

BAB V

PEMBAHASAN

Pengujian ini menggunakan model regresi linier berganda. Dimana uji tersebut menggunakan uji-t yang dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh signifikan antar pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Sedangkan uji-f dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara simultan antara variabel pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Dalam pengelolaan data tersebut peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 21,0 2019*.

1. Faktor pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan terbentuk sebuah kenyamanan sehingga menciptakan kepuasan nasabah.

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud, yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke

pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.⁷⁸ Kotler merumuskan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut. Supaya pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas kepada nasabah.

Dari bagaimana kondisi seorang nasabah mendapatkan kepuasan oleh Christopher Lovelock maka peneliti disini akan menggunakan instrumen penelitian untuk kualitas pelayanan yakni mengenai *reability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian), *empathy* (empati), *tangibles* (kasat mata) yang digunakan sebagai menguji tentang kualitas pelayanan.

Adapun pelayanan dalam perspektif Islam, yaitu Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.⁷⁹

⁷⁸Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra, *Service Quality dan Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi) hlm. 79.

⁷⁹Maurice Cordova. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Malang*. (Malang: Skripsi, 2017), hlm. 34.

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikannya. Sedangkan ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, perilaku harus dipandu oleh Allah SWT lewat Al-Qur'an dan Hadist. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan diperlukan adab dan etika yang membingkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sia-sia.

Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan, maka dianggap lebih profesional. Dalam kualitas pelayanan sangat penting adanya sikap profesional seperti halnya kemampuan memberikan pelayanan yang baik, sistematis dan sesuai syariah, mampu menarik perhatian dan partisipasi masyarakat untuk menabung dan mengakses lembaga keuangan syariah, dan meningkatkan kinerja lembaga keuangan syariah. Bank atau lembaga keuangan tersebut harus mengerti konsumennya dan bagaimana mendefinisikan keinginan konsumen tersebut dengan benar. Pelayanan penting agar menumbuhkan sikap puas dan nyaman nasabah dalam menabung terhadap Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 21.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Jadi dapat disimpulkan apabila pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung berupa berwujud (*Tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsive*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Menurut teori Parasurman, Zeithami, dan Berry yang menyatakan bahwa dalam mengukur faktor pelayanan diperlukan indikator yang mencakup lima dimensi utama yang disusun sesuai tingkat kepentingan relatifnya seperti *Responsive*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible*.⁸⁰ Selain diperlukan indikator, dalam pelayanan menurut teori E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno menyatakan bahwa dalam pelayanan memiliki empat karakteristik pelayanan yang baik meliputi tidak dapat berwujud, tidak dapat dipisahkan, berubah-ubah

⁸⁰Fandi T., Ph.D dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction...*, hlm. 79.

dan daya tahan.⁸¹ Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung juga harus bisa mengerti apa kebutuhan dan keinginan para nasabah maupun calon nasabahnya.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Menurut Tjiptono, fasilitas ialah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu seperti kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan secara langsung.⁸²

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka pelanggan akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Apabila

⁸¹E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm. 27.

⁸²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Ed 3*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hlm. 19.

pelanggan merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka pelanggan akan merasa puas.⁸³

Fasilitas mempunyai peran untuk menjembatani aktivitas untuk mencapai hasil yang diinginkan, fasilitas dalam arti segenap kebutuhan yang dipergunakan untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan dalam usaha kerjasama manusia.⁸⁴

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 21.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. yang artinya, segala bentuk fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung seperti, tempat parkir, AC, toilet, dan lain-lain mendukung kebutuhan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan.⁸⁵ Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, di raba atau dirasakan. Sedangkan produk

⁸³Mayang Septa Mardiani, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas TerhadapKepuasan Pelanggan (Studi Pada SPBU 44.594.10 Ds. Wedelan Kec. Bangsri, Jepara)*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 35.

⁸⁴I Ketut Widiassa, *Jurnal Perpustakaan Sekolah*, (Malang: Perpustakaan Universitas Malang, 2007) hlm, 11.

⁸⁵Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 186.

yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jadi produk bisa berupa manfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Payne memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks.⁸⁶

Setelah memahami arti kualitas, berikutnya dijelaskan mengapa kualitas produk merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan. Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, Promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.⁸⁷

⁸⁶Rahmat Hidayat, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 11, No. 1, tahun 2009, hlm. 66.

⁸⁷Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*,...hal. 3

Menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.⁸⁸ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.⁸⁹ Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah.

Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baiknya kualitas produk yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung sudah tidak memenuhi keseluruhan harapan nasabah.

4. Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk berpengaruh positif dan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

⁸⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed.* (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002), hlm. 13.

⁸⁹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005) hlm. 136.

Untuk itu secara umum perusahaan harus lebih mempertahankan seluruh pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk yang sudah ada, baik itu bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati agar terciptanya kepuasan nasabah yang lebih tinggi dan mampu mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Jadi semakin tinggi tingkat pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasana nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Tulungagung, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.