

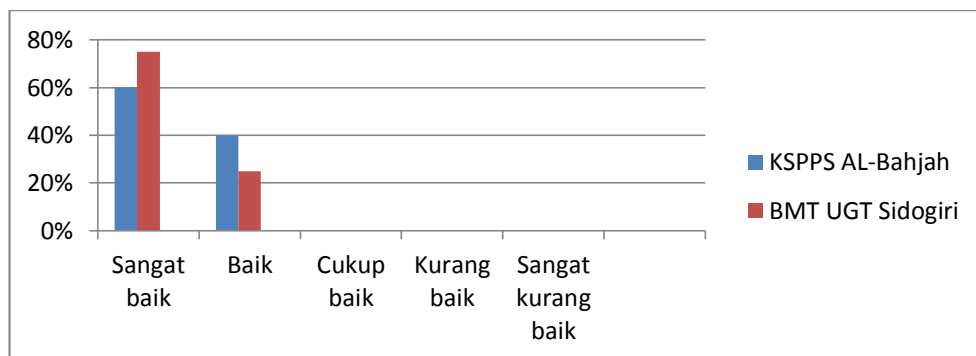
## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Analisis Perbandingan

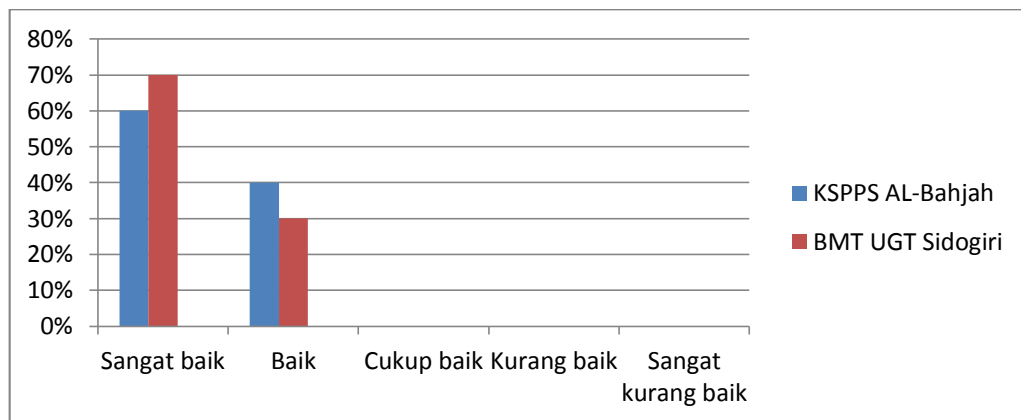
Berdasarkan hasil analisis tiap masing-masing lembaga tersebut, penulis memperoleh beberapa analisis perbandingan mengenai produk, harga, tempat, promosi, orang, promosi, proses, lingkungan fisik terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan mikro dalam perspektif manajemen pemasaran syariah pada KSPPS AL-Bahjah dan BMT UGT Sidogiri.:

Gambar 3 Grafik Produk KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



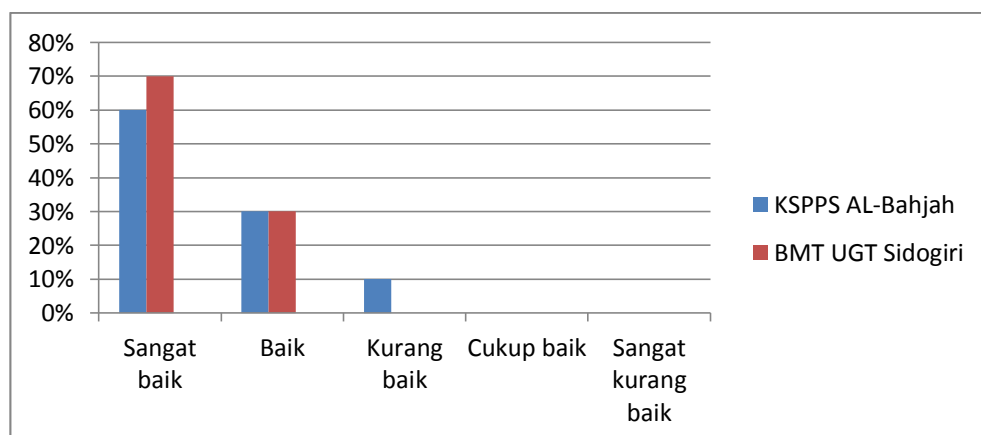
Berdasarkan grafik produk pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 60% anggota mengkategorikan produk AL-Bahjah sangat baik, dan 40% mengkategorikan produk AL-bahjah baik. Pada BMT UGT Sidogiri 75% anggota mengkategorikan sangat baik dan 25% mengkategorikan baik. Jadi produk pada BMT UGT Sidogiri lebih unggul daripada produk pada KSPPS AL-Bahjah.

Gambar 4 Grafik Harga KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



Berdasarkan grafik harga pembiayaan pada produk pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 60% anggota mengkategorikan sangat baik, dan 40% mengkategorikan baik. Pada BMT UGT Sidogiri 70% anggota mengkategorikan sangat baik dan 30% mengkategorikan baik. Jadi harga produk pembiayaan pada BMT UGT Sidogiri lebih menarik minat anggota daripada harga produk pada KSPPS AL-Bahjah.

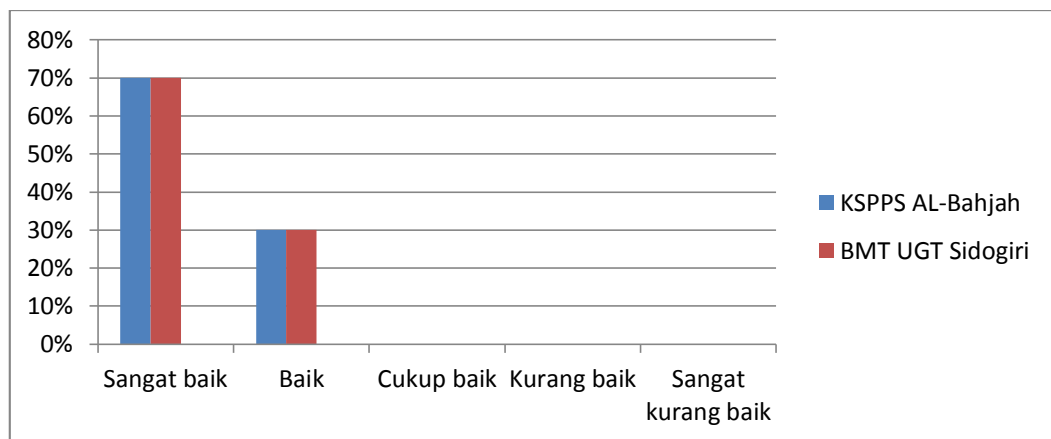
Gambar 5 Grafik Tempat KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



Berdasarkan grafik tempat pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 60% anggota mengkategorikan sangat

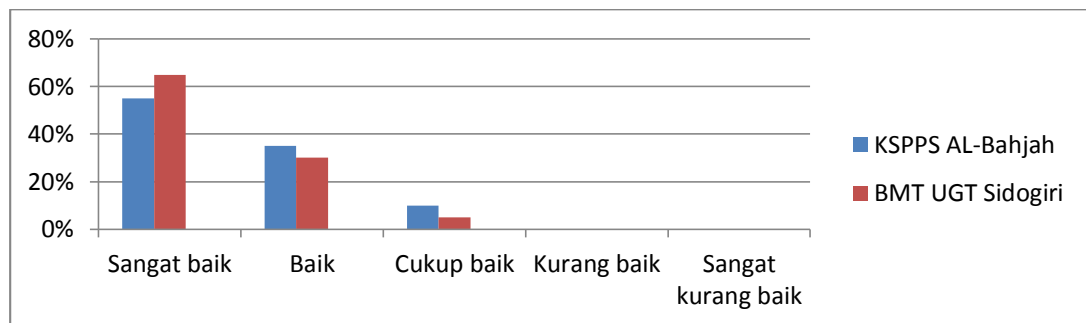
baik, 30% mengkategorikan baik, dan 10% mengkategorikan kurang baik. Pada BMT UGT Sidogiri 70% anggota mengkategorikan sangat baik dan 30% mengkategorikan baik. Jadi tempat pada BMT UGT Sidogiri lebih luas dan nyaman dari pada KSPPS AL-Bahjah yang tempat nya kurang luas

Gambar 6 Grafik Promosi KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



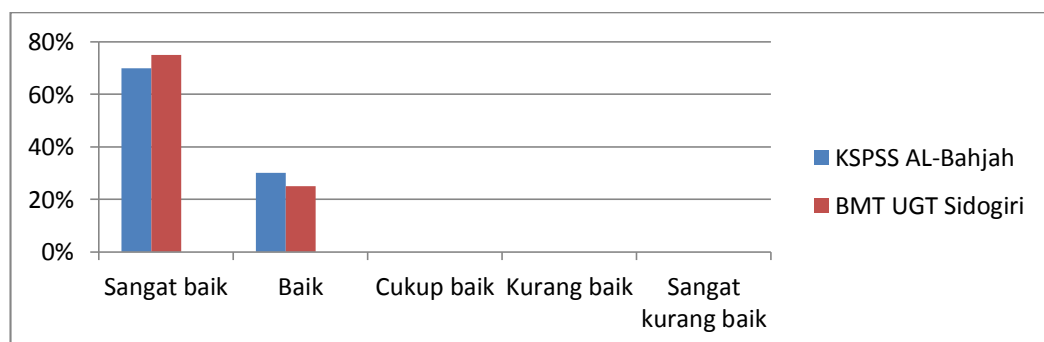
Berdasarkan grafik tempat pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 70% anggota mengkategorikan sangat baik dan 30% mengkategorikan baik,. Pada BMT UGT Sidogiri 70% anggota mengkategorikan sangat baik dan 30% mengkategorikan baik. Jadi promosi pada kedua lembaga ini telah dilakukan semaksimal mungkin yaitu dengan cara menyebarkan brosur, promosi melalui media sosial seperti facebook, radio, ataupun yang lainnya.

Gambar 7 Grafik Orang (pegawai) KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



Berdasarkan grafik orang pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 55% anggota mengkategorikan sangat baik, 35% mengkategorikan baik dan 10% mengkategorikan cukup baik,. Pada BMT UGT Sidogiri 65% anggota mengkategorikan sangat baik, 30% mengkategorikan baik dan 5% mengkategorikan cukup baik. Pada setiap orang memiliki sifat, sikap atau perilaku yang berbeda-beda. Jadi karakter pegawai pada BMT UGT Sidogiri lebih unggul daripada KSPPS AL-Bahjah.

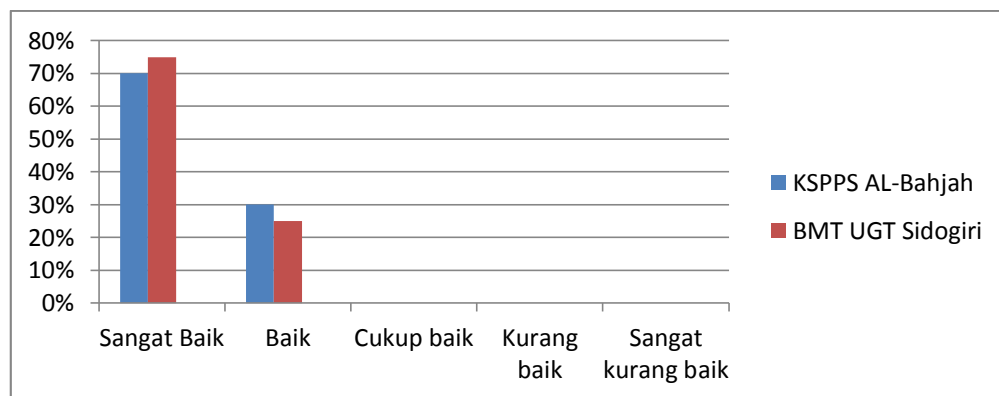
Gambar 8 Grafik Proses Pembiayaan KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



Berdasarkan grafik proses pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 70% anggota mengkategorikan sangat baik dan 30% mengkategorikan baik,. Pada BMT UGT Sidogiri 75% anggota mengkategorikan sangat baik dan 25% mengkategorikan baik. Pada setiap orang memiliki sifat,

sikap atau perilaku yang berbeda-beda. Pada Tahap proses pembiayaan melalui beberapa tahap yaitu pengisian formulir, perjanjian, survei dan dana cair. Dilihat dari grafik di atas klasifikasi sangat baik yaitu pada BMT UGT Sidogiri.

Gambar 9 Grafik Lingkungan fisik KSPPS AL-Bahjah dan UGT Sidogiri:



Berdasarkan grafik lingkungan fisik pada KSPPS AL-Bahjah menurut angket yang telah disebar ke anggota, 60% anggota mengkategorikan sangat baik dan 40% mengkategorikan baik,. Pada BMT UGT Sidogiri 75% anggota mengkategorikan sangat baik dan 25% mengkategorikan baik. Lingkungan fisik disini mencakup kualitas produk maupun penataan ruangan. Klasifikasi sangat baik yaitu pada BMT UGT Sidogiri.

## B. Pembahasan Rumusan Masalah

Berdasarkan temuan hasil penelitian dalam bentuk wawancara dan dokumentasi yang kemudian dilakukan analisis data temuan hasil penelitian akan dilakukan pembahasan sesuai dengan teori dan logika. Agar lebih terperinci dan terurai, maka dalam pembahasan ini akan disajikan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

1. Pembahasan Rumusan Masalah Produk Terhadap Keputusan Anggota Pengambilan Pembiayaan Murobahah pada KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Peneliti ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan Anggota pengambilan pembiayaan Murobahah pada KSPPS Al-Bahjah Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Jadi dapat disimpulkan pengaruh orang mampu mempengaruhi anggota lain dalam klasifikasi baik. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo BLitar) sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Jadi dapat disimpulkan pengaruh orang mampu mempengaruhi anggota lain dalam klasifikasi baik. Jadi kualitas produk adalah keunggulan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, termasuk keawetannya, keandalan, ketepatan, kemudahan pengguna dan perbaikan. Konsumen pada era sekarang pintar, mereka akan mengalihkan produk yang telah dikonsumsinya jika ada tawaran produk lain yang dengan harga relative sama memberikan kualitas yang lebih baik. Menurut Joseph M

Juran dalam buku yang dikutip Fandy Tjiptono, mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi atau pemakaian. Menurut Juran kualitas dapat dibangun dengan tahapan-tahapan tertentu yang jelas berbeda antara satu dengan yang lainnya, tergantung dengan produk yang akan dihasilkan. Pengendalian kualitas harus dilakukan agar kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama.<sup>86</sup>

2. Pembahasan Rumusan Masalah Harga Terhadap Keputusan Anggota Pengambilan Pembiayaan Murobahah Pada KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Berdasarkan penelitian dilakukan untuk untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan harga memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh harga dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Jadi dapat disimpulkan pengaruh harga mampu mempengaruhi anggota lain dalam klasifikasi baik. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar) menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota

---

<sup>86</sup> H. Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: ALFABETA, 2005), hlm. 181

banyak terpengaruh. Jadi dapat disimpulkan pengaruh orang mampu mempengaruhi anggota lain dalam klasifikasi baik. Dalam hal ini harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Jika salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Harga perlu disesuaikan dengan spesifikasi ataupun citra produk dipasaran. Konsumen tidak lagi sekedar membeli produk secara fisik atas dasar kebutuhan, tetapi lebih dari pada membeli fungsi, citra atau status. Sarana efektif untuk menentukan citra atau status produk yaitu harga.”Harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk dan jasa<sup>87</sup>. Harga. Menurut Kotler dan Amstrong ada dua faktor umum yang diperlu dipertimbangkan dalam penetapan harga, yaitu:

- a) Faktor internal perusahaan meliputi: tujuan pemasaran, perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya produksi.
- b) Faktor eskternal perusahaan meliputi: sifat pasar dan dan permintaan, adanya persaingan, kebijaksanaan dan peraturan pemerintah.

Definisi harga menurut harga adalah satu-satunya unsure dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Unsur-unsur lainnya jelas mengakibatkan keluarnya biaya. <sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Kotler & Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Alih Bahasa: Bob Sabran, M.M). Jakarta: penerbit Erlangga. (2008). hal. 345-346

<sup>88</sup> Lupiyoadi, R (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.



3. Pembahasan Rumusan Masalah Tempat Terhadap Keputusan Anggota Pengambilan Pembiayaan Murobahah pada KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Berdasarkan penelitian pengaruh tempat terhadap keputusan KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan tempat memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tempat dapat mempengaruhi untuk dapat melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Jadi dapat disimpulkan pengaruh tempat mampu mempengaruhi anggota lain dalam klasifikasi baik. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar) menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Jadi dapat disimpulkan pengaruh orang mampu mempengaruhi anggota lain dengan klasifikasi baik. Bahwa pemilihan lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dengan lokasi yang strategis dan bagaimana penyampaian jasa kepada pelanggan). Pemilihan tempat atau lokasi ini perlu mempertimbangkan berbagai faktor, yaitu akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum dan Visibilitas, yaitu lokasi yang dapat terlihat dengan jelas dan berada ditepi jalan.

Tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Menurut Lupiyoadi lokasi adalah dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk. Definisi lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlibat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.

#### 4. Pembahasan Rumusan Masalah Promosi Terhadap KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Peneliti ini dilakukan untuk mengetahui promosi terhadap anggota keputusan KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar) menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Promosi ini dilakukan oleh

perusahaan untuk mendorong konsumen agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Dalam kegiatan promosi setiap KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT SIDOGIRI (Cabang Lodoyo Blitar) berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Serta dalam bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk. Dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Promosi menurut Saladin yaitu suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Sedangkan promosi menurut Alma yaitu kegiatan untuk menyapaikan informasi, berkomunikasi dan menyakinkan masyarakat terhadap sesuatu. Promosi sebagai *“The coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea”* (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai dari pihak penjualan untuk membangun berbagai seluruh informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).

5. Pembahasan Rumusan Masalah Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Anggota Pengambilan Pembiayaan Murobahah Pada KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Berdasarkan penelitian pengaruh orang terhadap keputusan KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Artinya jika pengaruh orang semakin meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah* dan begitu juga sebaliknya. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar) menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Artinya jika pengaruh orang semakin meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah*, begitu juga sebaliknya jika tingkat pengaruh orang semakin menurun maka akan mengurangi tingkat keputusan anggota yang untuk mengambil pembiayaan *murobahah* di BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). Jadi orang mempunyai peranan penting untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas berhubungan dengan seleksi, training, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Jika kita mencermati sejarah hidup Muhammad, beliau adalah seorang pedagang professional. Dalam transaksi bisnisnya sebagai pedagang professional tidak ada pertengkaran antara Muhammad dan para pelanggannya. Itu artinya sikap professional

sangat diperlukan oleh para pemasar. Maka dari itu penempatan orang harus sesuai bidangnya, dan hendaknya tidak menyerahkan sesuatu dengan bidangnya, dan hendaknya tidak menyerahkan sesuatu urusan bukan kepada ahlinya. Al-Qur'an juga mengharuskan pemeluknya untuk berlaku sopan dalam setiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh, tetap harus berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik.

6. Pembahasan Rumusan Masalah Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Anggota Pengambilan Pembiayaan Murobahah Pada KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Berdasarkan penelitian pengaruh proses terhadap keputusan KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan proses memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh proses dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan. Artinya jika pengaruh proses meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah*, begitu juga sebaliknya. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar) menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan orang memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh orang

dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Artinya jika pengaruh proses meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah*, begitu juga sebaliknya jika tingkat pengaruh proses semakin menurun maka akan mengurangi tingkat keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah* di BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). Yang dimaksud proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan dan menentukan mutu kelancaran penyelenggaraan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunanya. Proses merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi jasa, terutama dalam bauran pemasaran jasa, hal ini dikarenakan banyak pelanggan yang sering kali menentukan keputusan pemilihannya terletak dari mudahnya proses selama, akan, sedang, ataupun setelah menggunakan jasa tersebut. Menurut Philip Kotler, Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan (order) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara unik atau khusus dalam melayani konsumennya. Yang dimaksud proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunanya.

7. Pembahasan Rumusan Masalah Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Anggota Pengambilan Pembiayaan Murobahah Pada KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar).

Berdasarkan penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan anggota KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar). KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan lingkungan fisik memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan fisik dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan *murobahah* yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Artinya jika pengaruh lingkungan semakin meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah*, begitu juga sebaliknya jika tingkat pengaruh lingkungan semakin menurun maka akan mengurangi tingkat keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah* di KSPPS AL-BAHJAH Tulungagung. Sedangkan BMT UGT Sidogiri (Cabang Lodoyo Blitar) menunjukkan sebagian besar anggota pembiayaan *murobahah* terpengaruh dengan lingkungan fisik memiliki klasifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan fisik dapat mempengaruhi untuk melaksanakan pembiayaan yang diperoleh dari anggota banyak terpengaruh. Artinya jika pengaruh lingkungan semakin meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan keputusan anggota untuk

mengambil pembiayaan *murobahah*, begitu juga sebaliknya jika tingkat pengaruh lingkungan semakin menurun maka akan mengurangi tingkat keputusan anggota untuk mengambil pembiayaan *murobahah* di BMT UGT Sidogiri. Karena dengan adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka jasa tersebut akan dipahami oleh pelanggan. Para pemasar dalam menciptakan layanan berkualitas perlu memperhatikan elemen layanan fisik sebagai berikut. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin, alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas dan lain lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk/jasa. Menurut Nirwana “fasilitas pendukung merupakan bagian dari pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting. Karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang memerlukan fasilitas pendukung di dalam penyampaian”. Hal ini akan semakin memperkuat keberadaan dari jasa tersebut. Karena dengan adanya fasilitas pendukung secara fisik, maka jasa tersebut akan dipahami oleh pelanggan. Para pemasar dalam menciptakan layanan berkualitas perlu memperhatikan elemen layanan fisik sebagai berikut. “Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin, alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas dan



lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk atau jasa.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Jay Hezer & Barry Render. *Operation Managemen*. (Alih Bahasa: Dwianoegrahwati Setyoningsih, Ibdra Almandhy). Jakarta: Penerbit Salemba Empat. (2006). hal. 332