

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Hal ini sesuai dengan teori Garvin bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki delapan aspek pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek diantaranya kinerja produk yang merupakan inti atau manfaat utama dari produk yang dikonsumsi, *reliability* atau kehandalan produk yang berkaitan dengan kemungkinan suatu produk akan berhasil menjalankan fungsinya dalam jangka waktu tertentu, keunikan dalam produk tersebut yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain, daya tahan merupakan ukuran atau masa pemakaian produk, estetika berkaitan dengan perasaan individu, *service ability* berkaitan dengan kemudahan dalam mendapatkan suatu produk, dan kualitas yang dipersepsikan yang berkaitan dengan opini para konsumen yang bersifat subyektif dan berkaitan dengan perasaan setelah menggunakan produk.¹³²

Kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT

¹³² Sunarto, *Perilaku Konsumen*.....h.243

Istiqomah Karangrejo Tulungagung karena produk pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan oleh BMT Istiqomah berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan para anggota pembiayaan *murabahah*, sehingga para anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung merasa puas dengan produk pembiayaan yang ditawarkan. Ketika suatu produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen/ anggota maka hal ini memberikan kepuasan dan nilai manfaat yang besar bagi anggota sehingga terciptanya suatu rasa kepuasan dalam diri anggota tersebut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung penelitian oleh Tias Windarti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)” diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹³³ Sehingga penting sekali perusahaan atau dalam hal ini adalah BMT memberikan produk yang berkualitas agar anggota merasa puas terhadap produk-produk yang ditawarkan.

B. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Parasuraman bahwa layanan yang berkualitas adalah

¹³³ Tias Windarti, Mariaty Ibrahim, *Pengaruh Kualitas Produk...* (diakses pada 23/04/2018)

layanan yang mengandung aspek-aspek seperti keandalan (*reliability*) yang merupakan aspek dimana kemampuan karyawan dalam melaksanakan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat memuaskan anggota. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah dimana karyawan dalam melayani pelanggan dapat bertindak dengan sigap dan kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, maupun sigap dalam penanganan keluhan pelanggan/anggota. Jaminan (*assurance*) dalam kualitas layanan ini berhubungan dengan kemampuan dan perilaku karyawan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada anggota, yang mencakup karakteristik seperti keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan. Empati (*empathy*) berhubungan dengan kesediaan perusahaan dalam memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. Bukti fisik (*tangibles*) berupa tampilan fisik yang meliputi fasilitas, peralatan dan perlengkapan, penampilan karyawan serta sarana komunikasi.¹³⁴ Jadi bisa dikatakan ukuran mengenai kualitas layanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani, akan tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan dalam hal ini BMT dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan/anggota dalam memenuhi kebutuhan mereka.

¹³⁴ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*.....h.155

Dari penelitian ini kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung karena layanan yang diberikan oleh BMT Istiqomah kepada anggota pembiayaan *murabahah* tersebut berkualitas dan sesuai dengan yang harapan dalam memenuhi kebutuhan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada anggotanya. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh BMT Istiqomah Karangrejo yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan layanan untuk kepuasan anggota (pembiayaan *murabahah*).

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung penelitian oleh Diza yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIF Group Cabang Manado)” diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹³⁵ Sehingga penting sekali perusahaan atau dalam hal ini adalah BMT memberikan pelayanan berkualitas yang sesuai dengan harapan agar anggota merasa puas dengan layanan yang diterimanya.

C. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Hal ini sesuai

¹³⁵ Farah Diza, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan....*.h.111 (diakses pada 23/04/2018)

dengan teori yang dikemukakan oleh Papper dan Roggers bahwa suatu kepercayaan sangat bermanfaat untuk membangun suatu kepuasan diantaranya dengan memenuhi komponen-komponen dalam kepercayaan meliputi kredibilitas yaitu dimana karyawan bersikap jujur dan dapat dipercaya yang dapat dilakukan dengan kata-kata, reliabilitas yang berarti karyawan dapat diandalkan yang kaitannya dengan kualitas individu/organisasi dan dapat ditunjukkan melalui tindakan, dan intimacy yang berhubungan dengan integritas dimana karyawan memiliki moral kuat dan menunjukkan adanya kesesuaian antara yang dikatakan dan dilakukan.¹³⁶ Sementara menurut hasil penelitian oleh Margon dan Hunt bahwa kepercayaan merupakan bagian mendasar bagi terbentuknya komitmen, sehingga dapat diperkirakan bahwa kepercayaan mempunyai kecenderungan positif menjadi sebuah kunci perintis untuk loyalitas.¹³⁷ Bisa dikatakan bahwa kepercayaan konsumen bisa mendorong maksud untuk ia membeli ataupun menggunakan produk perusahaan tersebut secara berulang-ulang.

Dari hasil uji t menyatakan bahwa variabel kepercayaan positif berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Yang artinya kepercayaan yang diberikan oleh BMT Istiqomah kepada anggota pembiayaan *murabahah* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggotanya. Anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung merasa aman dalam berinteraksi terhadap sesuatu yang

¹³⁶ Irma Ayu N, Sugiyono, *Pengaruh Tingkat.....*, h.3

¹³⁷ Fasochah dan Harnoto, "*Analisis Pengaruh Kepercayaan.....*",h.4

diinginkan dan diharapkan sehingga memberikan hasil yang positif bagi anggota itu sendiri maupun perusahaan dalam hal ini BMT Istiqomah Karangrejo.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung penelitian oleh Ayu dengan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Griya Kecantikan Aura Kota Semarang)” diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.¹³⁸

D. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan *Murabahah* Di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Hal tersebut relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Sunarto bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi berdasarkan pengalaman konsumsi suatu barang/jasa yang di dalamnya terdapat atribut diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.¹³⁹ Kualitas produk dimana konsumen akan merasa puas bila produk yang ia gunakan menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas, kualitas pelayanan

¹³⁸ Lintang Ayu Setyani, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan..,2014

¹³⁹ Sunarto, *Perilaku Konsumen*.....h.242

dimana konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan/jasa yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan, emosional dimana konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk tersebut, harga dimana suatu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya dan biaya dimana konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Berdasarkan atribut tersebut konsumen akan mengevaluasi kinerja barang/jasa tersebut secara menyeluruh dan kemudian akan menyimpulkan dalam suatu persepsi apakah sesuai harapan atau tidak.