

BAB V

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Berdasarkan hasil pengujian model regresi dengan bantuan *SPSS 16.0* pada bagian tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikan (Sig.) kurang dari nilai alpha (α) yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,478 > 1,971$ yang artinya menerima H_1 dan menolak H_0 . Dengan demikian dari hasil ini dapat diketahui bahwa variabel tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai koefisien regresi di peroleh nilai B yang Positif, artinya memiliki pengaruh yang searah. Sehingga setiap penambahan nilai koefisien variabel tingkat margin maka kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan meningkat pula, begitu sebaliknya jika nilai koefisien variabel tingkat margin mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan menurun. sehingga dapat disimpulkan jika tingkat margin yang ditetapkan naik maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan hal ini dapat dilihat dari penambahan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan, Dengan adanya kriteria tersebut maka tingkat margin yang ditetapkan pada setiap nasabah pembiayaan murabahah tidak sama,

dikarenakan pembiayaan yang disalurkan dan kondisi perekonomian setiap nasabah tidak sama sehingga jangka waktu yang diambil oleh setiap nasabahpun berbeda karena semakin lama jangka waktu untuk melakukan pembiayaan maka semakin meningkat juga tingkat margin yang diperoleh nasabah.

Penelitian ini sesuai dengan teori indikator dalam penentuan tingkat margin yang dibagi menjadi beberapa antara lain meliputi komposisi pendanaan, tingkat persaingan, risiko pembiayaan, jenis nasabah, kondisi perekonomian, dan tingkat keuntungan yang diharapkan.¹ Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Imam Gozali, bahwa *margin* adalah selisih antara harga beli dan harga jual yang merupakan keuntungan kotor dalam transaksi jual beli barang. menyatakan bahwa perlakuan margin ini sangat berbeda dengan bunga bank. Karena margin ini diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan.²

Hasil penelitian ini Juga mendukung secara konsisten teori dari Adiwarman A. Karim yakni secara teknis, yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin, keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah

¹ Binti Nur Asiyah, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, . . . , hal. 157-159.

² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS*, . . . , hal. 80.

pembiayaan melakukan pembiayaan secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli atau sewa berdasarkan akad murabahah, salam, istishna' dan atau ijarah disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.³

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ana Fitriani pada tahun 2019 dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. dilihat dari pengolahan data dengan uji t, bahwa Tingkat Margin mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,374 > 1,663$.⁴ Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Suciati pada tahun 2017 dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah UMKM di KSPPS Tunas Artha Nganjuk. Dilihat dari pengolahan data dengan uji t, bahwa tingkat margin mempunyai nilai signifikan sebesar $0,044 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,902 > 1,990$.⁵ Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu terletak pada metode dan jenis

³ Adiwarman A. Karim, Bank Islam, . . . , hal. 279-280.

⁴ Ana Fitriani, Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 2019, www.repo.iaintulungagung.ac.id diakses pada tgl 1 April 2020 pukul 19.00 WIB.

⁵ Dewi Suciati, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah UMKM di KSPPS Tunas Artha Mandiri Nganjuk, 2017, www.repo.iaintulungagung.ac.id diakses pada tanggal 30 Maret 2020 pukul 09.30 WIB.

penelitian yaitu menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian asosiatif. Sedangkan perbedaan terletak pada lokasi penelitian yang digunakan.

2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil penelitian pada Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri menunjukkan bahwa Promosi (X_2) Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil *output SPSS 16.0* pada bagian tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kurang dari nilai alpha (α) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,737 > 1,971$ yang artinya menerima H_1 dan menolak H_0 . Dengan demikian dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai koefisien regresi di peroleh nilai B yang positif, artinya memiliki pengaruh yang searah. Sehingga setiap penambahan nilai koefisien variabel promosi maka kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan meningkat pula, begitupun sebaliknya jika nilai koefisien variabel promosi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan menurun. Dengan demikian kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sudah terinformasikan dengan baik dan tepat kepada para nasabah. Jadi, setiap terjadi peningkatan kegiatan

promosi maka akan meningkatkan kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa Promosi adalah segala aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan.⁶ Menurut Philip Kotler ada beberapa tipe promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal dan hubungan masyarakat.⁷ Selama ini Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri sudah memberikan informasi yang cukup bagi nasabah dari berbagai kalangan, melalui kegiatan seperti penyebaran brosur (periklanan), kuis atau undian (promosi penjualan), sponsor dibeberapa acara (publisitas), dan lainnya. Semua itu mengakibatkan banyak masyarakat yang awalnya tidak mengetahui akhirnya menjadi mengetahui Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri mulai dari produk apa saja yang ada di bank tersebut, cara bertransaksinya, dan lainnya. Sehingga ketika mereka membutuhkan jasa perbankan mereka dapat memutuskan untuk menggunakan produk Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dan menjadi nasabah disana, karena produk yang dimiliki dianggap sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri.

Listiawati, Raden Irna Afriani dan Tuti Solehah (2017) yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh

⁶ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, . . . , hal. 47.

⁷ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*, . . . , hal. 229.

positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen di PT.Indomaret suralaya, merak Banten. yang dilihat dari pengolahan data dengan uji t, bahwa Promosi mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,461 > 1,66$.⁸

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_3) Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Hal ini dibuktikan berdasarkan tabel *coefficient* diperoleh nilai signifikan $< \alpha (0,05)$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,745 > 1,971$ maka dapat disimpulkan bahwa menerima H_1 dan menolak H_0 . Dengan demikian dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai koefisien regresi di peroleh nilai B yang positif, artinya memiliki pengaruh yang searah. Sehingga setiap penambahan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah

⁸ Listiawati,dkk , Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di PT IDOMARET Suralaya, Merak-Banten,Jurnal Riset Akuntansi Terpadu, vol.10 No.2, Oktober 2017.

Kantor Cabang Kediri juga akan meningkat pula, begitupun sebaliknya jika nilai koefisien variabel promosi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri juga akan menurun. Dengan demikian jika semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah tersebut. Dengan baiknya pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga keinginan nasabah untuk menerima pelayanan sesuai dengan harapan dan dapat terpenuhi dengan baik. Kualitas pelayanan yang dimaksud terdiri dari beberapa dimensi yaitu produk-produk, bentuk pelayanan yang diberikan, daya tanggap dalam memberikan solusi atas keluhan yang diajukan anggota kepada karyawan, bentuk jaminan yang diberikan, dan empati untuk memahami kebutuhan dan kesulitan nasabah.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan, adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁹ adapun lima indikator kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut: a) bukti fisik (Tangibels), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan saran komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. b) Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama untuk memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai

⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, . . . ,hal. 268.

dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. c) Ketanggapan (Responsiveness), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. d) Jaminan (Assurance), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko. e) Empati (Emphaty), yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.¹⁰

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ana Fitriani pada tahun 2019 dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan uji t, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,112 > 1,663$.¹¹ Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wulandari pada tahun 2019 dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, . . . , hal. 217.

¹¹ Ana Fitriani, Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 2019, www.repo.iaintulungagung.ac.id diakses pada tgl 1 April 2020 Pukul 19.00 WIB.

pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulunagagung. Dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan uji t, menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,244 > 1,664$.¹²

4. Pengaruh Tingkat Margin, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Tingkat Margin (X_1), Promosi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa Tingkat Margin yang di tanggung nasabah, Promosi yang dilakukan oleh lembaga, serta Kualitas pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri. Dengan rendahnya tingkat margin yang ditanggung oleh nasabah sekaligus didukung oleh Promosi yang disampaikan dengan baik oleh Lembaga serta kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan bagi nasabahnya. Sehingga pihak nasabah akan merasa puas dan memutuskan

¹² Sri Wulandari, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri KCP Tulungagung, 2019, www.repo.iaintulungagung.ac.id diakses pada tgl. 1 April 2020, Pukul. 10.30.

untuk mengambil pembiayaan murabahah pada Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri.

Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,048 dan tingkat *Probabilitas* sebesar 0,000. Dengan menggunakan taraf *signifikan* atau $\alpha = 5\%$ dan F_{tabel} 2,42 maka dapat disimpulkan bahwa menerima H_1 dan menolak H_0 , dikarenakan Probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 dan untuk $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $30,048 > 2,42$ ini artinya, secara tehas bahwa secara bersama-sama atau secara simultan variabel independen (Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri) atau hipotesis yang diajukan peneliti dapat diterima.

Berdasarkan teori menyatakan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain a) kualitas produk, Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhannya. b) kualitas layanan, Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai harapan. c) Emosional Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal. Kepuasan bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tersebut. d) Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. e) Biaya dan

kemudahan untuk mendapatkan produk atau suatu jasa. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.¹³

¹³ Handi Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICOSA*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2003), hal. 22-23.

