

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Keunikan Produk terhadap Keunggulan Daya Saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji *t* (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan keunikan produk berpengaruh positif. Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan searah antara keunikan produk terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Artinya, ketika nilai keunikan produk mengalami kenaikan maka keunggulan daya saingnya juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya. Keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing bank, karena semakin tinggi keunikan produk yang dimiliki oleh bank akan semakin membuat nasabah tertarik untuk datang dan

menumbuhkan rasa ingin tahu dengan produk bank tersebut. Sehingga nasabah akan tertarik menjadi nasabah bank tersebut.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang dinyatakan oleh Rosnani, keunikan produk adalah sesuatu yang mengidentikkan barang atau jasa tertentu yang dapat menimbulkan suatu persepsi seseorang terhadap barang atau jasa tersebut.¹ Ditinjau dari sudut individu, keunikan produk dapat memperpanjang siklus hidup produk, keunikan akan membuat produk lebih diingat oleh konsumen, keunikan akan membuat produk terlihat lebih baik dibandingkan dengan produk lain, keunikan akan membuat nilai jual dari produk yang dipasarkan menjadi lebih tinggi, dan keunikan akan menciptakan image produk.²

Hasil penelitian ini juga relevan dengan teori dari Droge dan Vickery, dimana keunikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat membedakannya dari produk pesaing. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.³

Keunggulan daya saing sebagaimana diungkapkan Philip dan Armstrong ada enam indikator terkait keunikan produk yakni meliputi;

¹ Vocke Poli, Paulus Kindangen dan Imelda Ogi, *Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi Dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection*, (Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 15 No.05, 2015) hal. 757-758

² *Ibid*, hal. 758-759

³ Aang Curatman, dkk, "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon". (Jurnal Logika: Volume XVIII, Nomor 3, 2016) hal 65

1. Fitur produk, yaitu alat kompetitif untuk membedakan perusahaan produk dari produk pesaing.
2. Gaya dan desain produk, ciri khas atau penampilan dari suatu produk untuk menambah nilai pelanggan.
3. *Branding* atau Merek, yaitu nama, istilah, tanda, simbol, atau kombinasi dari semuanya itu yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk atau layanan.
4. Pelabelan atau label, yaitu label mengidentifikasi produk atau merek yang mungkin juga menjelaskan tentang beberapa hal suatu produk.⁴

Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung adalah bank syariah yang memiliki keunikan produk seperti pada nama-nama produk yang ditawarkan. Misal pada setiap nama produk terdapat singkatan BRIS dan IB yang tidak dimiliki produk bank syariah yang lain. Keunikan tersebut yang mempengaruhi keunggulan daya saing.

Berdasarkan hasil penelitian ini, keunikan produk sangat berpengaruh terhadap keunggulan daya saing. Keunikan produk dapat menjadi pembeda atau ciri khas dari produk pesaing. Keunikan produk juga dapat menarik nasabah untuk datang dan mencoba produk tersebut yang tentunya dapat dijadikan kekuatan untuk melakukan persaingan di dunia perbankan syariah.

⁴ Philip Kotler, dan Gary Armstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran, terj. Arum*. (USA: Pearson Education, 2011), hal. 230-233

B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Daya Saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan searah antara kualitas produk terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Artinya ketika nilai kualitas produk mengalami peningkatan maka keunggulan daya saingnya juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing bank. Sehingga semakin tinggi kualitas produk yang dimiliki oleh bank akan menjadi tolok ukur kepuasan nasabah terhadap produk yang diberikan. Maka, dari kepuasan nasabah tersebut akan mempengaruhi tingkat kekonsistenan nasabah untuk menggunakan produk dari Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang dinyatakan oleh Durianto, Kualitas Produk merupakan tolak ukur kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang menyeluruh. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam penentuan suatu produk yang akan dipilih oleh konsumen. Produk yang ditawarkan perbankan syariah haruslah suatu produk yang benar-benar terpercaya dengan baik mengenai kualitasnya. Peralnya, bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁵

Hasil penelitian ini juga dikuatkan dengan teori dari Droge dan Vickery, dimana kualitas produk adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam membuat produk yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing.⁶ Kualitas produk sebagaimana diungkapkan Rambat Lupiyoadi ada empat indikator terkait kualitas produk yakni meliputi:

1. Kinerja (*Performance*)
2. Keragaman Produk (*Features*)
3. Kesesuaian (*Conformance*)

⁵ Darmadi Durianto, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 38

⁶ Aang Curatman, dkk, "*Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak*", hal 65

4. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)⁷

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Destika Primasari⁸, yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian tersebut menjelaskan apabila kualitas produk mengalami peningkatan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat. Namun, dalam penelitian tersebut menggunakan variabel dependen kepuasan nasabah, sedangkan peneliti menggunakan variabel dependen keunggulan daya saing.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Feri Dwi Safitri⁹, yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Pada penelitian tersebut menjelaskan apabila kualitas produk mengalami peningkatan maka tingkat keputusan nasabah juga akan meningkat. Namun, dalam penelitian ini peneliti meneliti pengaruh keunggulan daya saing.

Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung adalah bank syariah yang memiliki kualitas produk yang baik, seperti pelayanan yang ramah dan baik, kinerja dari pelayanan Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung cepat dan akurat, produk-produknya memiliki

⁷Rambat Lupiyoadi, *MANAJEMEN PEMASARAN JASA Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hal. 146

⁸ Destika Primasari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kcp Ungaran*, Digital Repository IAIN Salatiga, 2016.

⁹ Feri Dwi Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bri Syariah Kcp Demak Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*, Digital Repository IAIN Salatiga, 2018.

keunggulan sehingga dapat menarik nasabah untuk membuka rekening disana.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kualitas produk sangat berpengaruh positif terhadap keunggulan daya saing. Keunggulan daya saing sangat dipengaruhi kualitas produk dikarenakan kualitas produk merupakan penentu dari produk yang akan dipilih nasabah. Nasabah akan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

C. Pengaruh Harga Produk terhadap Keunggulan Daya Saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji t (parsial) dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya harga produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Karena t_{hitung} dalam penelitian ini menunjukkan hasil negatif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan harga produk berpengaruh negatif maka hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya hubungan negatif dan signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya

hubungan yang berbanding terbalik antara harga produk terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Artinya ketika nilai harga produk mengalami peningkatan maka keunggulan daya saingnya juga akan mengalami penurunan, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori dari Droge dan Vickery, Harga produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyesuaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebani pelanggan.¹⁰

Menurut Sentot Imam Wahjono, penetapan harga adalah hal penting, karena harga menentukan nilai pendapatan yang diterima. Harga harus ditentukan dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah yang dapat menyebabkan kerugian dalam bagi hasil. Pandangan harga adalah jumlah uang yang dikenakan biaya untuk setiap produk atau mendapatkan salah satu macam layanan, tetapi dari sudut pandang pembeli itu adalah biaya yang harus dikeluarkan tetapi tetap terjangkau oleh pelanggan.¹¹

Harga produk sebagaimana diungkapkan Stanton ada empat indikator terkait kualitas produk yakni meliputi:

¹⁰Aang Curatman, dkk, "*Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak*", hal 65

¹¹ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010) hal. 114

1. Keterjangkauan harga
2. Daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ivany Rachmawati¹², yang menyatakan bahwa harga produk mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Pada penelitian tersebut menjelaskan apabila harga produk mengalami peningkatan maka tingkat keputusan nasabah akan menurun. Namun, dalam penelitian ini peneliti meneliti pengaruh keunggulan daya saing.

Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung adalah bank syariah yang menawarkan harga produk yang terjangkau, misalnya tidak ada potongan bulanan di ATM, tidak ada biaya admin pembukaan rekening, jumlah minimal pembukaan rekening yang pertama juga terjangkau.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa harga produk berpengaruh negatif terhadap keunggulan daya saing. Keunggulan daya saing sangat dipengaruhi oleh harga produk dimana nasabah akan memilih produk dengan harga yang tidak terlalu tinggi dengan kualitas produk yang baik. Nasabah akan tertarik dengan harga produk yang terjangkau dengan kualitas produk dan jasa yang baik.

¹²Ivany Rachmaawati, *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Pengetahuan Produk Dan Pengetahuan Agama Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank BRI Syariah di Surabaya*, Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya, 2017, www.eprints.perbanas.ac.id

D. Pengaruh Keunikan Produk, Kualitas Produk, dan Harga Produk terhadap Keunggulan Daya Saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada tabel *ANOVA* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi. Kemudian, hasil uji *F* (simultan) dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , artinya keunikan produk, kualitas produk, dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Hasil ini relevan dengan teori Droge dan Vickery, keunggulan daya saing dipengaruhi oleh tiga faktor. *Pertama*, keunikan produk adalah keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.

Kedua, Kualitas produk adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam membuat produk yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing. *Ketiga*, harga produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu

bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan harus bisa menyesuaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.¹³

Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung memiliki ketiga indikator dari keunggulan daya saing, yakni meliputi keunikan produk, kualitas produk, dan harga produk. Ketiga indikator tersebut mempengaruhi keunggulan daya saing Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa keunikan produk, kualitas produk dan harga produk berpengaruh secara bersamaan terhadap keunggulan daya saing. Keunggulan daya saing sangat dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut dimana; *pertama*, keunikan produk yang lain dari produk pesaing dapat menarik perhatian nasabah untuk datang dan mencoba. *Kedua* faktor kualitas produk diberikan merupakan penentu dari produk yang akan dipilih nasabah. Nasabah akan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. *Ketiga* harga produk, dimana nasabah akan tertarik jika harga dari produk maupun jasa dari bank syariah terjangkau dengan kualitas produk yang baik.

¹³ Aang Curatman, dkk, "Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak", hal 65