

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Peneliti mengolah data dari hasil jawaban responden atas anget yang disebarakan kepada nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, pengolahan data tersebut diolah secara manula dengan bantuan Microsoft Excel dan SPSS 16.

#### **A. Sikap Konsumen terhadap Atribut yang Dimiliki Produk Tabungan Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung.**

sikap konsumen adalah factor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (Belief) dan perilaku konsumen (Bahavior). Pembentukan sikap kunsumen (Consumer attitude formation) seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap, dan perilaku konsumen. Kepercayaan, sikap, dan perilaku juga terkait dengan konsep atribut produk (product attribute). Atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk. Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk. Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atribut, dan manfaatnya. Maka berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap.

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki produk tabungan di bank muamalat indonesia cabang pembantu Tulungagung. Hasil dari jawaban responden atas angket yang disebarakan menunjukkan keyakinan responden menganggap kualitas pelayanan (1,33) sangat disetujui dan paling baik penilaiannya, diikuti dengan bagi hasil (1,05), kualitas produk (0,98), keamanan tabungan (0,88), citra (0,85), sesuai syariat Islam (0,63), biaya administrasi (0,55), dan kerahasiaan nasabah (0,43). Sedangkan pada kolom evaluasi dapat dilihat bahwa responden menganggap hal yang paling dipertimbangkan untuk menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung adalah nilai yang paling tinggi adalah Kualitas pelayanan (1,23), dengan diikuti bagi hasil (1,06), keamanan tabungan (1), biaya administrasi (0,96), kualitas produk (0,88), citra (0,75), sesuai syariat Islam (0,66), dan kerahasiaan nasabah (0,6).

Dari perhitungan keyakinan dan evaluasi terhadap atribut produk tabungan di Bank Muamalat KCP Tulungagung dapat disimpulkan untuk nilai tertinggi atribut yang diyakini oleh nasabah adalah kualitas pelayanan dengan skor 1,33, dan untuk evaluasi nasabah dalam memilih tabungan di Bank Muamalat KCP tulungagung adalah pada atribut kualitas pelayanan dengan skor tertinggi yaitu 1,23. Berdasarkan skala perhitungan nilai sikap terhadap atribut produk tabungan termasuk dalam kategori baik dengan skor 6,29. Dapat dikatakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Tulungagung dinilai baik dari hasil perhitungan melalui keyakinan dan

evaluasi terhadap atribut yang dimiliki oleh produk tabungan dengan keunggulan atribut kualitas pelayanan yang dimiliki oleh produk tabungan di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

**B. Bagaimana perilaku konsumen terhadap atribut produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung?**

Saat ini konsumen begitu dimanjakan dengan berbagai produk yang dapat dipilih untuk memenuhi kebutuhan. Era produsen mengendalikan konsumen telah berlalu dan telah digantikan dengan era dimana konsumen memegang kendali. Konsumen yang mendikte produk apa yang seharusnya diproduksi oleh perusahaan. Perusahaan harus berfokus pada konsumen, konsumen adalah bagian terpenting dari perusahaan. Konsumen lebih penting dari pada kekasih (istri atau pacar), orang bisa hidup tanpa kekasih tetapi perusahaan tidak bisa hidup tanpa konsumen. Oleh karena itu perusahaan perlu mengerti bagaimana konsumennya berperilaku. Pada dasarnya perilaku konsumen merupakan tindakan atau perilaku, termasuk di dalamnya aspek-aspek yang mempengaruhi tindakan itu, yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) guna memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil penelitian tentang perilaku konsumen terhadap atribut produk yang dimiliki produk tabungan di Bank Muamalat KCP Tulungagung. Hasil jawaban dari responden atas angket yang disebarkan menunjukkan hasil dari analisa norma subjektif keyakinan normative teman (1,05) lebih banyak memberikan saran dibandingkan promosi(0,83),

dan keluarga (0,75) untuk menabung di Bank Muamalat KCP Tulungagung, dan motivasi responden lebih mengikuti pendapat teman (0,73) dibanding keluarga(.,45) dan promosi (0,31). Berdasarkan paparan data hasil penelitian diketahui nilai tertinggi pada perilaku konsumen adalah teman dengan nilai (0,76), jadi factor eksternal konsumen lebih dipengaruhi oleh teman.

Nilai  $B \sim BI$  adalah positif (4,321) maka dapat dikatakan bahwa konsumen mempunyai perilaku positif artinya konsumen (nasabah) akan dan tetap menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Tulungagung.