

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket (kuesioner) yang diajukan kepada nasabah BMT Dinar Amanu Panjerejo Rejotangan Tulungagung dan diisi oleh para nasabah, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

A. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas adalah sesuatu yang unggul, mahal harganya (ukuran) baik buruk atau derajat (kepandaian, kecerdasan), kualitas.¹ Penafsiran tersebut jika diselaraskan dengan pelayanan akan dapat diartikan sebagai tingkat keseragaman yang dapat diramalkan dan diandalkan, disesuaikan dengan kebutuhan serta dapat diterima oleh pelanggan (*customer*). Menurut Garvin, definisi mutu juga seharusnya bergeser sebagai barang dan jasa, berpindah melalui proses desain dan transformasi dan menuju titik pengiriman. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah².

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah pada BMT Dinar Amanu. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} nilainya sebesar 0,991. Sementara itu, t_{tabel} dengan taraf

¹ Emilia Setyoningtyas, Kamus Trendy Bahasa Indonesia. (Surabaya: Apollo, 2002), hal. 311

² Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 15

signifikansi 0,05 diperoleh nilai 2,013. Sehingga perbandingan keduanya menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau $0,199 < 2,013$. Untuk nilai signifikansi t untuk kualitas layanan adalah 0,325 dan nilai tersebut lebih besar dari probabilitas 0,05 atau $0,325 > 0,05$.

Tidak berpengaruhnya variabel kualitas layanan disini bisa saja terjadi karena kurang adanya pelayanan yang sesuai seperti keinginan oleh para nasabahnya. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati, dan berwujud. Dari semua faktor tersebut nasabah menilai belum adanya kenyataan dari yang telah diwujudkan oleh nasabah. Kualitas pelayanan menilai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT.

Lady Octavia Limbong, dengan judul penelitian “Pengaruh Mutu Pelayanan dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Cabang Bogor”. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat,. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sama-sama membahas tentang kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan membedakan dari judul ini yaitu tidak membahas tentang fasilitas produk.³ Dalam penelitian ini terdapat signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

³Lady Octavia Limbong, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Bogor” dalam <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/52239>, diakses 11 Desember 2016

B. Pengaruh Fasilitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Fasilitas merupakan salah satu kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh pihak BMT Dinar Amanu agar nasabah dapat mempermudah dalam bertransaksi. Dalam pemilihan fasilitas yaitu suatu hal yang dianggap penting, karena dengan fasilitas merupakan gengsi dan harga diri yang harus diprioritaskan dalam sikap mental dan tingkah laku atau sebagai sistem budaya yang sangat akrab sifatnya. Promosi saat ini juga merupakan hal yang penting, karena banyak lembaga keuangan yang berusaha untuk menarik nasabah dengan memberikan hadiah yang beraneka ragam⁴.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada BMT Dinar Amanu. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} nilainya sebesar 3,818. Sementara itu, untuk t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai 2,013. Sehingga perbandingan keduanya menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $3,818 > 2,013$. Untuk nilai signifikansi t untuk fasilitas produk adalah 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05 atau $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erike Youlandha Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri

⁴ Simamora, Henry, 2000, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.

Cabang Pasuruan” oleh. hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan keandalan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan.

Setiap karyawan BMT diuntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, sehingga mereka dapat memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan dasar dasar pelayanan lainnya.

C. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Produk Secara Bersamaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas adalah sesuatu yang unggul, mahal harganya (ukuran) baik buruk atau derajat (kepandaian, kecerdasan), kualitas.⁵Penafsiran tersebut jika diselaraskan dengan pelayanan akan dapat diartikan sebagai tingkat keseragaman yang dapat diramalkan dan diandalkan, disesuaikan dengan kebutuhan serta dapat diterima oleh pelanggan (*customer*). Menurut Garvin, definisi mutu juga seharusnya bergeser sebagai barang dan jasa, berpindah melalui proses desain dan transformasi dan menuju titik pengiriman. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah⁶.

Fasilitas merupakan salah satu kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh pihak BMT Dinar Amanu agar nasabah dapat

⁵ Emilia Setyoningtyas, Kamus Trendy Bahasa Indonesia. (Surabaya: Apollo, 2002), hal. 311

⁶ Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 15

mempermudah dalam bertransaksi. Dalam pemilihan fasilitas yaitu suatu hal yang dianggap penting, karena dengan fasilitas merupakan gengsi dan harga diri yang harus diprioritaskan dalam sikap mental dan tingkah laku atau sebagai sistem budaya yang sangat akrab sifatnya. Promosi saat ini juga merupakan hal yang penting, karena banyak lembaga keuangan yang berusaha untuk menarik nasabah dengan memberikan hadiah yang beraneka ragam⁷.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah pada BMT Dinar Amanu. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} nilainya sebesar 0,991. Sementara itu, untuk t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai 2,013. Sehingga perbandingan keduanya menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau $0,991 < 2,013$. Untuk nilai signifikansi t untuk kualitas layanan adalah 0,325 dan nilai tersebut lebih besar dari probabilitas 0,05 atau $0,325 > 0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada BMT Dinar Amanu. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa t_{hitung} nilainya sebesar 3,818. Sementara itu, untuk t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai 2,013. Sehingga perbandingan keduanya menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $3,818 > 2,013$. Untuk nilai signifikansi t untuk fasilitas produk adalah

⁷ Simamora, Henry, 2000, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.

0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05 atau $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Aryani Dan Febrina Rosinta Penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan keandalan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.