

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket koesioner kepada para responden penelitian kemudian diadakan analisis yang merupakan pengolahan lebih lanjut dari hasil uji hipotesis. Dalam analisis ini akan dibuat semacam interpretasi dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi yang telah diproses dari hasil pengolahan data statistik analisis regresi linier sederhana menggunakan alat bantu SPSS for windows 16.00 sebagai berikut:

A. Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung

Dari hasil pengujian diketahui bahwa keunggulan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel keunggulan produk mengalami kenaikan maka variabel minat menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya.

Dalam penelitian ini juga sebanyak 54 responden dari 100 total responden atau sekitar 54% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk-produk pembiayaan di BMT Pahlawan dapat mengatasi masalah nasabah. Dari hasil data tersebut, dapat dilihat bahwasannya responden memiliki respon positif atas produk-produk pembiayaan yang diberikan oleh BMT Pahlawan dapat mengatasi masalah nasabah, dimana nasabah setelah mendapatkan pembiayaan dari BMT merasa terbantu untuk menyelesaikan

permasalahan yang mencakup perekonomian mereka. Sehingga dari faktor tersebut nanti dapat mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan.

Selain itu, dalam pengujian yang dilakukan juga ditemukan sebanyak 71 responden atau 71% responden menyatakan setuju bahwa Produk Murabahah menarik bagi para nasabah pembiayaan. Dan juga sesuai praktik di lapangan sehingga dari sini dapat disimpulkan bahwa keputusan menjadi nasabah juga dipengaruhi oleh keunggulan produk yang diberikan oleh BMT Pahlawan Tulungagung kesesuaian antara teori dan praktek di lapangan. Sehingga, responden merasa tertarik untuk menjadi nasabah pembiayaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya ketertarikan antara keunggulan produk dengan keputusan menjadi nasabah pembiayaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variable keunggulan produk mengalami kenaikan maka variabel keputusan menjadi nasabah pembiayaan mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian tersebut, sejalan dan sesuai dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Dimana, dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel keunggulan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan, sedangkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yeni Nur Wakhidah dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di BMT mengemukakan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan.¹⁰⁹ Dengan begitu, kedua penelitian tersebut, menghasilkan keputusan yang sama yakni keunggulan produk berpengaruh positif terhadap variabel Y dalam hal ini adalah keputusan menjadi nasabah pembiayaan.

Tak hanya sesuai dengan penelitian terdahulu, namun juga memiliki kesamaan dengan kajian teori yang digunakan. Dimana, dalam kajian teori yang dinyatakan oleh kasmir, yakni untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian, tujuan dari produk itu sendiri yaitu untuk dibeli serta digunakan atau di konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.¹¹⁰ Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung

Dari hasil pengujian diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan. Jadi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka variabel keputusan menjadi nasabah

¹⁰⁹ Wakidah, Yeni Nur, "Pengaruh produk, Pelayanan, Lokasi, dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BMT", Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016)

¹¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Ketler, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 389

pembiayaan di BMT juga mengalami kenaikan, dengan ketentuan variabel lain bernilai tetap, begitu juga sebaliknya.

Pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa 47 responden dari total 100 responden atau 47% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden tertarik untuk menjadi nasabah pembiayaan di BMT karena pegawai BMT Pahlawan sangat cepat dalam memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah BMT. Hal tersebut sesuai dengan kenyataan di lapangan. Selain itu, data tersebut juga terlihat bahwa, tingkat kualitas pelayanan yang diberikan baik sehingga tanggapan responden yang memilih setuju dan mengakui bahwasannya Karyawan BMT mampu memberikan pelayanan transaksi dengan cepat dan tepat kepada nasabah BMT. Dimana instrumen tersebut harus tetap dijaga dan ditingkatkan sehingga dapat menarik calon nasabah pembiayaan lebih banyak lagi dan meningkatkan kualitas pelayanan dari BMT itu sendiri.

Selain itu, dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa 68 responden atau 68% responden menyatakan setuju dan meyakini bahwa pegawai BMT memberikan perhatian kepada setiap nasabah tanpa membedakan.. Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat maka keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini, juga sejalan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Daroini Mujib yang berjudul “Pengaruh Nisbah Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah pada BTM Mentari Tulungagung” yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah didapatkan dengan perbandingan nilai yang signifikansi sehingga dapat dinyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan mendorong lebih besar keputusan menjadi nasabah pembiayaan.¹¹¹

Sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Tjiptono bahwa definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas jasa sebagai ukuran berapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.¹¹² Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung.

C. Pengaruh Keunggulan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung

¹¹¹ Daroini, Mujib, “Pengaruh Nisbah Bagi Hasil dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BTM Mentari Tulungagung”, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2015)

¹¹² Fendy Tjipto dan Gregorius Chandra, *Service, Citra Wisata, dan Setixfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hal 121

Dari hasil pengujian diketahui bahwa antara keunggulan produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan. Besarnya tingkat variabel keunggulan produk dalam mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pembiayaan dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda (lihat tabel coefficient) yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan keunggulan produk akan meningkatkan nasabah pembiayaan di BMT pula. Semakin baik keunggulan produk maka keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan juga akan mengalami kenaikan.

Begitu juga dengan variabel kualitas pelayanan, dimana besarnya variabel kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan menunjukkan nilai positif yang mempunyai arti bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan akan memberikan peningkatan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan. Tingkat kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong nasabah untuk memilih BMT dalam membantu setiap kegiatannya. Kualitas pelayanan yang semakin baik akan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT menjadi lebih baik pula.

Untuk mengambil keputusan, harus tersedia lebih dari satu alternative bagi konsumen. Suatu tinjauan mengenai model pengambilan keputusan konsumen menggabungkan berbagai konsep. Model keputusan ini mempunyai tiga golongan variabel yaitu variabel, variabel proses, dan variabel keluaran. Variabel masukan mempengaruhi proses pengambilan

keputusan meliputi usaha-usaha pemasaran komersial maupun berbagai pengaruh non-komersial dari lingkungan sosial-budaya konsumen.¹¹³

Dalam suatu pembelian barang keputusan yang di ambil tidak selalu berurutan. Pada situasi pembelian seperti penyelesaian masalah ekstensif, keputusan yang di ambil dapat bermula dari keputusan tentang penjual karena penjual dapat membantu merumuskan perbedaan-perbedaan di antara bentuk-bentuk dan merk produk.

Dalam agama Islam kita di anjurkan untuk melakukan perbuatan yang baik dan menghindari perbuatan yang buruk. Begitu pula dalam mengambil keputusan kita harus benar-benar memperhitungkan keputusan yang akan kita ambil.

Hasil penelitian ini, juga sejalan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Prada Syah Bekti yang berjudul “Pengaruh Keunggulan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung” yang menyatakan bahwa variabel keunggulan produk dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan keua variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan.

Dengan demikian, keputusan menjadi nasabah pembiayaan sebagaimana yang dipaparkan diatas, dipengaruhi oleh variable keunggulan

¹¹³ Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen...* hal.518

produk dan variabel kualitas pelayanan yang informasinya di dapatkan nasabah sehingga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan. Selain itu, dalam penelitian ini pengujian datanya menunjukkan bahwasannya variabel keunggulan produk dan variabel kualitas pelayanan bersama sama berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya variabel keunggulan produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung.