

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan dengan bantuan *SPSS 16.0 for windows*, maka akan dibahas tentang pengaruh variabel bebas yang berupa kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan dari pengujian data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan atau semakin unggul kualitas pelayanannya kepada nasabah atau anggota, maka akan semakin tinggi jumlah anggota yang menabung.

Penelitian ini relevan dengan teori menurut Wycof⁷⁵, bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, untuk memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan yang terintegrasi sehingga manfaat

⁷⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa...* hal. 59

yang besar akan diperoleh terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar. Kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi antara lain : *Tangible* (berwujud), *Reability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (empati).

Dalam penelitian ini juga menggunakan lima dimensi tersebut yang digunakan untuk instrumen penelitian, dan hasilnya bahwa kualitas pelayanan yang berdasarkan dimensi-dimensi tersebut bisa dikatakan baik, dan menjadikan pelayanan menjadi faktor yang berpengaruh dalam keputusan memilih menabung.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan⁷⁶, yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang.

Berangkat dari teori yang sudah dijelaskan, hasil dari penelitian ini maupun penelitian terdahulu yang relevan, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting, timbul keputusan atau tidaknya nasabah untuk menabung, bisa jadi dikarenakan faktor pelayanan itu sendiri. Hal ini dikarenakan pelayanan merupakan hal yang kasat mata, pelayanan yang baik dan memiliki kualitas yang unggul akan memberikan rasa nyaman kepada para anggota. Dalam penelitian ini kesimpulannya jika Koontren Al-Barkah

⁷⁶ Rizqa Ramadhani Tyas, Ari Setiawan, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan...

memberikan pelayanan yang kualitasnya baik bahkan lebih baik dari para pesaingnya maka akan menambah jumlah anggota yang menabung.

B. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung

Dari pengujian data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau baik citra merek yang diberikan oleh lembaga, maka akan semakin tinggi pula nilai nasabah terhadap lembaga keuangan tersebut.

Penelitian ini relevan dengan teori menurut Menurut Kotler dan Gary, bahwa citra merek adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.⁷⁷

Citra merek telah diterapkan oleh pihak Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung, hal ini ditunjukkan dari hasil survey kuesioner yang sudah peneliti lakukan bahwa citra merek berpengaruh dalam keputusan memilih menabung. Karena banyaknya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator citra pembuat (citra yang baik, pelayanan yang memuaskan), citra pemakai (mudah diingat dan digunakan), citra produk (ciri khas tersendiri, kualitas produk yang diberikan).

⁷⁷ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip*, hal. 260

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aditya Bagus Indratama dan Yessy Artanti⁷⁸, yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan Bank Syariah Mandiri.

Berangkat dari teori yang sudah dijelaskan, hasil dari penelitian ini maupun penelitian terdahulu yang relevan, hal ini menunjukkan bahwa citra merek suatu lembaga itu baik bagi para nasabahnya, karena jika citra merek tersebut baik maka akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan nasabah atau anggota untuk melakukan keputusan mengambil suatu produk tersebut. Karena melalui citra merek ini nasabah bisa mengenali produk, mengevaluasi kualitas serta mendapatkan kepuasan tertentu dari suatu produk.

C. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, faktor lokasi merupakan hal yang perlu diperhatikan. Tempat yang strategis, atau dekat dengan konsumen, akan memudahkan konsumen mendatangi tempat

⁷⁸ Aditya Bagus Indratama dan Yessy Artanti, Pengaruh Citra Merek...

dimana mereka bisa menentukan jasa yang konsumen butuhkan dan sebaliknya.

Penelitian ini relevan dengan teori menurut Menurut Fandy Tjiptono⁷⁹, lokasi usaha “adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penentuan lokasi seperti: akses lokasi, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas dan sebagainya.⁸⁰ Dengan hasil dalam penelitian ini faktor-faktor tersebut perlu untuk dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zakaria Harahap⁸¹, yang berjudul “Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah.

Berangkat dari teori yang sudah dijelaskan, hasil dari penelitian ini maupun penelitian terdahulu yang relevan, dengan pemilihan lokasi yang strategis seperti mudah ditemukan karena dekat dengan lembaga keuangan lain/ pasar/ kawasan industri/ berada dilingkungan yang nyaman karena dekat dengan sarana dan prasarana umum, maka hal ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan hal yang penting dan juga berpengaruh terhadap suatu usaha, dalam penelitian ini lokasi berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung.

⁷⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional...* hal. 96

⁸⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa...* hal. 159

⁸¹ Zakaria Harahap, *Pengaruh Produk dan Lokasi...*

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung

Berdasarkan hasil data uji F diperoleh bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ hal ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama kualitas pelayanan, citra merek, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung. Atau dengan kata lain hipotesis yang diajukan peneliti H_1 dapat diterima.

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dengan langkah-langkah keputusan konsumen sebagai berikut. *Pertama*, pengenalan masalah.⁸² Ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu keadaan di mana memerlukan keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Dalam hal ini suatu lembaga memiliki kesempatan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya yaitu dengan menyediakan produk tabungan yang bebas dari bunga. *Kedua*, pencarian informasi. Konsumen akan mencari informasi dari produk yang mereka butuhkan. Dalam hal ini lingkungan sangat berpengaruh. Apabila seorang konsumen tersebut lokasi rumah dekat dengan lembaga keuangan mungkin akan mudah untuk memperoleh informasi secara langsung di kantor, namun apabila konsumen yang berlokasi jauh dengan lokasi lembaga besar kemungkinan memperoleh informasi dari lingkungan sekitar. Dengan alternatif banyak produk yang digunakan dalam lingkungan

⁸² M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen...* hal. 27

konsumen berada. *Ketiga*, evaluasi alternatif. Terdapat kriteria evaluasi yang bermacam-macam tergantung pada produk atau jasa yang dievaluasi. Misalnya, konsumen juga mempertimbangkan lokasi, bukan hanya pertimbangan jauh dekatnya dari kantor atau jalan raya. Selain itu terdapat atribut yang digunakan untuk evaluasi salah satunya yaitu merek. Merek adalah nama penting bagi sebuah produk atau jasa. Merek produk yang sudah lama dikenal oleh konsumen telah menjadi sebuah citra bahkan simbol status bagi produk tersebut. *Keempat*, yaitu keputusan pembelian. Dari beberapa merek tersebut, citra merek yang baik tentu akan menjadi pilihan utama konsumen yang kemudian akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Dan tahap terakhir yaitu, perilaku pasca pembelian. Setelah merasakan tingkat kepuasan, konsumen akan melakukan pembelian ulang produk tersebut. Jadi, dari serangkaian langkah-langkah tersebut ketika ketiga variabel tersebut dapat menyatu dan perlu diperhatikan dengan baik, akan memperlancar proses nasabah atau anggota untuk memutuskan menabung di lembaga keuangan tersebut.

Jadi berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti dapat disimpulkan bahwa, secara simultan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung.