

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Margin Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung**

Hasil pengujian data diketahui bahwa  $t_{hitung} \text{ margin} > t_{tabel}$  yaitu  $8,178 > 1,987$  dan nilai signifikansi margin  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Oleh sebab itu pula maka hipotesis 1 H1 diterima. Berdasarkan pengujian itu pula menjelaskan bahwa margin yang ditawarkan oleh BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dapat dijangkau oleh para anggotanya. Sehingga semakin rendah margin yang ditawarkan oleh BMT Istiqomah semakin tinggi tingkat loyalitas anggota pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Margin (keuntungan) sangat erat kaitannya dengan harga. Harga menentukan sikap seorang konsumen atau nasabah. Margin atau harga yang rendah akan memicu konsumen atau nasabah untuk melakukan pembelian atau pemakaian ulang sehingga akan menimbulkan kelayakitan nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulthon, Endra dan Mulyani yang menyatakan bahwa margin (harga) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

## **B. Pengaruh Prinsip Syariah Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung**

Hasil pengujian pengaruh prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah adalah  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  yaitu  $1,108 < 1,987$  dan signifikansi  $0,271 > 0,05$ . Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka pada hipotesis ke 2  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini berarti bahwa prinsip syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Evtiani yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa prinsip syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas yang dibuktikan berdasarkan nilai signifikansi yang lebih besar dari pada 0,05. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan dan Emile yang menyatakan bahwa kepatuhan syariah (penerapan prinsip syariah) memiliki efek positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa prinsip syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas mungkin dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain tingkat pendidikan yang mayoritas berpendidikan SMP dan SD sehingga mengakibatkan kurangnya pengetahuan mereka mengenai prinsip syariah dan juga penerapannya di BMT Istiqomah yang membuat para anggota hanya sebatas melakukan penggunaan tanpa mengetahui lebih jauh tentang prinsip syariah yang diterapkan.

Selain itu faktor pendidikan dan faktor jenis pekerjaan para respondenpun juga dapat diperhitungkan. Mayoritas responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta dan pedagang membuat mereka tidak terlalu memperhatikan nilai-nilai syariah di BMT Istiqomah karena mereka cenderung memikirkan margin yang rendah untuk modal usaha mereka.

Selain itu meski ada beberapa anggota yang memperhatikan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan di BMT Istiqomah tetapi gambaran dilapangan memberikan gambaran bahwa anggota pembiayaan lebih memperhatikan margin dan kemudahan melakukan transaksi di BMT Istiqomah sendiri, terlebih lagi mengenai kemudahan melakukan perpanjangan jangka waktu pengembalian pembiayaan.

### **C. Pengaruh Margin dan Prinsip Syariah Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung**

Hasil pengujian uji F (uji simultan) adalah  $F_{hitung}$  sebesar 34,639 dan nilai signifikan 0,000. Ini menunjukkan bahwa  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  dan nilai signifikan yang lebih dari 0, yang berarti pada hipotesis ke 3  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan hasil pengujian tersebut pula dapat dinyatakan bahwa margin (harga) dan prinsip syariah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

**D. Pengaruh Margin Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan Kepuasan Sebagai Moderator**

Pengujian MRA (*Moderated Regression Analysis*) telah menunjukkan bahwa kepuasan sebagai variabel moderator dalam penelitian ini tidak dapat mempengaruhi pengaruh tingkat margin (harga) terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Dengan kata lain kepuasan tidak dapat meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan di BMT Istiqomah, dan sebaliknya kepuasan tidak dapat menurunkan kelayakitan anggota pembiayaan di BMT Istiqomah. Tidak berpengaruhnya kepuasan sebagai variabel moderasi pada pengaruh margin terhadap kelayakitan anggota pembiayaan *murabahah* dikarenakan perilaku dari para anggota itu sendiri. Setelah diamati lebih lanjut, para anggota pembiayaan yang mayoritas bekerja sebagai pedagang dan wirausahawan membuat para anggota tidak memikirkan faktor puas atau tidak puas dengan melakukan pembiayaan di BMT Istiqomah. Mereka cenderung mempunyai pemikiran bahwa mereka harus cepat mendapatkan modal ataupun pinjaman untuk modal mereka dengan mengesampingkan rasa puas itu sendiri.

Penelitian menunjukkan bahwa teori tentang kepuasan akan menaikkan atau mempengaruhi tingkat kelayakitan seseorang menjadi tidak sesuai yang mana bisa disebabkan oleh beberapa faktor yang salah satunya sudah disebutkan sebelumnya. Lebih dari itu, penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfa dan Sulton. Penelitian menyatakan bahwa

kepuasan memperkuat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen atau nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suthon menyatakan bahwa variabel harga dengan moderasi kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

#### **E. Pengaruh Prinsip Syariah Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung dengan Kepuasan Sebagai Moderator**

Pengujian MRA (*Moderated Regression Analysis*) menunjukkan bahwa kepuasan juga tidak dapat memoderasi pengaruh penerapan prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan di BMT Istiqomah. Maka, dapat diartikan bahwa kepuasan tidak dapat meningkatkan pengaruh penerapan prinsip syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan dan sebaliknya kepuasan juga tidak dapat menurunkan pengaruh penerapan prinsip syariah terhadap kelayakitan anggota pembiayaan.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa kepuasan pada umumnya memang mempengaruhi kelayakitan seorang konsumen. Perasaan puas yang dirasakan oleh para konsumen atau nasabah akan membuat mereka kembali melakukan pembelian atau pemakaian ulang produk atau jasa yang sudah ditawarkan. Tetapi terkadang faktor kepuasan tidak menjadikan kelayakitan semakin tinggi. Keadaan anggota terkadang juga menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan dimana saat anggota merasa sudah terdesak maka rasa puas atau tidak akan diabaikan selama mereka bisa mendapatkan pembiayaan

dengan cepat. Kesimpulannya, dalam penelitian ini tidak membuktikan bahwa anggota BMT harus merasa puas terlebih dahulu untuk membuat kelayaitasan mereka semakin meningkat, begitu pula sebaliknya. Karna kembali lagi pada kenyataannya bahwa anggota mengesampingkan rasa puas asalkan mereka mendapatkan pembiayaan yang mereka perlukan.