

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Minat Menjadi Nasabah di BPRS**

##### **Mandiri Mitra Sukses Gresik**

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui  $t_{hitung}$  pelayanan prima (4,527)  $> t_{tabel}$  (1,984472) dan nilai signifikansi pelayanan prima (0,000)  $< 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima pada hipotesa 1 yang artinya bahwa pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Penelitian ini berpengaruh positif artinya pelayanan yang dilakukan oleh BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik sudah dilaksanakan dengan baik dan tepat. Jadi jika pelayanannya semakin baik maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang berminat.

Berdasarkan uji regresi linier berganda data diatas pelayanan prima (X1) menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000 jadi  $0,000 < 0,05$  maka dari itu hipotesis diterima dan artinya variable pelayanan prima (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variable minat menjadi nasabah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Desi Mursalina yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dilihat dari pengolahan data dengan uji t, yang terlihat bahwa pelayanan memiliki nilai

signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) dan diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,557 > 2,00856$ .<sup>65</sup>

Pelayanan prima itu sendiri bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang bermuara pada peningkatan keuntungan perusahaan. Selain itu, pelayanan prima juga bermanfaat untuk meningkatkan kepekaan terhadap konsumen terhadap suatu layanan jasa. Pelayanan tersebut diperoleh dari lekatnya karakteristik pelayanan prima yang diberikan oleh jasa perbankan. Kesadaran dan pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan kualitas pelayanan masyarakat sangat menentukan kinerja pelayanan yang berfokus pada pelanggan.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon.

Semua dasar-dasar pelayanan ini harus dikuasai dan dilaksanakan oleh seluruh karyawan, terutama sekali bagi mereka yang berhubungan langsung dengan pelanggan atau nasabah. Dengan memahami dasar-dasar pelayanan ini diharapkan pelayanan yang diberikan benar-benar prima dan optimal.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian atau penggunaan ulang yang lebih sering.

---

<sup>65</sup> Desi Mursalina, *Pengaruh Pelayanan, Produk Tabungan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Produktif Investasi IB Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang (2017)* diakses 08 januari 2018 jam 11.00 wib

Beberapa dasar pelayanan prima yang harus dipahami dan dimengerti oleh *customer service* yaitu, berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum, tenag, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Dari beberapa dasar pelayanan prima diharapkan BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dapat menerapkan pelayanan prima dalam pemberian pelayanan kepada anggota, selain itu pihak lembaga sebaiknya lebih memperhatikan dari segi pemberian pelayanan agar pelayanan tersebut dapat optimal.

#### **B. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik**

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui dari  $t_{hitung}$  etika bisnis islam (4,648) >  $t_{tabel}$  (1,98472) dan nilai signifikansi etika bisnis islam (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Dengan demikian hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara etika bisnis islam dan minat nasabah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik artinya semakin tinggi nilai etika bisnis islam maka semakin tinggi pula nilai minat nasabah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Berdasarkan uji regresi linier berganda diatas etika bisnis islam (X2) menunjukkan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima yang artinya variable etika bisnis islam (X2) berpengaruh signifikan terhadap variable minat nasabah (Y).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Lailatul Hikmah yang menyatakan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan dilihat dari nilai signifikasnsi etika bisnis islam  $0,000 < 0,05$  dan nilai dar t hitung 5,109.<sup>66</sup>

Etika bisnis Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah). Etika bisnis adalah aturan main prinsip-prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku. Etika bisnis adalah etika pelaku bisnis. Pelaku bisnis terebut bisa saja manajer, karyawan konsumen, dan masyarakat. Etika bisnis adalah bisnis setiap orang di setiap hari, sehingga etika bisnis termasuk semua manajer dan hubungan bisnis mereka serta tindakan-tindakan mereka. Etika bisnis adalah tuntutan harkat etis nmanusia dan tidak bisa ditunda sementara untuk membenarkan tindakan dan sikap tidak adil, tidak adil jujur dan tidak bermoral. Etika bisnis Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah).

---

<sup>66</sup> Lailatul Hikmah, *Pengaruh Keragaman Produk dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa BMT ROBBANI Kaliwungu* (2011) diakses pada tanggal 08 januari 2018 jam 11.05 wib

Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang menjadi acuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, yaitu kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran.

Menurut pendapat Rose dalam Irmayanto et al, salah satu faktor yang ada pada bank atau lembaga keuangan lainnya adalah kepercayaan atau rasa percaya yang timbul karena adanya suatu kebenaran maupun pertanggungjawaban.

Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika Bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai penerapan etika bisnis yang berfokus pada tiga dimensi etika bisnis, yaitu: Kejujuran, Keadilan, dan Kebenaran.

Dari pernyataan diatas diharapkan BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dapat mempertahankan serta meningkatkan penerapan etika Islam dalam berbisnis dan selalu berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist.

### **C. Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik**

Hasil pengujian data diatas dapat diketahui  $F_{hitung}$  sebesar  $24,285 > F_{tabel}$  yaitu 2,70 dan dengan tingkat signifikansi sebesar  $(0,000) < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima pada hipotesa 3 yang artinya bahwa pelayanan prima dan etika bisnis islam secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Maka hasil yang didapat menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari pelayanan prima dan etika bisnis islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Hasil pengujian angka R sebesar 0,580 menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi kuat, Hubungan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  (pelayanan prima dan etika bisnis Islam) dan variabel Y yaitu minat menjadi nasabah.

Angka Adjusted R Square atau koefisien determinasi menunjukkan besar pengaruh antara variabel pelayanan prima dan etika bisnis Islam ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel minat menjadi nasabah (Y) yang diperoleh adalah 0,322. Artinya minat menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh pelayanan prima dan etika bisnis Islam sebesar 32,2%. Hal ini menunjukkan tingkat pengaruh yang

cukup tinggi. Sedangkan sisanya 67,8% (100% - 32,2%) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari pengujian hipotesis sudah dijelaskan bahwa pelayanan prima dan etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap variable minat menjadi nasabah. Hal ini dikarenakan semakin baik pelayanan prima dan etika bisnis islam yang dipraktikkan dalam suatu lembaga, maka akan semakin menarik minat calon nasabah untuk menjadi anggota nasabah pada BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Dan sebaliknya apabila pelayanan dan etika bisnis islam yang diberikan kepada calon nasabah buruk atau tidak optimal, maka calon nasabah pun cenderung tidak berminat untuk menjadi nasabah pada lembaga tersebut.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon.

Semua dasar-dasar pelayanan ini harus dikuasai dan dilaksanakan oleh seluruh karyawan, terutama sekali bagi mereka yang berhubungan langsung dengan pelanggan atau nasabah. Dengan memahami dasar-dasar pelayanan ini diharapkan pelayanan yang diberikan benar-benar prima dan optimal.

Etika bisnis Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad

SAW, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah).

Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika Bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai penerapan etika bisnis yang berfokus pada tiga dimensi etika bisnis, yaitu: Kejujuran, Keadilan, dan Kebenaran.