

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti mengolah data dari hasil angket yang disebarkan secara langsung kepada nasabah Bank Muamalat KCU Kediri, jawaban yang dikelola responden dikelola datanya menggunakan IMB SPSS statistic 25 hasilnya adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Nasabah Mengajukan Akan Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada taraf signifikansi. Karena nilai signifikansi $< \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan menolak H_0 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah. Dan hasil uji t-tes dengan membandingkan T hitung jauh lebih besar dari tabel maka penolakan H_0 . Dari hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah

Menurut Kasmir, mengemukakan bahwa “Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui

telepon”.¹¹⁶ Teori ini terbukti dengan adanya penelitian kualitas pelayanan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri.

Kualitas pelayanan memberikan pengaruhnya karena kualitas pelayanan merupakan faktor utama untuk kemajuan kegiatan dalam pembiayaan murabahah di Bank. Peran kualitas pelayanan bagi perbankan sangat penting sebagai alat memperoleh nasabah yang membutuhkan jasa transaksi maupun kerjasama. Seorang konsumen atau nasabah adalah raja sehingga pelayanan yang baik memberikan pengaruh kembali atau tidaknya seorang nasabah untuk bertransaksi.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rini Kurniawati¹¹⁷, dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi, yang dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada 91 responden nasabah dari Bank BRI Syariah KCP Ngawi, dan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah.

Harapan pelanggan disini sangat besar sehingga harapan ini tidak boleh kurang dari ideal, oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi faktor utama karena persepsi mereka menentukan baik tidaknya suatu kualitas, dijelaskan

¹¹⁶ Teuku Aliansyah, dkk, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 1 No.1, November, hal. 33.

¹¹⁷ Rini Kurniawati, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi, Skripsi, 2019.

juga oleh Adya Barata Dipersepsikan baik dan memuaskan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya.¹¹⁸

Berdasarkan hasil kuesioner X1.1 dan X1.2 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator bukti fisik sebagai sesuatu yang dapat dilihat dengan mata dan dirasakan secara langsung oleh nasabah dari kualitas pelayanannya. Semakin baik kualitas pelayana yang dimiliki maka cenderung akan meningkatkan jumlah nasabah yang diterima juga semakin tinggi. Bukti fisik adalah merupakan suatu hal yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih sebuah pembiayaan¹¹⁹.

Selanjutnya untuk hasil kuesioner X1.3 dan X1.4 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator kendalan yang artinya pelayanan di Bank Muamalat dirasa bisa diandalkan dalam memberikan pelayanan. Karena setiap kenaikan kualitas pelayanan akan berpengaruh pada tingkat proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Begitu pula sebaliknya, setiap penurunan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap minat pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU

¹¹⁸ Atep Adya Barata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*, Jakarta : PT Elex Komputindo, hal. 39.

¹¹⁹ Kamaruddin Sellang Dkk, *Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik*, Pasuruan : CV Qiara Media, 2019, hal. 24.

Kediri. Keandalan adalah suatu komponen atau system akan sukses menjalankan fungsinya dalam jangka waktu dan kondisi tertentu¹²⁰

Selanjutnya untuk hasil kuesioner X1.5 dan X1.6 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator daya tangkap dimana daya tangkap merupakan kemampuan menerima dan memberikan reaksi terhadapnya apa yang dibutuhkan nasabah di Bank Muamalat.¹²¹ Karena setiap kenaikan kualitas pelayanan akan berpengaruh pada tingkat proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Begitu pula sebaliknya, setiap penurunan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap minat pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Daya tangkap yang cepat menjadi daya tarik nasabah untuk bisa kembali.

Indikator X1.7 dan X1.8 yaitu tentang empati dari karyawan mayoritas juga menjawab setuju dengan kualitas yang diberikan. Empati tersebut adalah wujud nyata dari sikap diri seorang karyawan terhadap respon dari nasabah. Oleh karena itu dengan empati ini berhasil menarik hati para nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Selanjutnya yaitu indikator X1.9 dan X1.10 yang mewakili pertanyaan dari indikator jaminan yaitu memberikan rasa percaya dan aman terhadap nasabahnya terutama dengan keamanan.¹²² Rasa aman yang dirasakan nasabah menjadikan nasabah mempercayakan transaksi di lembaga oleh karena itu kualitas pelayanan disini menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan nasabah.

¹²⁰ Ibid., hal. 24

¹²¹ Ibid., hal. 24

¹²² Ibid., hal. 24

Semakin besar kualitas pelayanan yang dimiliki lembaga maka nasabah akan semakin banyak, sehingga pendapatan dari peputaran uang yang diterima semakin besar. Karena konsumen lebih memilih mencari jasa yang memiliki kualitas pelayan terbaik dibandingkan dengan yang lainnya, dan pembiayaan murabahah sebagai pembiayaan yang dibutuhkan oleh para nasabah. Hal tersebut yang dapat mempengaruhi tingkat profit lembaga.

Maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan akan berpengaruh pada tingkat proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Begitu pula sebaliknya, setiap penurunan kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima pedagang di Bank Muamalat KCU Kediri

B. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri (kinerja, kesesuaian, fitur, estetika, daya tahan)

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada taraf signifikansi. Karena nilai signifikansi $< \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk menolak H_0 yang berarti kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembiayaan murabahah. Dan hasil uji t-tes dengan membandingkan T hitung jauh lebih besar dari tabel maka penolakan H_0 . Dari hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah nasabah.

Menurut Tjiptono produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.¹²³ Salah satu produk dari lembaga Bank Muamalat KCU Kediri adalah Pembiayaan murabahah dalam pembiayaan murabahah ini merupakan produk dari Bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang membutuhkan akad tersebut.

Pembiayaan murabahah merupakan salah satu solusi bagi masyarakat yang membutuhkan uang cepat, murabahah memiliki point positif yang hanya ada di akad murabahah ini yaitu memberikan bagi hasil di awal dengan keridhaan nasabah, seperti tenggang waktu bagi hasil yang diangsur sudah ditetapkan diawal akad bersama nasabah sehingga sangat terbuka dan transparan.

Bank juga harus mempertimbangkan kualitas produk pembiayaan murabahah, karena berhubungan dengan jasa dan pelayanan kepada seseorang dalam sebuah transaksi. Menurut Lupiyoadi yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran Jasa, kualitas ialah “keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”.¹²⁴

Produk ini menjadi salah satu variable yang paling utama dalam perbankan, menjadi penentu kembali tidaknya nasabah untuk bertransaksi

¹²³ Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1997, hal. 95.

¹²⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Salemba Empat Patria, 2001, hal. 144.

kembali. Menurut Orville, Mullins, Boyd dan Larrache apabila dalam suatu perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam persaingan pasar, maka perusahaan harus mengerti aspek-aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, indikator dari kualitas produk diantaranya:¹²⁵

Hal serupa juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Firdausa, yang membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh besar terhadap profit. Semakin lama pedagang menekuni bidang usahanya akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen dan semakin banyak pula relasi maupun pelanggan yang dijaring, hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh begitu juga dalam dunia perbankan.

Berdasarkan hasil kuesioner X2.1 dan X2.2 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator kinerja produk. Karena semakin baik kinerja dari produk, maka pengalaman seseorang akan semakin baik dan nama dari produk akan semakin dikenal banyak orang sehingga banyak orang yang datang untuk melakukan pembiayaan, hal ini akan berpengaruh terhadap bagi hasil sehingga dapat meningkatkan laba yang diterima.

Selanjutnya untuk hasil kuesioner X2.3 dan X2.4 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator kesesuaian produk. Karena produk murbahah

¹²⁵ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Pasuruan : CV Qiara Media, 2019, hal. 16.

yang dimiliki Bank dapat menunjang kebutuhan nasabah. Semakin cakap marketing dalam memasarkan produk maka bagi hasil yang didapatkan akan semakin besar.

Untuk hasil kuesioner X2.5 dan X2.6 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator Fitur dari produk Murabahah. Karena pengalaman seorang nasabah dapat berpengaruh terhadap pola pikir pengetahuan nasabah lainnya yang berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah dan laba. Semakin bagus fitur yang diberikan akan semakin meningkat pula informasi kualitas produk pembiayaan di perbankan.

Untuk hasil kuesioner X2.7 dan X2.8 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator estetika dimana estetika memberikan keselarasan dalam aturan-aturan kelayakan produk. Karena pengalaman seorang nasabah dapat berpengaruh terhadap pola pikir pengetahuan nasabah lainnya yang berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah dan laba. Semua memiliki dasar yang digunakan untuk menjalankan produknya.

Selanjutnya untuk hasil kuesioner X2.9 dan X2.10 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator daya tahan produk. Karena produk murabahah sudah semakin dikenal khalayak umum, dan segala kelayakan produknya . nasabah Bank Muamalat KCU Kediri sendiri rata-rata memilih akad murabahah, jadi mereka sudah mulai terbiasa. Dan para ka juga suryawan sudah mengetahui apa saja kebutuhan yang diperlukan nasabah. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat jumlah nasabah.

Maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan kualitas produk akan berpengaruh pada tingkat proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Begitu pula sebaliknya, setiap penurunan kualitas produk akan berpengaruh terhadap jumlah nasabah yang didapatkan di Bank Muamalat KCU Kediri.

C. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari pada taraf signifikansi. Karena nilai signifikansi $< \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan menolak H_0 yang berarti kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembiayaan murabahah. Dan hasil uji t-tes dengan membandingkan T hitung jauh lebih besar dari tabel maka penolakan H_0 . Dari hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif kepercayaan terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah.

Morgan dan Hunt menyatakan “*stated that trust exist only when one party has confidence in an exchange partner’s reliability and integrity*” menjelaskan bahwa “kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas”.¹²⁶ Begitu juga nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri nasabah dan perbankan saling bekerjasama karena adanya rasa saling kepercayaan pada keduanya.

¹²⁶ Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez. “Impact of sevice, qualit, trust and customer satisfaction on customer loyalty. *ABAC* Vol. 29, No. 1, (January-April), 2009. hal. 26.

Menurut Sumarwan, “kepercayaan merupakan kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu”. Mowen dan Minor mendefinisikan, “kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaat”.¹²⁷ Perspektif nasabah membentuk rasa percaya dengan akad yang dijalankan tersebut.

Kepercayaan nasabah dibentuk oleh nasabah sendiri melalui beberapa pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan terkait citra, reputasi dan kualitas pelayanan memiliki kekuatan untuk membentuk kepercayaan. Dalam sebuah bisnis, untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka pendek maupun panjang, kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat mempengaruhi.

Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Risma Dwi Astuti tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri berpengaruh.¹²⁸

Berdasarkan hasil kuesioner X3.1, X3.2 dan X3.3 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator bisa diandalkan Karena nasabah merasa perlu

¹²⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2002), hal. 135-136.

¹²⁸ Risma Dwi Astuti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri*, SKRIPSI 2020

untuk memilih pembiayaan yang tepat dan bisa diandalkan, hal ini digunakan untuk menambah tingkat keperluan nasabah. Semakin banyak kepercayaan yang digunakan berarti pekerjaan yang dilakukan semakin produktif. Kepercayaan nasabah meningkatkan kemauan nasabah untuk memutuskan pembiayaan murabahah.¹²⁹

Selanjutnya untuk hasil kuesioner X3.4, X3.5 dan X3.6 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator pengalaman sebelumnya, dimana rata rata nasabah yang mengisi kuisisioner sudah pernah bersinggungan dengan bank kemudian mengambil akad murabahah tersebut. Karena pernah bersinggungan dan merasakan pelayanan dari pihak bank mereka berpeluang datang kembali dengan transaksi yang lainnya, maka semakin banyak rasa percaya nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri semakin besar pula proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah.

Untuk hasil kuesioner X3.7 dan X3.8 rata-rata responden menjawab setuju pada indikator menerima resiko. Artinya responden pun juga paham dan pintar atas segala konsekuensi yang dia putuskan, keberanian tersebut muncul karena rasa kepercayaan kepada bank dari nasabah, terakhir yaitu kuisisioner X3.9 dan X3.10 tentang indikator aman dan yakin, mayoritas responden menanggapi setuju karena mereka sudah menjalani langsung dan bekerja sama dengan pihak bank dalam akad.

¹²⁹ Barnes, James G., *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta. 2003, hal. 149.

Karyawan di Bank Muamalat KCU Kediri dapat menambah kepercayaan mereka dengan cara mengoptimalkan pelayanan yang diberikan. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan kepercayaan akan berpengaruh pada tingkat proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Begitu pula sebaliknya, setiap penurunan kepercayaan akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima pedagang di Bank Muamalat KCU Kediri.

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan Murabahah

Dari hasil uji F yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa tinggi rendahnya kualitas pelayanan akan mempengaruhi proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri secara signifikan dengan arah positif. Kualitas produk akan mempengaruhi proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri secara signifikan dengan arah positif. Kepercayaan akan mempengaruhi proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri secara signifikan dengan arah positif. Kompetensi wirausaha akan mempengaruhi proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat KCU Kediri secara signifikan

dengan arah positif.

Akad Murabahah menjadi akad yang banyak dibutuhkan nasabah, akad murabahah Menurut Adiwarman Karim¹³⁰ adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (Margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sementara itu, menurut PSAK No. 102¹³¹, *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan harga barang tersebut kepada pembeli.

Kebutuhan nasabah untuk membeli suatu barang karena membutuhkan uang cepat dan karakteristik nasabah pasti menginginkan kualitas yang baik dan produk yang tepat sehingga kepercayaan pun terbangun untuk menjalankan kegiatan tersebut. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.¹³²

Sedangkan menurut Baron,¹³³ mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses terjadinya identifikasi masalah, menetapkan tujuan pemecahan, pembuatan keputusan awal, pengembangan dan penilaian alternatif-alternatif, serta pemilihan salah satu alternatif yang kemudian dilaksanakan dan ditidakanjuti. Menurut Kotler dan Keller konsumen dalam

¹³⁰ A. Karim, Adiwarman. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*. (Jakarta: Gema Insani Press. 2001) hal 113

¹³¹ accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/ PSAK No. 102

¹³² (Sofjan Assauri,2004:141)''.

¹³³ Robert A. Baron dan Donn Byrne, *social psychology: understanding human interaction*, (Boston: Allyn & Bacon, 1986) hal. 69

melakukan keputusan pembelian ada lima tahapan yaitu: ¹³⁴ Begitu juga analisa pengambilan proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan oleh nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri sebagai berikut,

f. Pengenalan masalah

Secara psikologis nasabah sedang mengalami masalah atau kesulitan dalam keuangan sehingga masalah tersebut mendorong untuk mencari solusi pembiayaan yang dibutuhkan di Bank

g. Pencarian informasi

Kemudian nasabah akan mencari informasi dimana tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan melalui banyak orang, bisa orang terdekat, teman maupun tetangga.

h. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif merupakan proses dimana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Nasabah menggunakan perhitungan yang cermat dan logis dalam memproses informasi untuk sampai pada pilihannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi akan dinilai dan diseleksi menjadi satu alternatif pembelian yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.¹³⁵

i. Keputusan pembelian,

¹³⁴ (2007:234-243)

¹³⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012) hal. 222-229

Nasabah untuk melakukan akad pembiayaan murabahah akan menjumpai keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pelayanan, dan cara pembayarannya.

j. Perilaku pasca pembelian.

Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli terhadap produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Bisa gepok tular kepada orang lain baik itu hal baik maupun hal buruk.

Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Risma Dwi Astuti tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri berpengaruh.¹³⁶

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap proses keputusan nasabah mengajukan akan pembiayaan murabahah.

¹³⁶ Risma Dwi Astuti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri*, SKRIPSI 2020