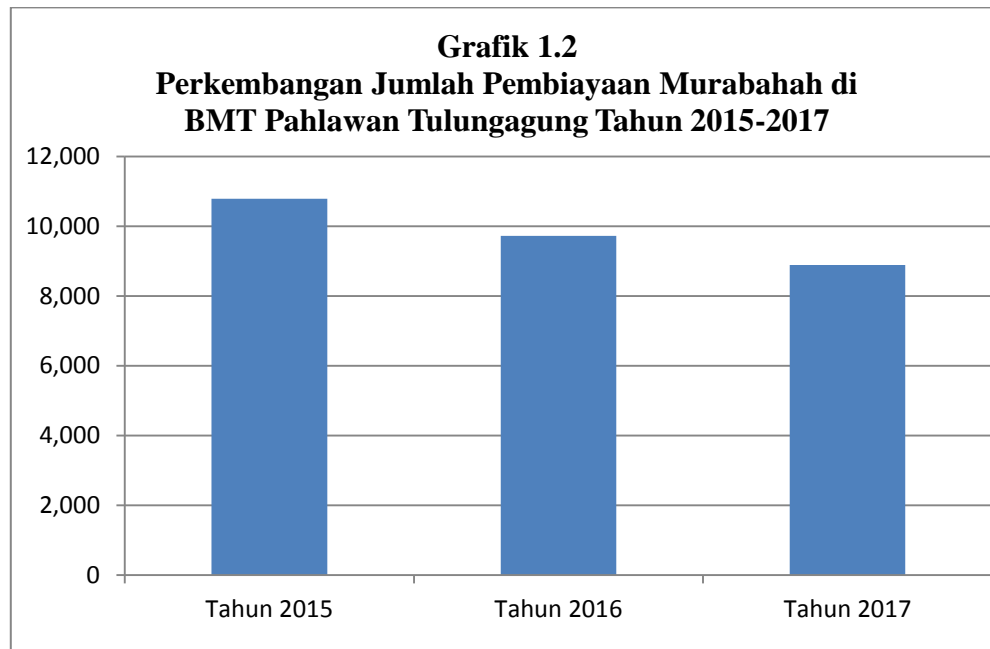
⁴ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2015), hlm. 36

⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2013), hlm. 8



Sumber : Data diambil dari RAT BMT Pahlawan Tulungagung 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah anggota pembiayaan murabahah BMT Pahlawan mengalami naik turun dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 anggota pembiayaan murabahah BMT Pahlawan berjumlah 601, pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 471, dan pada tahun 2017 jumlah anggota pembiayaan murabahah mengalami kenaikan dengan jumlah 503 anggota.



Sumber : Data diambil dari RAT BMT Pahlawan Tulungagung 2017

Tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Tulungagung mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Jumlah biaya yang disalurkan pada tahun 2015 adalah 10.791 (dalam milyaran rupiah), sedangkan pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 9.725 (dalam milyaran rupiah), sedangkan pada tahun 2017 kembali menurun menjadi 8.895 (dalam milyaran rupiah).⁶

Dari berbagai uraian di atas maka peneliti ingin melakukan penelitian terkait dengan adanya “Pengaruh Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, dan Perilaku konsumen terhadap Kepuasan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung”.

⁶ Rapat Anggota Tahunan BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2017

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi yang mungkin muncul dalam penelitian, masalah yang ada dalam Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung pembiayaan murabahah yang masih kurang dominan dibandingkan pembiayaan BBA (Bai' Bitsaman Ajil) yang pembiayaan tersebut lebih sering dipakai dalam pembiayaan jual beli dan terjadi naik turun nasabah pada pembiayaan murabahah maka dari itu saya mengambil judul penelitian pengaruh kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen terhadap kepuasan Nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung supaya terjadi peningkatan nasabah yang terkait dengan anggota pembiayaan selama tahun 2015-2017.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa masalah yang muncul dalam setiap variabel penelitian berdasarkan temuan peneliti, yaitu:

a. Kepuasan menjadi nasabah produk murabahah

Kurang pemahannya nasabah mengenai produk murabahah sehingga nasabah belum puas.

b. Kualitas Produk

Produk pembiayaan murabahah kualitasnya masih kalah dengan pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA).

c. Loyalitas Pelanggan

Kurangnya pengarahan dalam produk murabahah sehingga belum menimbulkan sikap loyal nasabah terhadap BMT.

d. Perilaku Konsumen

Ada beberapa masyarakat nasabah BMT yang masih semata-mata menghitung untung atau rugi.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?
2. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?
3. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?
4. Apakah kualitas produk, loyalitas pelanggan dan perilaku konsumen pembiayaan murabahah secara bersama-sama berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh perilaku konsumen terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh mana yang paling kuat antara kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, dan Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Nasabah

Memilih Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ekonomi Islam dan lebih khusus lagi terkait dengan Perbankan Syariah. Supaya dapat menghapus sistem konvensional secara perlahan dan dapat menjadi syariah secara keseluruhan.

2. Kegunaan Praktis

a) Bagi Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung

Dengan tersusunnya skripsi ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi kinerja terhadap Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung lebih berkembang.

b) Bagi Stakeholder

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat serta kepuasan nasabah khususnya dalam memilih produk pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil peneli ini dapat dijadikan bahan untuk menambah wawasan yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

F. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup dalam peneliti agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan. Ruang lingkup penelitian terdiri dari tiga variabel yakni variabel bebas X_1 kualitas produk, X_2 loyalitas pelanggan, X_3 perilaku konsumen, dan variabel terikat Y kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah dan keterbatasan masalah peneliti ini difokuskan pada nasabah pembiayaan murabahah Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

G. Penegasan istilah

1. Penegasan konseptual

- a. Kualitas Produk adalah karakteristik khusus atau istimewa yang membedakan sebuah produk dari produk-produk lainnya di pasar.⁷
- b. Loyalitas pelanggan adalah suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin didasarkan pada unit pengambilan keputusan.⁸
- c. Perilaku konsumen merupakan penentu dalam proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk.⁹
- d. Kepuasan nasabah adalah suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.¹⁰

⁷ Ahmad Safrizal Yafie, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 35, No. 2 Juni 2016. hlm. 12

⁸ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2013), hlm. 105

⁹ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2015), hlm. 52

¹⁰ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2013), hlm. 181

2. Penegasan operasional

Penegasan operasional merupakan pelekatan arti pada satu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel. Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Penegasan operasional dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

- a. Kepuasan pelanggan (nasabah) merupakan perasaan yang dialami anggota baik itu perasaan senang ataupun kecewa setelah menerima pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam menggunakan produk/jasa/layanan.
 - b. Kualitas produk yang baik dalam proses pembiayaan yang bertujuan meningkatkan dan mempertahankan nasabah lama maupun baru dan mengembangkan pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah khususnya pada BMT Pahlawan Tulungagung.
 - c. Loyalitas pelanggan merupakan tingkat kesetiaan anggota kepada lembaga khususnya pada produk pembiayaan murabahah.
-

- d. Perilaku konsumen memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan kepuasan anggota dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

H. Sistematika skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan disajikan dalam 5(lima) bab, dan disetiap bahwa terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Terdiri dari a) latar belakang masalah, b) identifikasi masalah, c) rumusan masalah d) tujuan penelitian, e) kegunaan penelitian, f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, g) penegasan istilah, dan h) sistematika pembahasan skripsi.

BAB II Landasan teori

Terdiri dari a) teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, b) teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, c) dan seterusnya, d) kajian penelitian terdahulu, e) kerangka konseptual, dan f) hipotesis penelitian.

BAB III Metode penelitian

Terdiri dari a) berisi pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi, sampling dan sampel penelitian, c) sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, e) analisis data.

BAB IV Hasil penelitian

Terdiri dari a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta b) temuan penelitian.

BAB V Pembahasan hasil penelitian

Terdiri dari a) berisi mengenai pembahasan data penelitian b) hasil analisis data.

BAB VI Penutup

Terdiri dari a) daftar rujukan, b) lampiran-lampiran, c) surat pernyataan keaslian skripsi, d) daftar riwayat hidup.