

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Watamwil Harapan Umat Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik diatas menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk teruji valid dan reliabel.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah baitul maal wa tamwil Harapan Umat Tulungagung.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Kotler yang menyatakan Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Dari teori tersebut menjelaskan bahwa nasabah akan puas apabila produk/jasa yang diterima sesuai dengan apa yang telah diharapkan.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan teori Juran yang menyatakan kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.⁸¹ Dari teori tersebut

⁸¹ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu....* hal. 2

menjelaskan bahwa kecocokan penggunaan kualitas produk itu didasari lima ciri utama yaitu, teknologi meliputi kekuatan dan daya tahan, psikologis meliputi cita rasa dan status, waktu meliputi kehandalan, kontraktual meliputi adanya jaminan dan etika meliputi sopan santun, ramah dan jujur.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Intan Kamila, dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)⁸², variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Faktor yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Kamila dengan penelitian yang sekarang yakni berada pada objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan oleh Intan kamila adalah Bank Mandiri Syariah Cabang Jakarta Simprug, sedangkan dalam penelitian sekarang pada KSPPS BMT Harapan Umat.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Watamwil Harapan Umat Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik diatas menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk teruji valid dan reliabel.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

⁸² Intan Kamila, Pengaruh Kualitas Produk...

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah baitul maal wa tamwil Harapan Umat Tulungagung.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yang menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk atau fisik.⁸³ Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang pelanggan/nasabah. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan/nasabah. pelayanan yang baik akan membuat pelanggan/nasabah merasa puas.

Hal ini didukung penelitian terdahulu oleh Erike Youlandha (2010)⁸⁴ dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausalitas. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) ada pengaruh yang signifikan keandalan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan (2) tidak ada pengaruh positif yang signifikan daya tanggap secara parsial

⁸³ Philip Kotler dan Kevin Lanne Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008) hal. 143

⁸⁴Erike Youlandha, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan" dalam <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/9808> , diakses 04 Oktober 2017

terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan, tidak ada pengaruh positif yang signifikan jaminan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan, ada pengaruh positif yang signifikan empati, bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan, ada pengaruh positif yang signifikan keandalan, daya tanggap, empati, jaminan dan bukti fisik secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan. Dari hasil penelitian juga disimpulkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah.

C. Pengaruh Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Watamwil Harapan Umat Tulungagung

Berdasarkan hasil output statistik diatas menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk teruji valid dan reliabel.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, hasil uji t menunjukkan bahwa pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah baitul maal wa tamwil Harapan Umat Tulungagung.

Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Muhammad bahwa pemasaran bagi lembaga/jasa keuangan adalah mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan di masa yang akan datang, menilai kebutuhan/anggota saat ini dan masa yang akan datang, menciptakan sasaran

pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut, dan promosi untuk mencapai sasaran.⁸⁵ Dengan demikian teori pemasaran dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah, misalnya promosi produk yang dilakukan oleh pihak lembaga keuangan kepada nasabahnya, apabila promosi yang dilakukan tersebut dengan baik dan berhasil maka sasarnya pun akan tercapai dengan baik.

Hal ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ratna Puspita dengan judul Pengaruh Mutu Pelayanan dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek.⁸⁶ Dari analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan variabel mutu pelayanan dan pemasaran bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek.

Hal ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Moh. Deni Septian (2013)⁸⁷ dengan judul Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey Pada Nasabah di Bank BNI Syariah). Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, pengaruh strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah, dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama

⁸⁵ Muhammad, *Managemen Bank Syari'ah*, edisi revisi cet. ke-2, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), hlm. 226

⁸⁶ Ratna Puspita, *Pengaruh Mutu Pelayanan dan Pemasaran....*

⁸⁷ Moh. Deni Septian, *Pengaruh Strategi Pemasaran dan....*

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil tabel Model Summary besarnya angka R square (r^2) adalah 0,393, angka tersebut mempunyai pengertian bahwa pengaruh strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah adalah 39,3%. Sedangkan sisanya 61,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

D. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Pemasaran Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Watamwil Harapan Umat Tulungagung

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemasaran yang dimiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah baitul maal watamwil Harapan Umat Tulungagung. Sedang dengan angka R sebesar 0,698 dan mempunyai nilai Adjusted R Square pada model ini adalah 0,471 hal ini berarti 47% variabel kepuasan nasabah bisa dijelaskan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemasaran, sedangkan sisanya ($100\% - 47\% = 53\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Penelitian ini relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Nasution bahwa suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung terlihat dengan

banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan produk, pelayanan dan pemasaran yang diberikan oleh petugasnya, maka mereka tidak akan berpindah ke lembaga keuangan lain untuk mempercayakan keuangannya.

Penelitian ini juga relevan dengan teori Band menyatakan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara kualitas dari barang atau jasa yang dirasakan dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan.⁸⁸ Lebih lanjut, Band mengemukakan, apabila tercapai kepuasan pelanggan maka akan timbul pembelian ulang dan kesetiaan.

⁸⁸ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu....* hal. 40