

## Faktor Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah

Mohamad Ghozali

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

Email: [ghozali.iaincrb@gmail.com](mailto:ghozali.iaincrb@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun yang berjumlah 400 orang. Teknik pengambilan sample menggunakan *accidental sampling* sebanyak 80 orang untuk semua populasi yang ada. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis statistik berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis berupa uji t, uji f dan uji koefisien determinasi, dimana semua proses pengujian tersebut menggunakan alat bantu berupa SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah sebesar 85,5%, terdapat pengaruh positif namun kurang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah sebesar 1,3%, dan secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan antara Margin terhadap Minat Nasabah sebesar -3,9%. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah sebesar 82,9%.

**Kata Kunci:** Pelayanan; Produk; Margin; Minat Nasabah

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of service quality, product quality, and margin on customer interest in Murabahah financing at BJB Syariah KCP Arjawinangun. The research method used is quantitative. The population used is all customers of murabahah financing at BJB Syariah KCP Arjawinangun, amounting to 400 people. The sampling technique used accidental sampling as many as 80 people for all existing populations. The data analysis techniques used are descriptive analysis, statistical analysis in the form of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing in the form of t-test, f test, and coefficient of determination test, where all the testing processes use tools. in the form of SPSS 23. The results of this study indicate that part there is a significant positive effect between Service Quality on Customer Interest of 85.5%, there is a positive but less significant effect between Product Quality on Customer Interest of 1.3%, and partially does not have a positive and significant influence between Margin to Customer Interest is -3.9%. Simultaneously there is a positive and significant influence between the variables of Service Quality, Product Quality, and Margin on the Interest of Murabahah Financing Customers by 82.9%.*

**Keywords:** Service; Product; Margin; Customer Interest

## PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia yang sangat tidak terbatas merupakan suatu beban yang akan dialami setiap manusia. Banyak hal yang seseorang lakukan dalam mencapai suatu tujuan untuk mensejahterakan hidupnya, yaitu salah satunya di hal finalcialnya yang kurang memadai, maka seseorang tersebut akan mencari lembaga yang dapat membantu dalam memebuhi kebutuhan hidupnya seperti halnya pada lembaga keuangan Bank, koperasi dan lembaga keuangan non Bank lainnya. Hal – hal yang diperhatikan oleh masyarakat dalam mencari lembaga keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan khususnya dalam pembiayaan, hal terpenting adalah dalam hal bagi hasil dan kualitas pelayanan yang baik akan sangat memuaskan nasabah (Latumaerisa, 2011).

Selain itu juga BJB Syari'ah KCP Arjawinangun juga menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat. Sebuah kualitas pelayanan jasa yang bermutu dapat menciptakan kepuasan nasabah, pelayanan yang baik juga dinilai berperan penting untuk menjaga keberlangsungan suatu usaha (Bakhri, et al., (2019) termasuk usaha jasa perbankan. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang mengakibatkan kurangnya minat dari nasabah. Hal ini menyebabkan suatu perusahaan akan kehilangan nasabahnya. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, karena dalam perusahaan jasa pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan maka akan semakin besar pemasukan yang didapat. Pelayanan jasa yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya (Karim, 2008).

BJB Syari'ah KCP Arjawinangun juga sangat memperhatikan perusahaan yang memiliki kualitas produk yang sangat inovatif. Maka dari itu kualitas produk juga menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. BJB Syari'ah KCP Arjawinangun juga mempunyai produk yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya yaitu produk jemput iB Masalahah atau jemput Masalahah adalah produk yang dilakukan transaksi di tempat domisili nasabah atau di rumah, ditempat pekerjaan tanpa harus datang ke bank yang disampaikan oleh Bapak Denny selaku *Supervisor* BJB Syari'ah KCP Arjawinangun . Banyaknya produk yang ditawarkan tidak memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang ditawarkan pada perusahaan tersebut. Kualitas produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan nasabahnya (Karim, 2008).

Kemudian salah satu bentuk dari persaingan antara lembaga keuangan syari'ah dan lembaga keuangan konvensional adalah dalam pemberian margin atau selisih dari harga pokok dengan harga jual suatu produk murabahah. Penentuan harga merupakan aspek yang sangat penting, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa yang

ditawarkan. Jika harga jual murabahah yang ditawarkan terlalu tinggi, maka daya beli nasabah rendah atau kurang diminati dan sebaliknya. Hal ini sesuai dengan hukum teori permintaan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat (Samuelson, 2003).

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan perhatian atau tindakan terhadap orang, aktivitas atau situasi yang disertai rasa senang (Bakhri, 2020), yang mana jika semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka akan semakin besar minatnya. (Slameto, 2010). Berdasarkan hal tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan pengabdian berbasis riset mengenai pengaruh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.

## **BAHAN DAN METODE**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Thorik G dan Utus H. dalam (Arifin, 2011) penting nya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan dan melayani. *Service* berarti mengerti, memahami dan merasakan sehingga penyampaian nya pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada *mind share* yang tertanam, loyalitas seseorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara yaitu membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata – nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut – atribut pelayanan suatu perusahaan.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dari definisi – definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala suatu bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan para konsumen.

### **Kualitas Produk**

Menurut Mowen dan Minor dalam (Bahar & Sjaharudin, 2015), kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebijakan kinerja barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Anggraeni, et al., 2016) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi

kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan kualitas produk yaitu suatu kebaikan atau kelebihan dari kinerja produk atau jasa dalam menjalankan fungsinya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tersirat.

Menurut Tjiptono dalam (Anggraeni, et al., 2016), ada delapan dimensi kualitas produk yang dikembangkan dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategi dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Kinerja : Kinerja yaitu karakteristik pokok dari produk yang dibuat perusahaan
2. Keistimewaan tambahan : Suatu keistimewaan yang diberikan produsen dalam produk yang dihasilkan diluar fungsi utamanya.
3. Kehandalan : merupakan produk yang ditawarkan minim dari kecacatan yang mungkin terdapat dari fisik atau fungsi produk tersebut
4. Kesesuaian : merupakan kesesuaian karakteristik dengan standar yang telah ditetapkan.
5. Daya tahan : merupakan umur ekonomis dari suatu produk yang ditawarkan produsen.
6. Kemampuan pelayanan : merupakan pelayanan terhadap apa yang diperlukan oleh pelanggan yang diberikan oleh suatu produk.
7. Estetika : merupakan menarik atau tidaknya bentuk fisik dari suatu produk.
8. Kualitas yang dipersepsiakan : merupakan citra dari suatu produk yang telah terbangun dimasyarakat serta tanggung jawab produsen dalam merealisasikan kualitas yang telah dipersepsikan oleh konsumen.

## **Margin**

Margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun, perhitungan margin keuntungan secara harian maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan (Karim, 2013).

Pada mekanismenya *margin* berbeda dengan bunga karena margin dapat diperoleh adanya suatu keterkaitan antara kedua belah pihak yang melakukan suatu transaksi jual-beli berdasarkan prinsip keadilan sesuai dengan jenis barang, alat ukur yang dipergunakan (timbangan), dan reputasi mitra (Muhammad, 2008).

Menurut (Muhammad, 2014) faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan tingkat *margin* adalah: Tingkat keuntungan, Jenis nasabah, Resiko pembiayaan, Kondisi perekonomian, Tingkat keuntungan yang diharapkan bank.

## Minat

Minat yaitu suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. (Slameto, 2010).

Dari definisi di atas dapat dinyatakan bahwa seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang dikarenakan hal tersebut datang dari dalam diri seseorang yang didasarkan rasa suka dan tidak adanya paksaan dari pihak luar. Dengan kata lain, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa.

## METODE

Populasi pada penelitian ini yaitu merupakan nasabah dari BJB Syariah KCP Arjawinangun. Dan sampel dalam populasi ini ditentukan menggunakan rumus slovin, dimana terdapat hasil sebanyak 80 sampel. Dalam penelitian ini menggunakan metode/pendekatan yaitu pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer yaitu merupakan data yang langsung diberikan kepada pengelola data dari si pemilik data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Dimana kuisioner ini merupakan sejumlah pertanyaan/ Pernyataan secara tersirat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Responden

Penelitian ini menggunakan data primer untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah. Melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang menjadi sampel penelitian. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh penelitian.

#### 1. Responden Menurut Jenis Kelamin

Perbedaan jenis kelamin dapat menjadi pembeda bagi seseorang dalam memutuskan dan menggunakan jasa perbankan syariah, khususnya di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Hal ini karena pada umumnya seseorang dalam memilih sesuatu

tergantung pada tingkat kenyamanan, perasaan dan keyakinan yang berbeda antara laki-laki dan perempuan.

**Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<b>Laki-laki</b>	39	48,8%
<b>Perempuan</b>	41	51,2%
<b>Total</b>	80	100%

Sumber : Data Primer, 2020

Dapat dilihat pada tabel 4.1 bahwa dari 80 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 41 orang atau 51,2%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan sebagai konsumen yang lebih potensial dalam menggunakan pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.

## 2. Responden Menurut Umur/Usia

Perbedaan kondisi individual seperti umur, seringkali dapat memberikan perbedaan perilaku seseorang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kelompok umur yang lebih potensial dalam memilih jasa perbankan syariah. Adapun komposisi responden menurut umur/usia dalam penelitian ini disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur/Usia**

<b>No.</b>	<b>Umur</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
1	20 – 30 Tahun	17	21,25
2	31 – 40 Tahun	33	41,25
3	41 – 50 Tahun	25	31,25
4	51 - 60 Tahun	5	6,25
	<b>Total</b>	80	100

Sumber : Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui dari 80 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden berumur 31-40 tahun dengan jumlah 33 responden. Dilihat dari segi umur menggambarkan bahwa kelompok umur 25 tahun merupakan konsumen yang berpotensi untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.

### 3. Responden Menurut Jenjang Pendidikan Terakhir

Perbedaan pendidikan terakhir disini sangat mempengaruhi sekali untuk konsumen dalam hal ini pengetahuan tentang lembaga keuangan bank maupun non bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan jenjang pendidikan terakhir dalam kategori, yaitu SMP, SMA, Diploma, S1, dan S2. Adapun komposisi responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir**

No.	Jenjang Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1	SMP	5	6,25
2	SMA	20	25
3	Diploma	10	12,5
4	S1	38	47,5
5	S2	7	8,75
	Total	80	100

Sumber : Data Primer, 2020

Dari tabel dapat diketahui dari 80 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden memiliki jenjang terakhir S1 yaitu sebanyak 38 atau 47,5% dan kemudian disusul SMA sebanyak 20 atau 25%. Kemudian Diploma sebanyak 10 atau 12,5% , S2 sebanyak 7 atau 8,75% dan terakhir SMP sebanyak 5 responden atau 6,25%.

### 4. Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Adanya perbedaan jenis pekerjaan nasabah berkaitan dengan rata-rata penghasilan nasabah setiap bulannya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Karena hal ini juga terkait dengan kemampuan nasabah dalam mengangsur pembiayaan. Adapun komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan responden disajikan dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	PNS	15	18,75
2	Pegawai Swasta	30	37,5
3	Pengusaha	15	18,75
4	DLL	20	25

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
	Total	80	100

Sumber : Data Primer, 2020

Dari tabel 4 dapat dilihat dari 80 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 30 responden atau 37,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta lebih berpotensi untuk menjadi konsumen produk pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diajukan secara signifikan yang diterima. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun.

Berdasarkan tabel uji t coefficients diperoleh nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 12,719 dan Sighitung sebesar 0,000. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai thitung ( $12,719 > t_{tabel} (1,292)$ ) dengan hal ini dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sighitung ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang artinya variabel Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun, maka akan semakin tinggi minat nasabah menggunakan produk Bank BJB Syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitriya Dini Qoyyimah (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah. Namun penelitian ini tidak didukung oleh penelitian sunarsih dan wulandari (2014) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT Bank Muamalat Indonesia.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun.

Berdasarkan tabel uji t coefficients diperoleh nilai thitung untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,476 dan Sighitung sebesar 0,636. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai thitung ( $0,476 < t_{tabel} (1,292)$ ) dengan hal ini dinyatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sighitung ( $0,636 > 0,1$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



Ha ditolak. Yang artinya variabel Kualitas Produk secara parsial tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kualitas produk yang rendah dapat menurunkan minat nasabah menggunakan produk Bank BJB Syariah.

Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriya Dini Qoyyimah (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

### 3. Pengaruh Margin Terhadap Minat Nasabah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun

Berdasarkan tabel uji t coefficients diperoleh nilai thitung untuk variabel Margin sebesar 0,476 dan Sighthitung sebesar 0,325. Berdasarkan hasil tersebut maka nilai thitung  $(-0,990) < ttabel (1,292)$  dengan hal ini dinyatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini diikuti dengan pernyataan Sighthitung  $(0,325) > 0,1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Yang artinya variabel Margin secara parsial tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun. Ini berarti semakin tinggi tingkat margin maka akan semakin rendah minat nasabah mengajukan pembiayaan murabahah pada Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun.

Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wulandari (2017) yang menunjukkan bahwa Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.

### 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Margin Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank BJB Syariah KCP Arjawinangun

Berdasarkan tabel hasil uji F anova diperoleh nilai Fhitung (122,725) dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, maka nilai Fhitung  $(122,725) > nilai Ftabel (2,14)$  dengan hal ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan hal ini diperkuat oleh pernyataan selanjutnya yaitu Sighthitung  $(0,000) < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel 122,725 secara simultan mempengaruhi variabel Y (Minat Nasabah).

Kemudian dibuktikan melalui nilai R pada koefisien determinasinya sebesar 0,829 atau 82,9%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah dalam uji koefisien determinasi sebesar 82,9% dan sisanya 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah yang merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah yang merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.
3. Margin tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti margin tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah yang merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah pembiayaan murabahah di BJB Syariah KCP Arjawinangun.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi BJB Syariah KCP Arjawinangun

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, komponen yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk di BJB Syariah KCP Arjawinangun adalah kualitas pelayanan. Suatu komponen yang tidak dapat dilihat namun dapat dirasakan. Suatu komponen yang sangat fleksibel, berubah-ubah dan tidak pasti. Sekalipun demikian diharapkan BJB Syariah KCP Arjawinangun mampu mempertahankan konsistensinya sebagai lembaga keuangan syariah terbaik dimata masyarakat.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor – faktor lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk di BJB Syariah KCP Arjawinangun, memperbesar ukuran sampel agar ukuran signifikansi lebih besar sehingga pengaruhnya tidak bernilai negatif, teknik pengambilan sampel sebaiknya menggunakan metode lain agar data yang diperoleh tidak bias, serta menggunakan alat analisis yang berbeda.

## 3. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat hendaknya lebih banyak mencari informasi tentang bank syariah terutama mengenai pembiayaan yang ada di bank syariah, karena sistem yang ada di bank syariah berlandaskan dengan Alquran dan Hadits dan itu berbeda dengan bank konvensional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada pimpinan BJB Syariah KCP Arjawinangun, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan pengabdian berbasis riset, tidak ketinggalan pula kepada rekan-rekan tim pegawai BJB Syariah KCP Arjawinangun yang telah banyak membantu proses pendalaman materi selama di lapangan sebagai pendamping terutama supervisor operasional. Juga kepada nasabah dan semua pihak yang telah berkontribusi selama proses pengabdian berbasis riset ini dilakukan. *Jazaakumullah Akhsanal Jazaa.*

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. P., Kumadji., S., Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1). Agustus.
- Arifin, S. (2011). "Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah". *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 8(1).
- Bahar, Arfiani & Sjaharuddin, H. (2015). "Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang". *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3, September.
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 69-80.

- Bakhri, S., Aziz, A., & Sarinah, R. (2020). Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 60-73. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1175>
- Karim, Adiwarman. (2008). *Bank Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Karim, Adiwarman. (2013). *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Kaungan..* Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Latumaerisa, J. R. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad. (2008). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen perusahaan YKPN.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP.
- Samuelson, P. A. (2003). *Ilmu Mikro Ekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Slameto. (2010). *Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Sunarsih dan Wulandari. (2014). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia". *Ejurnal Stie*, 23(1).
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wawancara dengan Bapak Denny Yuntrisna Hadibrata. (*Supervisor Operasional Bank Jabar Banten Syari'ah KCP Arjawinangun*) pada hari Senin, 06 Juli 2020, pukul: 09.30 WIB.