

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Masa sekarang adalah masa dimana sebuah lembaga keuangan syariah (LKS) berkembang sangat pesat, dimana keberadaan sebuah lembaga keuangan itu sendiri sudah sangat banyak diterima oleh masyarakat pada umumnya. Indonesia adalah negara dengan mayoritas umat muslim paling banyak didunia, dengan begitu tidak akan menutup kemungkinan bahwa masyarakat akan menerima dan memberikan kepercayaannya kepada lembaga keuangan syariah.

keuangan yang didasarkan prinsip-prinsip syariah atau dengan kata lain bersumber dari ayat-ayat Al-Qur'an dan As-Sunnah yang berkaitan dengan etika bermuamalah dan transaksi ekonomi, baik dalam bentuk bank maupun non bank. Dalam islam, tidak semua transaksi ekonomi dilarang, demikian juga sebaliknya, tidak semua transaksi ekonomi diperbolehkan. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh lembaga keuangan, baik itu Bank maupun Koperasi Simpan Pinjam, selama ini hanya 'menggantungkan' keuntungan dari bunga.

Saat ini, keberadaan lembaga keuangan sangat dibutuhkan di berbagai tempat karena tidak hanya sebagai tempat menyimpan uang semata, melainkan juga sebagai tempat dimana modal terhimpun dan dapat di akses. Bank punya peran besar, dalam menghimpun dana dari masyarakat dan

kemudia menyalurkan sebagai usaha, sehingga terciptnya pertumbuhan ekonomi. <sup>1</sup>

Koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) adalah salah satu lembaga yang sudah beroperasi sejak tahun 1995 sehingga saat ini, pada tahun 2006 BMT Amanah Ummah resmi menjadi koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) dan pada tahun 2016 mengalami perubahan bentuk badan hukum sesuai dengan keputusan kementerian koperasi maka koperasi jasa keuangan (KJKS) Amanah Ummah berubah nama menjadi koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) BMT Amanah Ummah. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Amanah Ummah sebagai lembaga syariah yang mendapat sambutan positif dari berbagai kalangan masyarakat.<sup>2</sup>

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berbentuk koperasi syariah, dimana koperasi ini adalah koperasi simpan pinjam dan pembiayaan. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera juga merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang tidak bisa lepas dari manajemen pemasaran, khususnya personal selling, kualitas pelayanan dari KSPPS itu sendiri. Setiap lembaga keuangan syariah pasti memiliki sebuah produk sebagai pelayanan terhadap nasabahnya, mulai dari yang kurang sampai paling diminati, mulai dari yang biasa sampai yang berkualitas. Semua itu tergantung bagaimana KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera mempromosikan dan memebrikan pelayanan dari masing-masing produk yang mereka miliki.

Perkembangan yang sangat pesat dalam dunia perbankan saat ini ditandai dengan banyaknya lembaga-lembaga syariah yang bermunculan. Banyaknya lembaga syariah yang ada, menuntut bank konvensional untuk lebih peka terhadap kebutuhan maupun

---

<sup>1</sup> Singgih Muheramtohad, "Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Perberdayaan UMKM di Indonesia," Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 8,no.1 (2017): 65-77, <http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.65-77>

<sup>2</sup> Ditta Ayu Kurnoasari Ekawardhani, "Simpanan Berjangka pada KSPPS BMT Amanah Ummah Menurut Fatwa DSN-MUI No.02 dan 115," Jurnal Ekonomi Syariah Teoridan Terapan, Vol.6, no.1, (Januari):59-69

perilaku nasabah sehingga nasabah tidak akan berpindah ke lembaga syariah maupun lembaga lain. Perilaku nasabah terhadap lembaga dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik lembaga itu sendiri. Pelayanan pelanggan menjadi penting bagi lembaga dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah ke lembaga lainnya.<sup>3</sup>

Setiap lembaga keuangan memerlukan kualitas pelayanan atau pelayanan yang unggul sehingga bisa memuaskan konsumen baik dari sikap dan cara karyawan melayani.<sup>4</sup> Hal ini juga dilakukan oleh lembaga KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan untuk menjaga citra perusahaan yang baik sehingga bisa menimbulkan keputusan konsumen dalam memilih produk-produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan dapat menerapkan strategi agar anggota termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota.

Dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan sebagai lembaga keuangan mikro syariah memiliki fungsi meliputi penghimpunan dana dan penyaluran dana masyarakat. Fungsi penyaluran dana di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan menggunakan skema salah satunya pembiayaan seperti, produk multi barang (MURABAHAH) sebagai contoh kepedulian perekonomian masyarakat menengah kebawah dalam hal memenuhi kebutuhan ekonomi.

Produk pembiayaan murabahah yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba baik dibayar tunai maupun secara angsuran dengan tujuan untuk membantu

---

<sup>3</sup> Tri Astuti, Rr. Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah," Jurnal Nominal, vol. 11, no. 1 (2013)

<sup>4</sup> Rizka Ramadaning Tyas, Ari Setiawan, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang," Jurnal Muqtasid, vol. 3, no. 2 (2012): 283

oranglain atau masyarakat yang sedang membutuhkannya serta ingin meningkatkan perekonomiannya agar lebih baik lagi.<sup>5</sup>

*Personal selling* adalah bentuk komunikasi langsung antara produsen dan konsumen untuk mengenalkan produk pada calon pelanggan, memberikan pemahaman agar mereka mencoba dan bersedia membeli produknya.<sup>6</sup> Adapun bentuk-bentuk *personal selling* yaitu: (1) *Field Selling*, yakni tenaga penjual yang melakukan penjualan di luar perusahaan dengan mendatangi dari satu rumah ke satu rumah atau bisa juga di perusahaan ke perusahaan lainnya. (2) *Retail Selling*, yakni tenaga penjualan yang melakukan penjualan dengan melayani konsumen yang datang ke perusahaan. (3) *Executive Selling*, yakni hubungan yang dilakukan oleh pemimpin perusahaan dengan pemimpin perusahaan atau pemerintah dengan tujuan melakukan penjualan.<sup>7</sup>

Kelebihan *Personal Selling* di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan ialah bisa memberikan jawaban secara langsung terkait pertanyaan calon anggota dan juga mampu memberikan saran terbaik terkait produk yang konsumen inginkan.

Kualitas Pelayanan juga merupakan suatu penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapatkan.<sup>8</sup> Adapun dimensi yang ada pada kualitas pelayanan yaitu: (1) Tangibles (bentuk fisik), apakah karakteristik fisiknya (fasilitas silitas fisik, perlengkapan, dan penampilan pekerjaannya). (2) Reliability (kehandalan) yang sangat tergantung pada kinerja yang diberikan. (3) Responsiveness (ketanggapan) adanya tanggung jawab dan kecakapan karyawan dalam membantu dan

---

<sup>5</sup> Ika Trisnawati Alawiyah, "Konsep Produk Murabahah dalam Perspektif Ekonomi Syariah", Mahkamah, Vol.1, No.1 (Juni 2016)

<sup>6</sup> Bambang D, Prasetyo dkk, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press, 2018), 185.

<sup>7</sup> Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), 230-231

<sup>8</sup> Rizky Ferrari Oktavian, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2 (Agustus 2018).

memberikan pelayanan sebaik-baiknya. (4) Competences (jaminan) yang mencakup kompetensi baik dari segipengetahuan dan keahlian dalam memberikan pelayanan atautugas dengan kredibilitas tinggi.(5) Empathy (empati) menunjukkan rasa peduli dan perhatian pada pelanggan dengan komunikasi yang baik.<sup>9</sup>Personal selling dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah ataupun anggota dari lembaga keuangan syariah.

Kelebihan dari kualitas pelayanan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan ialah wujud pelayanan yang diberikan oleh pengelola sangat baik sehingga bisa membuat seseorang tertarik untuk menggunakan produk yang berada di lembaga tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Brillian Rori dkk yang jurnalnya berjudul Analisis Branding Strategi, *Servicescape*, and *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer Yamaha Aimadidi. Hasil penelitiannya adalah *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>10</sup>

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lanny N.A. Lengkey dan Rita Taroreh pada kualitas pelayanan dan bauran pemasaran pengaruhnya terhadap keputusan pembelian logam mulia pada PT. Pegadaian cabang Manado Timur, menunjukkan bahwa *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>11</sup> Dengan adanya perbedaan penelitian diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang mengaitkan antara pengaruh *personal selling* dan kualitas

---

<sup>9</sup> Nurul Huda, dkk, Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi, (Depok: Kencana,2017), 36

<sup>10</sup> Brillian Rori dkk, "Analisis Branding Strategi, Servicescape,and Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer Yamaha Aimadidi", Jurnal EMBA,2 (Juni 2015).

<sup>11</sup> Lanny N.A. Lengkey, Rita Taroreh, "Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Logam Mualia pada PT.Pegadaian Cabang Manado Timur", Jurnal Emba,4 (Desember 2014).

pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk multi barang di sebuah lembaga keuangan yakni KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera pamekasan.

Selain dari memotivasi anggota agar menggunakan produk penyaluran dana, KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera harus memberikan Kualitas Pelayanan kepada anggota sehingga menimbulkan daya tarik bagi calon anggota, karena hal ini mempengaruhi keputusan untuk memilih produk pembiayaan multi barang (MURABAHAH).

Penelitian dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti yang berjudul pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri Surabaya.<sup>12</sup>

Kualitas Pelayanan adalah segala sesuatu yang dirasakan oleh nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangansyariah.<sup>13</sup> Dalam hal ini kualitas pelayanan menjadi sarana alternatif untuk mengetahui perilaku yang akan dimunculkan oleh nasabah. Perilaku nasabah dapat dilakukan melalui proses sebelum dan sesudah nasabah melakukan penggunaan produk yang ditawarkan. Seorang nasabah akan memberikan penilaian yang kemudian akan mempengaruhi proses keputusan dalam memilih produk tersebut.

Keputusan dalam memilih produk tersebut sangat dipengaruhi oleh apa yang didapatkan calon nasabah baik dalam bentuk personal selling yang diberikan ataupun dari

---

<sup>12</sup> Muhamaad fajar Fahrudin, Emma Yulianti, "Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya", *Journal Of Business and banking*, Vol.5, No.1, (May-October 2015).

<sup>13</sup> Meilina Boediono, Sonata Cristian, Dewi Mustikasari Immanuel, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax", *Jurnal Manajemen*, Vol.3 No.1, (April 2018).

segi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dalam memilih suatu produk calon nasabah memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan, dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya calon nasabah akan memutuskan dan membentuk pilihannya. Pengharapan calon nasabah sendiri dibentuk oleh pengalaman calon nasabah itu sendiri, baik dari personal selling dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Keputusan memilih produk yang dilakukan oleh calon nasabah melalui proses mempelajari terlebih dahulu produk yang ditawarkan oleh KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan untuk mempengaruhi keputusan calon nasabah dalam memilih produk tersebut.<sup>14</sup>

Produk Murabahah memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang cukup positif dari tahun ke tahun. Dari hasil wawancara terhadap karyawan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan yaitu Nurma Dwi Azizah yang dilakukan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan pada tanggal 09 Maret 2021 perkembangan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan ditandai dengan peningkatan jumlah anggota yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini ditunjukkan berdasarkan kurva jumlah pengguna pada produk Murabahah yaitu:

---

<sup>14</sup> Desiana, Dewi Susiloati, Nagita Kencoro Putri, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasik Malaya", Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol.11No.1, (Juni 2018).

**Gambar 1.1**

**Perkembangan Anggota Produk MURABAHAH dari Tahun 2017-2020**



Sumber: KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Berdasarkan gambar diatas pertumbuhan pengguna produk murabahah mengalami peningkatan setiap tahunnya sebesar 2 anggota dari tahun 2017-18, mengalami peningkatan sebesar 10 anggota dari tahun 2018-2019, mengalami peningkatan lagi sebesar 30 anggota dari tahun 2019-2020. Jadi dari hasil kurva peningkatan anggota produk Murabahah di atas dapat disimpulkan bahwa produk Murabahah selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menganggap penting untuk mengadakan penelitian pengaruh personal selling dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk multi barang. Pembahasan tersebut menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut dikarenakan adanya GAP penelitian sebelumnya, sekaligus mengkaji konsistensi teori dari personal selling dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota. Maka itu judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan**

---

<sup>15</sup> Nurma Dwi Azizah, Wawancara Langsung, KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, 09 Maret 2021



## **Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Multi Barang (MURABAHAH) Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera pamekasan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?
3. Bagaimana pengaruh *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS DarulHikmahMitra Sejahtera Pamekasan?

2. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) Di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *Personal Selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?

#### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.<sup>16</sup> Asumsi sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, agar peneliti memiliki dasar pijakan yang kuat terhadap masalah yang akan diteliti. Berdasarkan pengertian dan pemahaman di atas, maka dapat di tarik asumsi penelitian sebagai berikut:

1. Setiap anggota memiliki alasan yang jelas dan beragam dalam menentukan keputusan memilih produk multi barang.
2. Dalam memilih produk multi barang anggota akan mempertimbangkan banyak hal atau motif yang mempengaruhinya.
3. Dalam menentukan keputusan setiap anggota memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam memilih produk multi barang
4. *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan merupakan salah satu motif yang memperngaruhi keputusan anggota memilih produk multi barang.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan penjelasan sementara tentang suatu tingkah laku, gejala-gejala atau kejadian tertentu yang telah terjadi atau yang akan terjadi. Hipotesis adalah

---

<sup>16</sup> Ismail, Bambang Triyanto, Penulisan Karya Ilmiah (*Skripsi*): Suatu Pedoman, (Klaten:Lakeisha,2020), 51.

pernyataan yang dapat diuji mengenai hubungan potensial antara dua atau lebih variabel.<sup>17</sup> Hipotesis dan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota memilih produk multi barang.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Anggota memilih produk multi barang.

2. H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

3. H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh personal selling dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh personal selling dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

## **F. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat baik secara akademis maupun secara praktis

### **1. Manfaat Teoritis**

---

<sup>17</sup> Wagiran, Metodologi Penelitian Pendidikan: Teori dan Implementasi, (Yogyakarta Deepublish, 2013), 94.

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran di dalam memahami perilaku anggota untuk menjangkau para calon anggota dan mempertahankan anggota pada KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan acuan dalam kebijakan di perusahaan. Khususnyadalam masalah personal selling dan kualitas pelayanan. Sebagai dasar dalam hal menarik minat anggota.

### **b. Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan tambahan wawasan penelitian, terutama dalam implementasi landasan teori yang diperoleh selama menjadi mahasiswa/i.

### **c. Bagi lembaga akademis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perpustakaan, sarana pembelajaran, serta dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa/i IAIN Madura dalam hal manajemen pemasaran.

### **d. Bagi Masyarakat**

Dapat memberikan pengetahuan serta informasi khususnya di bidang pemasaran serta kualitas pelayanan pada suatu koperasi simpan pinjam seperti KSPPS agar masyarakat lebih mengenal faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih sebuah produk pembiayaan.

## G. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini membatasi penelitian yaitu pada anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Sedangkan untuk variabel yang diteliti dibatasi pada variabel Personal Selling, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Anggota. Adapun indikator-indikator yang dipakai adalah:

1. Indikator variabel *Personal Selling*<sup>18</sup>
  - a. Konfrontasi personal
  - b. Pengembangan
  - c. Tanggapan
2. Indikator variabel Kualitas Pelayanan<sup>19</sup>
  - a. *Compliance* (Kepatuhan)
  - b. *Assurance* (Jaminan)
  - c. *Reliability* (Kehandalan)
  - d. *Tangible* (Bukti Fisik)
  - e. *Empathy* (Empati)
  - f. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
3. Indikator Keputusan Anggota<sup>20</sup>
  - a. Keyakinan terhadap produk
  - b. Kebutuhan akan suatu produk
  - c. Keinginan membeli produk

---

<sup>18</sup> Bambang D. Prasetyo,dkk, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press,2018), 1999

<sup>19</sup> Rudy Haryanto,Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik), (Pamekasan:Duta Media Publishing,2020), 27-35

<sup>20</sup> Nufian S Febriani, Wayan weda Asmara Dewi,Perilaku Konsumen di Era Digital Beserta Studi Kasus, (Malang: UB Press,2019), 80

## **H. Definisi Istilah**

Untuk menyatukan persepsi tentang pengertian variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan batasan-batasan definisi operasional sebagai berikut:

### **1. *Personal Selling***

*Personal selling* (Penjual Personal) adalah presentasi secara personal yang digunakan untuk mempengaruhi satu konsumen atau lebih. *Personal selling* membutuhkan keahlian dari tenaga penjualan untuk mempengaruhi tingkat permintaan konsumen akan suatu produk.<sup>21</sup> *Personal Selling* memainkan kunci penting dalam membina hubungan antara perusahaan dan customernya, tidak hanya sedar menjual produk, namun jugaberguna untuk membangun hubungan dengan customer.<sup>22</sup> Adapun dalam penelitian ini yang dimaksud adalah bagaimana cara KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan meyakinkan kepada calon anggota koperasi tentang produk atau jasa yang dimiliki perusahaan dengan melalui *Personal Selling*, agar bisa memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen mengingat banyak perusahaan lain yang juga menawarkan produk atau jasanya untuk memikat konsumen dalam jumlah yang banyak demi kesuksesan perusahaan tersebut.

### **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi. Agar pelayanan memiliki kualitas dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka perusahaan harus

---

<sup>21</sup> Nana Triapnita Nainggolan, dkk. *Prilaku Konsumen di Era Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), 89.

<sup>22</sup> Bambang D, Prasetyo DKK, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press, 2018), 186

memperhatikan berbagai dimensi yang dapat menciptakan dan meningkatkan kualitas pelayanan.<sup>23</sup> Adapun jasa yang digunakan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan untuk bisa memenuhi kebutuhan anggota yaitu dengan memberikan pembiayaan kepada anggota melalui beberapa tahap yaitu pra pembiayaan, proses pembiayaan dan pasca pembiayaan.

### **3. Keputusan Anggota**

Keputusan anggota adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya.<sup>24</sup> Dalam membuat keputusan, Nasabah mendasarkan diri pada emosinya. Logika dipakai untuk alasan pembenaran keputusan itu. Mereka memiliki dua alasan untuk membeli produk, *pertama* agar mereka senang, dan *kedua* agar terhindar dari perasaan tidak senang. Bila nasabah merasa senang atas produk yang telah dibeli, maka akan memberitahukan hal tersebut kepada orang lain yang kemungkinan akan terpengaruh dan kemudian mengikuti menjadi nasabah.<sup>25</sup>

Selain untuk mengetahui definisi istilah, peneliti disini juga ingin mengetahui pengaruh personal selling dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan multi barang (Murabahah) di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

#### **I. Kajian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu dijadikan sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penjelasan hasil penelitian terdahulu:

---

<sup>23</sup> Mu'ah, Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan Dan Biaya Peralihan*, (Sidoarjo:Zifatama publisher,2014), 76

<sup>24</sup>Zakaria Harapan, Juwita Anggraini, "Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah" *I-Finance*, 1 (Juni, 2018)., 104

<sup>25</sup>Subarjo Joyosumarto, *B.A.N.K.I.R.*, (Jakarta: PT Elex Media Koputindo, 2018), 117

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Alisan dan Widya Sari pada tahun 2018 tentang “ Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan”. Metode penelitian yang digunakan adalah model analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian fitting (Elbow) pada PT. Selawan Abadi Teknik Medan.<sup>26</sup>
- b. Penelitian yang dilakukan oleh Badrul Huda, Sukidin & Sri Wahyuni pada tahun 2019 tentang “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkar Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada PT.Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember”. Metode penelitian yang digunakan adalah model analisis garis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, prosedur kredit, dan tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember.<sup>27</sup>
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti pada tahun 2015 tentang “ Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya”. Metode penelitian yang digunakan adalah model analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan secara

---

<sup>26</sup> Alisan, Widya Sari, “ Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa (Elbow) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan”, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.7, No.2, November 2018, 130

<sup>27</sup> Badrul Huda, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.12, No.1, 2019, 92



simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya.<sup>28</sup>

- d. Penelitian yang dilakukan oleh I Dewa Ayu Diyah Saraswati, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi & Gede Putu Agus Jana Susila pada tahun 2019 tentang “Pengaruh Personal Selling Agen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah pada PT. Sun Life Financial Cabang Pamarona A.Yani”. Metode penelitian yang digunakan adalah model variabel (1) Uji instrumen menggunakan uji reabilitas dan uji validitas, (2) uji asumsi klasik dengan menggunakan uji normalitas, uji multi kolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, (3) uji regresi linier berganda, dan (4) uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa personal selling dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>29</sup>
- e. Penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay pada tahun 2014 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan”. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti, “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya”, *Journal of Business and Banking*, Vol.5, No.1, May-October 2015, 12

<sup>29</sup> I Dewa Ayu Gede Diyah Saraswati, dkk, “Pengaruh Personal Selling Agen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Pada PT. Sun Life Financial Cabang Pamarona A.Yani”, *Jurnal Manajemen*, Vol.5, NO.2, Oktober 2019, 137

<sup>30</sup> Raihanah Daulay, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol.12, No.1, 2014

Selain penelitian tersebut, masih ada penelitian berhubungan dengan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota. Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada antara lain:

**Tabel 2.1**

**Perbedaan dan persamaan penelitan terdahulu**

<b>No</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fitting Pipa ( <i>Elbow</i> ) pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan	Model analisis Linier Berganda	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember	Model analisis linier berganda	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda
3	Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya	Model analisis linier berganda	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda
4	Pengaruh Personal Selling Agen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nasabah pada PT.Sun Life Financial Cabang Pamaron A.Yani	Model analisis linier berganda	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan	Model analisis linier berganda	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda

Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah:

a) Persamaan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

b) Perbedaan

- 1) Lokasi penelitian dilakukan di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan
- 2) Variabel penelitian berbeda, yaitu variabel independen menggunakan *Personal Selling* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) kemudian variabel dependen menggunakan Keputusan Anggota (Y)
- 3) Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah anggota KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan