

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Memilih Kopontren

Atribut Produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk menghimpun dana yaitu simpanan atau tabungan wadiah, yang merupakan simpanan murni yang dititipkan kepada lembaga keuangan. Produk simpanan merupakan produk yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan kepada anggota untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pilihan yang dapat dimanfaatkan anggota. Produk merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Dengan adanya produk atau jasa yang ditawarkan maka akan menarik anggota maupun masyarakat untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut.

Dari hasil penelitian, atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai hasil dari pengujian statistik, pada nilai tabel *Coefficients* diperoleh nilai probabilitas yang lebih kecil dari α dan diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak, maka ada pengaruh yang signifikan antara atribut produk terhadap keputusan memilih Kopontren atau lembaga keuangan syariah, dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin

baik strategi atribut produk yang diterapkan oleh lembaga maka akan semakin tinggi keputusan untuk memilih lembaga.

Dengan hasil yang positif dan signifikan antara atribut produk terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi, maka keputusan memilih Kopontren sangat dipengaruhi oleh strategi produk yang diterapkan lembaga. Apabila produk yang ditawarkan menarik serta memberikan banyak manfaat kepada para penggunanya, maka yang memilih lembaga tersebut akan meningkat. Dan begitu juga sebaliknya apabila produk yang ditawarkan tidak menarik dan tidak memberikan manfaat kepada penggunanya, maka yang memutuskan untuk memilih lembaga tersebut akan menurun. Oleh sebab itu, untuk menarik masyarakat maupun anggota agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan hendaknya Kopontren Al-Barkah memberikan produk yang menarik dan produk yang memberikan banyak manfaat kepada para penggunanya.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler yang menyatakan bahwa produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹ Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.² Jadi salah satu yang mempengaruhi pengambilan keputusan

¹ Kasmir. *Pemasaran Bank*...Hal 135 -136

² *Ibid.*, Hal. 136

adalah produk itu sendiri. Kebanyakan konsumen akan menyukai dan memilih produk yang menawarkan mutu yang terbaik.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ichwan, bertujuan untuk mengetahui antara pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel atribut produk yang terdiri dari harga, pelayanan, keistimewaan dan rasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengunjung *food court* royal plaza Surabaya.³

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kopontren

Dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka dapat diupayakan dengan menyiapkan SDM yang berkualitas. Sumber daya manusia atau pengelola merupakan orang yang berperan dalam menjalankan semua tujuan suatu organisasi, pengelola yang berkualitas merupakan pengelola yang memiliki kemampuan baik kemampuan atau kualitas fisik maupun kualitas non fisik yang meliputi kemampuan dalam memberikan pelayanan maupun kemampuan-kemampuan yang lainnya.

Dari hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi. Hal

³Choirul Ichwan, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Unesa. 2011. Diakses di <http://ejournal.unesa.ac.id> tanggal 20/07/2016 (17:13)

tersebut dibuktikan dengan nilai hasil dari pengujian statistik, pada nilai tabel *Coefficients* diperoleh nilai probabilitas yang lebih kecil dari α dan diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak, maka ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih Kopontren atau lembaga keuangan syariah, dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga maka akan semakin tinggi tingkat keputusan untuk memilih lembaga.

Dengan hasil yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi, maka keputusan memilih Kopontren dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila SDM atau Pengelola memiliki kualitas atau kemampuan yang baik, baik dalam kemampuan fisik maupun kemampuan nonfisik dalam memberikan pelayanan kepada para anggotanya, maka semakin baik pula anggota dalam mengambil keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi. Dan sebaliknya, apabila SDM atau Pengelola tidak memiliki kualitas atau kemampuan yang baik, maka anggota yang mengambil keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi juga tidak akan baik. Oleh sebab itu, untuk menarik anggota agar mengambil keputusan untuk memilih Kopontren hendaknya Kopontren Al-Barkah Wonodadi menyiapkan SDM atau Pengelola-pengelola yang berkualitas baik, dengan sedikit mengupayakan melalui *training* atau pelatihan kepada para pengelolanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kecenderungan praktis dalam memaknai profesionalitas seorang praktisi lembaga keuangan syariah, seperti kemampuan memberikan pelayanan yang baik, sistematis dan sesuai syariah, mampu menarik perhatian dan partisipasi masyarakat untuk menabung dan mengakses lembaga keuangan syariah, meningkatkan *performance* lembaga keuangan syariah.⁴ Dengan demikian maka, SDM atau Pengelola lembaga keuangan syariah yang berkualitas sangat diperlukan untuk menarik perhatian dan partisipasi masyarakat untuk memutuskan mengakses lembaga keuangan syariah tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chotimah, bertujuan untuk menguji pengaruh antara produk, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah di Surakarta. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah. Sedangkan produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah.⁵

⁴ Kwat Ismanto. *Manajemen Syariah...* Hal 236

⁵ Chusnul Chotimah. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2014. Diakses di <http://eprints.ums.ac.id> diakses tanggal 30/10/2015 (17:21)

C. Pengaruh Pengetahuan Anggota Terhadap Keputusan Memilih Kopontren

Pengetahuan anggota merupakan hal yang juga dinilai sangat penting dalam menjalankan program di lembaga keuangan. Seperti halnya pada lembaga simpan pinjam, ketika anggota maupun masyarakat mengetahui tentang produk yang ditawarkan, mengetahui bagaimana pembukaan rekening, mengetahui berapa besar biaya administrasi yang harus dikeluarkan untuk pembukaan rekening serta bagaimana cara melakukan penarikan pada simpanannya, maka anggota akan lebih memahami proses maupun prinsip yang diterapkan oleh lembaga keuangan tersebut.

Dari hasil penelitian, pengetahuan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai hasil dari pengujian statistik, pada nilai tabel *Coefficients* diperoleh nilai probabilitas yang lebih kecil dari α dan diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak, ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan anggota terhadap keputusan memilih Kopontren atau lembaga keuangan syariah, dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin tinggi pengetahuan anggota maka juga semakin tinggi pula keputusan memilih lembaga tersebut.

Dengan hasil yang positif dan signifikan antara pengetahuan anggota terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi, maka keputusan memilih Kopontren dipengaruhi oleh pengetahuan anggota.

Semakin baik pengetahuan anggota mengenai produk, prosedur pembukaan rekening, biaya administrasi dan cara penarikan simpanannya maka semakin baik pula anggota dalam mengambil keputusan untuk memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi. Dan sebaliknya, ketika anggota tidak mengetahui produk, prosedur pembukaan rekening, biaya administrasi dan cara penarikan simpanannya maka kemungkinan anggota yang mengambil keputusan untuk memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi sangat sedikit. Oleh sebab itu, untuk menarik minat anggota agar mengambil keputusan untuk memilih Kopontren hendaknya Kopontren Al-Barkah Wonodadi meningkatkan pengetahuan anggota melalui pemberian informasi yang jelas.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Engel et al yang berpendapat bahwa konsumen dapat dipengaruhi perilakunya menurut kehendak pihak yang berkepentingan. Selanjutnya Engel juga menyebutkan seikitnya ada tiga faktor yang menjadi determinan variasi penentu keputusan konsumen. Salah satu dari faktor tersebut adalah pengaruh individu yang termasuk di dalamnya adalah faktor pengetahuan. Dan menurut Engel et al, pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga, yaitu pengetahuan produk, pembelian dan pemakaian.⁶

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gaffar, bertujuan mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Analisis data yang digunakan

⁶ Achmad Almuham Gaffar. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (studi kasus nasabah pada bank muamalat cabang makasar)*. Universitas Hasanuddin Makasar. 2014. Diakses di <http://repository.unhas.ac.id> tanggal 30/10/2015 (17:22)

adalah secara deskriptif untuk menjelaskan data penelitian dan deskripsi penelitian, sedangkan untuk menganalisis data kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah.⁷

D. Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Anggota Terhadap Keputusan Memilih Kopontren

Dalam menguji pengaruh atribut produk, kualitas pelayanan dan pengetahuan anggota terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi, peneliti menguji dengan uji F, yaitu dilihat dari tabel (*ANNOVA*) bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai probabilitas lebih kecil dari α . Dengan pedoman yang digunakan adalah : jika Sig. lebih kecil dari α maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini dapat diartikan bahwa ketiga variabel antara atribut produk, kualitas pelayanan dan pengetahuan anggota secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi. Maka model regresi bisa digunakan untuk memprediksi besarnya keputusan memilih Kopontren Al-Barkah Wonodadi Blitar.

⁷ Achmad Almuhrum Gaffar. *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (studi kasus nasabah pada bank muamalat cabang makasar)*. Universitas Hasanuddin Makasar. 2014. Diakses di <http://repository.unhas.ac.id> tanggal 30/10/2015 (17:22)