

BAB V

PEMBAHASAN

A. Faktor produk yang dipertimbangkan nasabah pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor produk inti menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor produk telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor produk menjadi faktor ketiga yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Anggota dari faktor produk jasa yaitu proses penyampaian dan produk inti.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suryani dengan judul Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta word of mouth positif. berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variasi word of mouth positif dalam bentuk dapat dijelaskan oleh variabel diskriminan *product, promotion, people, physic, dan process*.¹

¹ Suryani, *Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta word of mouth positif di PT Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Medan*, Jurnal: Vol. 7, No. 1, Juni 2013

Menurut kuat supriyono, menyatakan bahwa produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjual belikan dalam *marketing*.² Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk merupakan kesan atau pendapat seseorang baik atau buruk tentang suatu produk, baik dari desain produk, kualitas produk, dan manfaat produk bagi nasabah yang dapat memenuhi kebutuhannya.

B. Faktor harga dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor produk telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor harga menjadi faktor pertama yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Setelah digeneralisasi, faktor harga bergabung dengan faktor proses, Anggota dari faktor harga dan proses yaitu struktur biaya, divergency, elastis permintaan, *complexity* (kompleksitas).

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suryani dengan judul Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta *word of mouth positif*. berdasarkan analisis faktor ditemukan

²Kuat Supriyono, *Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Semarang*, (Semarang:2014)

bahwa variasi word of mouth positif dalam bentuk dapat dijelaskan oleh variabel diskriminan *product, promotion, people, physic, dan process*.³

Menurut Kotler terdiri dari: a) Harga produk adalah tingkat harga produk yang ditetapkan menurut jenis dan kualitas produk yang dijual, b) Potongan harga (diskon) adalah pemberian potongan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.⁴

C. Faktor tempat dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor tempat menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor tempat telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor tempat menjadi faktor kelima yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Anggota dari faktor tempat yaitu akses dan visibilitas.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Elifni Maritha dengan judul Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di PT JNE Surabaya. hasil dari penelitian analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atas pelayanna jasa pengiriman pada PT JNE Surabaya

³ Suryani, *Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta word of mouth positif di PT Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Medan*, Jurnal: Vol. 7, No. 1, Juni 2013

⁴ Kotler, *Manajemen Pemasaran cetakan kedua*, (Jakarta: PT.Indeks),Hlm68

menunjukkan prosentase kumulatif. Hal ini berarti penelitian mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa pengiriman pada PT JNE Surabaya.⁵

Menurut Drs.Djaslim Saladin mengemukakan pendapatnya tentang definisi saluran distribusi, yaitu: “Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi”.⁶

D. Faktor promosi dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor promosi menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor promosi telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor promosi menjadi faktor keempat yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Anggota dari faktor promosi yaitu tempat parkir yang luas, nyaman dan aman serta personal selling.

. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suryani dengan judul Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta word of mouth positif. berdasarkan analisis faktor ditemukan

⁵ Elifni Maritha, *Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di PT JNE Surabaya*, Jurnal : Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 9, 2014

⁶ Drs Djaslim Saladin, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Linda Karya, 2004),Hlm 153.

bahwa variasi *word of mouth positif* dalam bentuk dapat dijelaskan oleh variabel diskriminan *product, promotion, people, physic, dan process*.⁷

Menurut Kotler: a) Promosi konsumen adalah memperkenalkan produk langsung kepada konsumen, b) Promosi dagang adalah kegiatan pemberitahuan atau iklan produk ke konsumen, c) Promosi penjualan adalah kegiatan pengenalan produk dengan langsung melakukan penjualan ke konsumen.

E. Faktor orang dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor orang menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor orang telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor orang menjadi faktor kedua yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Setelah dilakukan generalisasi faktor kedua dinamakan faktor orang dan bukti fisik. Anggota dari faktor orang dan bukti fisik jasa yaitu *As a message-creating medium* (kualitas dari pelayanan, *As a effect-creating medium* (tata ruangan), *contractor* (agen), *influencers* (bertugas sebagai pengadaan riset dan pengembangan).

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suryani dengan judul Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah

⁷ Suryani, *Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta word of mouth positif di PT Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Medan*, Jurnal: Vol. 7, No. 1, Juni 2013

sehingga tercipta *word of mouth positif*. berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variasi *word of mouth positif* dalam bentuk dapat dijelaskan oleh variabel diskriminan *product, promotion, people, physic, dan process*.⁸

Menurut Keller : a) Penampilan adalah tampilan menarik karyawan dalam menawarkan jasa kepada konsumen, b) Kerjasama adalah wujud kebersamaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, c) Komunikasi adalah interaksi lewat dialog intensif antara karyawan dengan konsumen dalam pemberian jasa.

F. Faktor bukti fisik dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor bukti fisik menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor bukti fisik telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor orang menjadi faktor kedua yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Setelah dilakukn generalisasi faktor kedua dinamakan faktor orang dan bukti fisik. Anggota dari faktor orang dan bukti fisik jasa yaitu *As a message-creating medium* (kualitas dari pelayanan, *As a effect-creating medium* (tata ruangan), *contractor* (agen), *influencers* (bertugas sebagai pengadaan riset dan pengembangan).

⁸ Suryani, *Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta word of mouth positif di PT Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Medan*, Jurnal: Vol. 7, No. 1, Juni 2013

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suryani dengan judul Analisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tercipta *word of mouth positif*. berdasarkan analisis faktor ditemukan bahwa variasi word of mouth positif dalam bentuk dapat dijelaskan oleh variabel diskriminan *product, promotion, people, physic, dan process*.

Menurut Ririn Tri Ratnasari, lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta pelanggan berinteraksi, ditambah elemen berwujud yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa.⁹

G. Faktor proses dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa faktor proses menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung. Hal ini didukung oleh faktor dari deskripsi responden, yaitu faktor jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, nasabah, intensitas Berkunjung Ke Kantor Bumiputera. Hasil uji validitas dan reabilitas menunjukkan bahwa faktor proses telah memenuhi uji dan dalam analisis faktor, faktor proses menjadi faktor pertama yang memenuhi kriteria dari analisis faktor. Setelah digeneralisasi, faktor harga bergabung dengan faktor proses, Anggota dari faktor harga dan proses yaitu struktur biaya, divergency, elastis permintaan, *complexity* (kompleksitas).

⁹ Ririn, Ratnasari Tri dan Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), Hlm 53

Dalam proses ini, Islam mengatur kecepatan dan kemudahan proses dari pelayanan, sebagaimana hadits Nabi SAW *“Dari Jabir bin Abdulrahman, bahwasanya Rasulullah SAW bersabda: Allah menyayangi seseorang yang bermurah hati ketika menjual, ketika membeli dan ketika mengadakan penagihan”*.

Maksud hadits di atas ialah dalam pengaplikasian proses pada pemasaran jasa dalam Islam, di dalam menjalankan usahanya mengutamakan konsistensi penerapan prinsip syariah dengan menggunakan sistem non bunga dengan menggunakan pelayanan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Kotler dan Keller yaitu: a) Prasyarat adalah ketentuan yang dimiliki untuk melakukan proses pelayanan kepada konsumen, b) Standarisasi adalah standar pelayanan yang harus terproses dengan baik kepada konsumen, c) Prosedur adalah mekanisme proses pelayanan yang harus dilalui oleh konsumen.

H. Faktor yang paling dipertimbangkan pada Kepuasan Nasabah Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung

Dalam penelitian ini terdapat lima faktor yang terbentuk yaitu pertama faktor harga dan proses, kedua faktor orang dan bukti fisik, ketiga produk jasa, keempat faktor promosi dan kelima faktor tempat. Faktor yang paling dipertimbangkan nasabah terhadap Asuransi Syariah AJB Bumiputera Kantor Unit Operasional Tulungagung adalah faktor harga dan proses. Anggota faktor ini adalah struktur biaya, divergency, elastis permintaan, *complexity* (kompleksitas). Dengan melakukan generalisasi dari keempat variabel tersebut, faktor 1 selanjutnya dinamakan sebagai faktor harga dan proses.