

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan dengan bantuan *software SPSS 16,0 for windows*, maka akan dibahas tentang pengaruh variabel bebas yang berupa citra lembaga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

1. Pengaruh citra lembaga terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

Hasil penelitian pada KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo menunjukkan bahwa citra lembaga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung. Hal ini berarti semakin baik citra lembaga maka semakin meningkat keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo. Dalam lembaga keuangan citra lembaga yang baik sangatlah penting guna menjaga kepercayaan dari nasabah untuk melakukan transaksi di lembaga tersebut. Setelah kepercayaan muncul maka anggota akan memberikan pengetahuan dan pengalamannya kepada orang lain, sehingga akan meningkatkan anggota untuk memutuskan menabung di lembaga tersebut. KSPP Syariah Soyo Mulyo sangat memperhatikan citra lembaganya dengan cara melaksanakan tanggung jawab sosial dalam masyarakat, berusaha menjadi lembaga yang amanah, pelayanan

prima, dan professional, serta peduli terhadap nasabahnya. Selain itu penting adanya media sebagai pengingat akan eksistensi lembaga ini yaitu dengan membuat logo/symbol yang mudah diingat oleh anggota, sehingga ketika masyarakat mengetahui logo/symbol KSPP Syariah Soyo Mulyo di benaknya tersimpul sebagai lembaga yang baik.

Hasil ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa, dalam suatu perusahaan perlu membangun kepercayaan dari masyarakat luas terhadap eksistensinya. Kepercayaan ini bisa disebut sebagai *external trust* yang pada intinya adalah terbangunnya opini dan persepsi positif dari segenap *stakeholder* terhadap keberadaan atau eksistensi perusahaan. Dalam mencapai kepercayaan tersebut perlu adanya citra atau *image* yang baik dan positif di mata masyarakat. Dalam mencapai citra yang baik, penting adanya fungsi *public relation* perusahaan. Seperti halnya pengelolaan sumber daya manusia agar terbentuk sikap dan persepsi yang baik serta dapat menjalin hubungan dan komunikasi yang bersahabat kepada konsumen. Bila amanah di luar ini dapat dibangun, maka akan terbentuk opini dan sikap positif dari para *stakeholder*, sehingga mereka akan mengatakan perusahaan tersebut adalah perusahaan yang terbaik untuk melakukan transaksi.<sup>101</sup>

Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Farhana Aprilia Irfa'i tentang pengaruh kualitas produk dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Dengan hasil analisis uji t yaitu citra perusahaan memberikan pengaruh yang

---

<sup>101</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 409

signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, dengan hubungan yang positif. Artinya dengan citra yang baik dan positif maka mendorong banyak nasabah untuk memilih Bank yang berkualitas, sehingga banyak nasabah yang menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.<sup>102</sup>

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

Hasil penelitian pada KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota menabung. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo. Sebagaimana dalam lembaga keuangan syariah untuk menarik hati nasabah yang paling penting dan utama adalah pelayanan. Karena apabila pelayanan yang diberikan kurang memenuhi harapan pelanggan akan memungkinkan nasabah berpindah ke tempat lainnya. Dan mereka memilih lembaga lain yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu pelayanan sangat penting diperhatikan untuk bertahan di tengah-tengah maraknya persaingan bisnis lembaga keuangan. Hal ini dapat dilakukan oleh KSPP Syariah Soyo Mulyo dalam memberikan pelayanan seperti halnya karyawan berpakaian sopan

---

<sup>102</sup> Farhana Aprilia Irfa'i, *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri*, jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Tulungagung 2016, diakses dari <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3695/> pada tanggal 10 Desember 2017.

sesuai dengan kaidah islam, *teller* mampu melakukan transaksi dengan tepat dan cepat, mengelola dana anggota secara syariah, serta mengerti dan memahami akan kebutuhan anggota. Jika poin-poin tersebut dapat terpenuhi akan berpengaruh positif bagi keputusan anggota untuk melakukan transaksi salah satunya memutuskan menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan tolok ukur profesionalisme yang paling besar terletak pada kualitas pelayanan. Semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan, maka dianggap lebih profesional. Dalam kualitas pelayanan sangat penting adanya sikap professional seperti halnya kemampuan memberikan pelayanan yang baik, sistematis dan sesuai syariah, mampu menarik perhatian dan partisipasi masyarakat untuk menabung dan mengakses lembaga keuangan syariah, dan meningkatkan *performance* lembaga keuangan syariah.<sup>103</sup> Memberikan kualitas dan layanan pelanggan yang superior secara konsisten akan membangun sejumlah kekuatan penting seperti rintangan masuk bagi pesaing dan loyalitas pelanggan. Karena kepuasan pelanggan berhubungan dengan loyalitas pelanggan dan menghasilkan pembelian ulang.<sup>104</sup> Pembelian ulang disini dimaksudkan bahwa pelanggan yang puas dan loyal dari pelayanan yang diberikan akan mendorong pelanggan untuk memutuskan memilih transaksi lagi di tempat tersebut.

---

<sup>103</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 236

<sup>104</sup> Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano, disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, (Jakarta: PT Indeks, 2011), hal. 24-25

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin dengan diperoleh hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan berhubungan secara positif terhadap keputusan nasabah menabung, hal itu terjadi karena usaha-usaha yang dilakukan pemasar dalam memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan aman menyimpan dananya di bank. Pelayanan merupakan ujung tombak dari segala usaha bank dalam meningkatkan jumlah nasabah yang menyimpan dananya, dengan semakin baiknya pelayanan maka nasabah akan merasa nyaman dan nantinya akan berdampak pada semakin tingginya tingkat simpanan tabungan.<sup>105</sup>

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek

Hasil penelitian pada KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung. Hal ini berarti semakin baik penempatan lokasi lembaga maka semakin meningkat keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo. Sama halnya KSPP Syariah Soyo Mulyo dalam menentukan lokasi juga sangat diperhatikan. Seperti halnya penempatan lokasi yang strategis, berada di dekat industri, di tengah-tengah keramaian, dan mudah dijangkau sarana transportasi. Namun masih banyak

---

<sup>105</sup>Muhammad Fajar Fahrudin, *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri di Surabaya*, Jurnal Manajemen, STIE Perbanas Surabaya tahun 2015, diakses dari <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/view/478> pada tanggal 10 Oktober 2017.

pesaing dari lembaga keuangan lain di sekitar lokasi tersebut. Semakin baik penentuan lokasi semakin banyak pula minat anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa dalam penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank. Setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *layout* gedung dan *layout* ruang kantor. Gedung dan ruangan yang tidak tetata rapi akan sangat membosankan nasabah. Pada akhirnya nasabah akan merasa tidak nyaman bila berhubungan dengan bank. Oleh karena itu hilangkan kesan kantor yang sumpek dan semrawut yang akan mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *layout* ruangan senyaman mungkin dengan suasana meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga nasabah merasa nyaman dan aman. Jadi pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.<sup>106</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhani Tyas, bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah

---

<sup>106</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 239

adalah signifikansi positif, artinya apabila lokasi berada di tempat yang strategis dalam hal ini dekat dengan pusat kegiatan masyarakat serta pemukiman penduduk maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang.<sup>107</sup>

4. Pengaruh citra lembaga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek

Hasil penelitian pada KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo menunjukkan bahwa citra lembaga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung. Hal ini berarti secara bersama-sama citra lembaga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo. Jadi apabila secara bersama-sama citra lembaga, kualitas pelayanan, dan lokasi sudah baik maka akan berpengaruh pada meningkatnya jumlah anggota untuk memutuskan menabung di KSPP Syariah Soyo Mulyo.

Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dengan langkah-langkah keputusan konsumen sebagai berikut. *Pertama*, pengenalan kebutuhan. Ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan di mana memerlukan keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya

---

<sup>107</sup> Rizqa Ramadhani Tyas, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, jurnal Fakultas Ekonomi, STAIN Salatiga tahun 2012, diakses dari <http://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article/view/845>, pada tanggal 10 Oktober 2017

terjadi.<sup>108</sup> Misalnya, ketika seorang nasabah menginginkan kebutuhan di masa depan yaitu tabungan yang bebas dari unsur tambahan. Dalam hal ini suatu lembaga memiliki kesempatan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya yaitu dengan menyediakan produk tabungan yang bebas dari bunga. *Kedua*, pencarian informasi. Konsumen akan mencari informasi dari produk yang mereka butuhkan. Dalam hal ini lingkungan sangat berpengaruh.<sup>109</sup> Apabila seorang konsumen tersebut lokasi rumah dekat dengan lembaga keuangan mungkin akan mudah untuk memperoleh informasi secara langsung di kantor. Namun, apabila konsumen yang berlokasi jauh dengan lokasi lembaga besar kemungkinan memperoleh informasi dari lingkungan sekitar. Dengan alternatif banyak produk yang digunakan dalam lingkungan konsumen berada. *Ketiga*, evaluasi alternatif. Terdapat kriteria evaluasi yang bermacam-macam tergantung kepada produk atau jasa yang dievaluasi. Misalnya, konsumen juga mempertimbangkan lokasi, bukan hanya pertimbangan jauh dekatnya dari kantor atau jalan raya. Selain itu terdapat atribut yang digunakan untuk evaluasi salah satunya yaitu merek. Merek adalah nama penting bagi sebuah produk atau jasa. Merek-merek produk yang sudah lama dikenal oleh konsumen telah menjadi sebuah citra bahkan simbol status bagi produk tersebut.<sup>110</sup> Untuk langkah *keempat* yaitu keputusan pembelian. Dari beberapa merek tersebut, citra merek yang baik tentu akan menjadi pilihan utama

---

<sup>108</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 294

<sup>109</sup> *Ibid.*, hal. 297

<sup>110</sup> *Ibid.*, hal. 303



konsumen yang kemudian akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Dan tahap yang terakhir adalah tahap perilaku pasca pembelian. Setelah merasakan tingkat kepuasan, konsumen akan melakukan pembelian ulang produk tersebut. Jadi, dari serangkaian langkah-langkah tersebut ketika ketiga variabel tersebut dapat menyatu dan perlu diperhatikan dengan baik, akan memperlancar proses nasabah untuk memutuskan menabung di suatu lembaga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yurike Ariani dengan hasil analisis uji yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Solok.<sup>111</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nurtika Dewi dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung dengan menggunakan uji regresi yaitu koefisien regresi X1 (pelayanan) bernilai positif hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan searah dengan keputusan masyarakat untuk menabung. Koefisien regresi X2 (produk tabungan) bernilai positif hal ini menunjukkan bahwa pengaruh produk tabungan searah dengan keputusan masyarakat untuk menabung. Koefisien regresi X3 (lokasi) bernilai positif hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lokasi searah dengan keputusan masyarakat untuk menabung. Dari

---

<sup>111</sup> Yurike Ariani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Solok*, Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta Padang tahun 2016, diakses dari <http://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php?journal=JFEK&page=article&op=view&path%5B%5D=7628> pada tanggal 10 Oktober 2017

hasil pengujian hipotesis uji F yaitu menunjukkan bahwa pelayanan, produk tabungan, dan lokasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean.<sup>112</sup>

---

<sup>112</sup> Ayu Nurtika Dewi, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus pada PD BPR Kendal Cabang Patean)*, Jurnal Fakultas Ekonomi, IAIN Pekalongan tahun 2014, diakses dari <http://repository.iainpekalongan.ac.id/115/6/13.%20BAB%20I.pdf>, pada tanggal 10 Oktober 2017