

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah)

Berdasarkan hasil pengujian data yang didasarkan pada hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah). Signifikan dapat diartikan bahwa citra perusahaan sangat berhubungan dengan minat masyarakat/ nasabah. Yang berarti apabila citra perusahaan mengalami kenaikan maka akan diikuti dengan kenaikan minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah), begitupula sebaliknya apabila citra perusahaan penurunan maka akan diikuti oleh penurunan minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menurut Philip Kotler, yang menyatakan bahwa “citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat pikiran masyarakat tentang suatu organisasi”.¹¹¹ Jadi dalam hal ini apabila perusahaan/ lembaga keuangan mampu menunjukkan kesan/ citra perusahaan yang baik di benak nasabah maka akan mendorong minat nasabah melakukan pembiayaan di bank tersebut, dan sebaliknya apabila perusahaan/

¹¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Prenhanlindo, 2007), hal. 94

lembaga keuangan menunjukkan kesan/ citra perusahaan yang tidak baik di benak nasabah maka akan mendorong nasabah untuk tidak berminat melakukan pembiayaan di bank tersebut.

Menurut Anggoro citra perusahaan merupakan citra organisasi secara meluas, citra yang dimaksudkan disini bukan hanya dari segi pelayanannya maupun produknya saja melainkan secara keseluruhan yang dilakukan organisasi tersebut. Riwayat masa lampau perusahaan yang baik dan prestasi-prestasi yang pernah diraih merupakan faktor-faktor yang dapat meningkatkan citra perusahaan.¹¹²

Berdasarkan hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa citra perusahaan yang terdiri dari beberapa indikator yaitu *personality*, *reputation*, *value* dan *identity* menyatakan adanya pengaruh terhadap minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah*. Hal ini menandakan bahwa menurunnya pelayanan, kualitas produk maupun keseluruhan yang dilakukan suatu organisasi dalam membentuk citra perusahaan maka nasabah yang menjadi anggota bank syariah juga akan menurun begitupun sebaliknya jika kegiatan pelayanan, kualitas produk maupun keseluruhan yang dilakukan suatu organisasi dalam membentuk citra perusahaan mengalami peningkatan maka calon nasabah yang akan bergabung menjadi anggota bank syariah juga akan meningkat. Citra perusahaan dalam sebuah perusahaan atau lembaga keuangan khususnya di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah) sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dengan demikian, citra perusahaan berpengaruh sangat besar pada aspek-aspek fundamental dari minat dan keputusan menjadi nasabah pada suatu lembaga keuangan.

¹¹² M Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*,. (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal.59

Hasil dari penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah yang menunjukkan hasil bahwa variabel citra perusahaan dapat meningkatkan minat nasabah menabung dan loyalitas di Bank Syariah Mandiri.¹¹³ Hal ini dikarenakan citra perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor diluar kontrol perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi yang berkembang dalam benak publik mengenai realita (yang terlihat) dari perusahaan itu. Jadi citra perusahaan adalah kesan atau persepsi seseorang mengenai realita dari perusahaan yang muncul dari pengetahuan dan pengalaman.

Dalam penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa ketika citra perusahaan memiliki kesan yang baik dan positif dalam benak nasabah maka pengaruhnya citra tersebut akan selalu baik. Penempatan citra di benak nasabah harus selalu dilakukan secara terus-menerus agar citra yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Sehingga ketika nasabah merasa puas dengan produk tersebut maka akan membuat nasabah memilih menjadi nasabah di bank tersebut dan untuk jangka panjang akan tercipta loyalitas nasabah terhadap bank syariah.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah)

¹¹³ Nurul Khotimah, *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)*, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 05, No. 01, Tahun 2018

Berdasarkan hasil pengujian data yang didasarkan pada hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah). Signifikan dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan minat masyarakat/ nasabah. Yang berarti apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka akan diikuti dengan kenaikan minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah), begitupula sebaliknya apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan maka akan diikuti oleh penurunan minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah).

Hasil penelitian sesuai dengan teori yang ada didalam jurnal Andriani Kusumawati yang menyatakan bahwa: Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.¹¹⁴

Jadi dalam hal ini jika perusahaan/ lembaga keuangan mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan maka secara otomatis pelanggan merasa puas dan harapannya dapat terpenuhi sehingga nasabah akan tetap menjadikan lembaga keuangan tersebut sebagai lembaga keuangan pilihan, begitupula sebaliknya jika perusahaan/ lembaga keuangan

¹¹⁴ Andriani Kusumawati, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis, No. 1, (Oktober 2014), hal. 3

tidak mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan maka secara otomatis pelanggan akan merasa tidak puas dan harapannya tidak dapat terpenuhi dengan baik sehingga nasabah tidak akan menjadikan lembaga keuangan tersebut sebagai lembaga keuangan pilihannya.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ewi Anggun Syahfutri yang menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu.¹¹⁵

Dalam penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam menarik minat nasabah. Karena dengan pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan harapan yang diberikan kepada nasabah maka dapat meningkatkan jumlah nasabah.

C. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah)

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah). Hal ini dapat diartikan bahwa kedua variabel di atas meningkat secara bersama-sama, yaitu citra perusahaan dan kualitas pelayanan akan menaikkan minat

¹¹⁵ Ewi Anggun Syahfutri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu*, (Bengkulu: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* dan sebaliknya.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa apabila citra perusahaan dan kualitas pelayanan meningkat maka minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* akan meningkat pula. Hal ini dikarenakan bahwa semakin baik citra perusahaan yang ditunjukkan/ diberikan bank terhadap nasabah maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah). Dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk memilih/ menjadi nasabah pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRISyariah).