

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Artinya bahwa jika kualitas pelayanan meningkat maka minat menabung anggota juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan menurun, maka minat menabung juga mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota, sedangkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astuti¹⁰² yang bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Dengan begitu, kedua penelitian tersebut menghasilkan keputusan yang sama yakni kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota.

¹⁰²Tri Astuti, *Pengaruh Tingkat Suku Bunga,....* hal. 75-76.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi yang mengemukakan bahwa: kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.¹⁰³ Berdasarkan analisis diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diterima/diperoleh mempengaruhi anggota dalam menentukan minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, maka minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung juga akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Tjipjono, yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.¹⁰⁴

B. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota di

¹⁰³Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, hal. 148.

¹⁰⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, hal. 72.

BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Artinya bahwa jika kualitas produk meningkat maka minat menabung anggota juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas produk menurun, maka minat menabung juga mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota, sedangkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mawaddah¹⁰⁵ yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung di Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Plered, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota untuk menabung. Dengan begitu, kedua penelitian tersebut menghasilkan keputusan yang sama yakni kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler, yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.¹⁰⁶ Berdasarkan analisis diketahui bahwa kualitas produk yang diterima/diperoleh mempengaruhi anggota dalam menentukan minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Apabila kualitas produk yang diberikan semakin baik, maka

¹⁰⁵Atika Mawaddah, *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank BNI (Studi Kasus Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Plered) Cirebon*, (Cirebon: Skripsi tidak diterbitkan, 2016), hal. 42.

¹⁰⁶Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Bank*, hal. 49.

minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung juga akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Kotler dan Amstrong kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁰⁷

C. Bagi Hasil Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Artinya bahwa jika bagi hasil meningkat maka minat menabung anggota juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila bagi hasil menurun, maka minat menabung juga mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Dimana dalam penelitian ini menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota, sedangkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahab¹⁰⁸ yang bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung

¹⁰⁷Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, ... hal 272.

¹⁰⁸Wirdayani Wahab, *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil*,... hal. 17.

nasabah di bank syariah, menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Dengan begitu, kedua penelitian tersebut menghasilkan keputusan yang sama yakni bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung anggota.

Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni¹⁰⁹ yang bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah, yang menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Antonio, yang menyatakan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal dengan pengelola.¹¹⁰ Berdasarkan analisis diketahui bagi hasil yang diterima/diperoleh mempengaruhi anggota dalam menentukan minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Apabila bagi hasil yang diberikan semakin tinggi, maka minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung juga akan semakin meningkat, begitu juga sebaliknya.

¹⁰⁹Sri Wahyuni, *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah Bank Syariah*, (Sumatera Utara: At-Tawassuth, Vol. II No. 2, 2017), hal. 450-451.

¹¹⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, hal. 90.

D. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bagi Hasil Secara Simultan atau Bersama-sama Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Menabung Anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung. Besarnya tingkat kualitas pelayanan dalam mempengaruhi minat menabung anggota dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda (lihat tabel *coefficient*) yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan terhadap anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung maka akan meningkatkan minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung pula. Semakin baik kualitas pelayanan maka minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung juga akan mengalami kenaikan.

Besarnya tingkat kualitas produk dalam mempengaruhi minat menabung anggota dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda (lihat tabel *coefficient*) yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan kualitas produk terhadap anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung maka akan meningkatkan minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu

Tulungagung pula. Semakin baik kualitas produk maka minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung juga akan mengalami kenaikan.

Begitu juga dengan variabel bagi hasil, dimana besarnya bagi hasil dalam mempengaruhi minat menabung anggota dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda (lihat tabel *coefficient*) yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan bagi hasil terhadap anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung maka akan meningkatkan minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung pula. Semakin tinggi bagi hasil maka minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung juga akan mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Abdul Rahman Shalih dan Muhib Abdul Wahab¹¹¹, yang menyatakan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati / mengetahui / menguasai / berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek. Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu faktor internal, faktor eksternal dan faktor situasional. Pengaruh faktor internal atau faktor pribadi terdiri dari beberapa bagian yakni: persepsi, keluarga, motivasi, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia dan gaya hidup. Pengaruh faktor eksternal

¹¹¹Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi* hal. 263.

terdiri atas: budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Faktor situasional dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang terlepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek.

Dengan demikian, minat menabung anggota sebagaimana yang dipaparkan diatas, dipengaruhi oleh faktor internal, faktor eksternal dan faktor situasional, salah satunya yakni kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil yang diperoleh anggota sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan bagi hasil secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung anggota di BMT Istiqomah Tulungagung dan KSPPS BMT Dinar Amanu Tulungagung.