

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIKI RUMAH MELALUI
PEMBIAYAAN KPR BTN SYARIAH KCS BEKASI**

TESIS

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Pasca Sarjan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Oleh:

**SITI SUPARYANTI
NIM: 61101020200029**



**PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2023



PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Thesis Berjudul

**PENGARUH Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan
Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki
Rumah Melalui Pembiayaan KPR BTN Syariah KCS Bekasi**

Oleh

Nama : Siti Suparyanti
NIM : 61101020200029
Program Studi : Manajemen pada Program Magister

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal September 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Christina Ekawati, SE., MM

Mnyetujui,

Ketua Program Pascasarjana

Dr. Christma Ekawati, SE., MM

Mengesahkan,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H



PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tesis Berjudul

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIKI
RUMAH MELALUI PEMBIAYAAN KPR BTN SYARIAH KCS BEKASI**

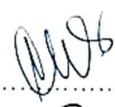
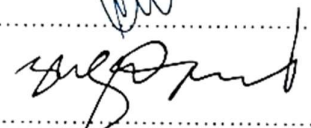
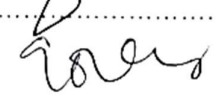
Oleh

Nama : Siti Suparyanti
NIM : 61101020200029
Program Studi : Manajemen pada Program Magister

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tesis, Pada :

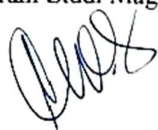
Hari : Jumat
Tanggal : 25 Agustus 2023
Waktu : 19.30 s.d 21.30

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS
Tim Penguji Thesis

Ketua : Dr. Christina Ekawati, SE., MM (.....)
Anggota 1 : Dr. Aries Zuswana, SH., MM (.....)
Anggota 2 : Dr. Ir. Hj. Evilina Sjaiful, M.Si (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Christina Ekawati, SE., MM

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Suparyanti
NIM : 61101020200029
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Thesis yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Rumah Melalui Pembiayaan KPR BTN Syariah KCS Bekasi**

1. Ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan proposal thesis ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar magister saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Bekasi, Agustus 2023


Siti Suparyanti

ABSTRAK

SITI SUPARYANTI. NIM 61101020200031 Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Rumah Melalui Pembiayaan KPR BTN Syariah KCS Bekasi

Pesatnya pertumbuhan penduduk diperkotaan akibat pertumbuhan secara alami dan urbanisasi menyebabkan peningkatan kebutuhan hunian, kebutuhan akan perumahan baru pun semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pembelian rumah dijadikan sarana investasi meskipun bukan merupakan investasi liquid karena butuh waktu untuk menjualnya Kembali. Tetapi harga rumah semakin lama akan mengalami kenaikan yang membuat Sebagian masyarakat tidak mampu membelinya secara tunai.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah dalam membeli rumah melalui pembiayaan syariah pada Bank BTN Syariah. Populasi penelitian adalah nasabah yang telah membeli rumah dengan menggunakan pembiayaan syariah dari Bank BTN Syariah KCS Bekasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, bauran pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah dimana hasil yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$ dan berdasarkan hasil output perbandingan nilai f hitung yaitu 241,627. $F_{table} = 2,610$. Selain itu, hasil uji hipotesis secara parsial juga menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah dimana nilai bauran pemasaran didapat nilai $\beta = 0,381$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000, sedangkan nilai kualitas layanan diperoleh nilai 0,273 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor bauran pemasaran dan kualitas layanan memainkan peran penting dalam membentuk keputusan nasabah dalam membeli rumah melalui pembiayaan syariah di Bank BTN Syariah KCS Bekasi. Oleh karena itu, bank perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran guna menarik minat nasabah untuk memilih pembiayaan syariah sebagai solusi dalam pembelian rumah mereka.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, Pembiayaan

ABSTRACT

SITI SUPARYANTI. NIM 61101020200031 *The Effect of Marketing Mix and Service Quality on Consumers' Decisions to Own a Home Through KPR BTN Syariah Financing*

The rapid growth of population in cities due to natural growth and urbanization causes an increase in housing needs, the need for new housing is increasing from year to year. Purchasing a house is used as an investment tool even though it is not a liquid investment because it takes time to resell it. But house prices will increase over time, making some people unable to buy them in cash.

This study aims to investigate the influence of marketing mix and service quality on customers' decision to purchase a house through Sharia financing at Bank BTN Syariah. The population of this research consists of customers who have purchased a house using Sharia financing from Bank BTN Syariah KCS Bekasi. The sample size for this study is 150 individuals. The data analysis method employed in this research is multiple linear regression analysis. The results of the study show that both marketing mix and service quality have a significant simultaneous effect on customers' house purchase decisions, towards the decision to purchase a house where the results obtained were $0,000 < 0,015$ and based on the comparative output results the calculated f value was 241,627, F table = 2,610. Furthermore, the partial results of the hypothesis test also indicate that marketing mix and service quality significantly influence customers' house purchase decisions, the marketing mix value obtained was $\beta = 0,371$ with a significant value of 0,000, while the service quality value obtained was 0,273 with a significant value of 0,000. In conclusion, this research demonstrates that marketing and service quality factors play a crucial role in shaping customers' decisions to purchase a house through Sharia financing at Bank BTN Syariah KCS Bekasi. Therefore, the bank needs to enhance service quality and marketing strategies to attract customers' interest in choosing Sharia financing as a solution for their house purchase.

Keywords: Marketing Mix, Service Quality, Purchase Decision, Financing

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan tesis ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Rumah Melalui Pembiayaan KPR BTN Syariah. Disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Dr. Christina Ekawati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini.
4. Ibu Dr. Christina Ekawati, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Thesis yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun thesis.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Magister Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan pertama yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama dua tahun dengan penuh suka cita.
8. Keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan tesis ini dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, Agustus 2023
Penulis,



SITI SUPARYANTI
NIM: 61101020200029

PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. State of The Art	7
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Bauran Pemasaran	12
2.1.2. Kualitas Layanan	18
2.1.3. Keputusan Pembelian	25
2.1.4. Gambaran Pembiayaan Bank BTN Syariah	30
2.2. Penelitian - Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Penelitian	40
2.4. Hipotesis Penelitian	41

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	42
3.1.1. Waktu Penelitian	42
3.1.2. Tempat Penelitian	42
3.2. Definisi Operasional Variabel	42
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.1. Populasi	45
3.3.2. Sampel	45
3.4. Teknik Pengumpulan Data	47
3.5. Instrumen Penelitian	47
3.6. Data dan Teknik Analisa Data	49
3.7. Teknik Analisis Data	49
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	49
3.7.1.1. Uji Validitas	50
3.7.1.2. Uji Reliabilitas	50
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda	51

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Karakteristik Responden.....	52
4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif (Tanggapan Responden).....	54
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	61
4.1.3.1. Uji Validitas	61
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	64
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	65
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas	65
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinieritas	66
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.1.5. Hasil Uji Hipotesis	67
4.1.5.1. Persamaan Regresi Linier Berganda	67
4.1.5.2. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	69
4.1.4.3. Koefisien Determinasi	69

4.1.4.4. Hasil Uji T (Uji Parsial)	70
4.1.4.5. Pengaruh Dominan.....	71
4.2. Pembahasan.....	72
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Realisasi Pembiayaan BTN KCS Bekasi.....	2
Tabel 1.2. Komposisi KPR BTN KCS Bekasi	2
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2. Skala Pengukuran Likert	48
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	52
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Bauran Pemasaran.....	54
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Layanan.....	57
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran	62
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Berganda	68
Tabel 4.11. Hasil Uji F (Uji Simultan)	69
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.13. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bauran Pemasaran 7P	16
Gambar 2.2. Sistem Pemasaran Sederhana	17
Gambar 2.3. Lima Dimensi Kualitas	21
Gambar 2.4. Proses Keputusan Pembelian	29
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Turnitin	80
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian	81
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 4. Tabulasi Data	86
Lampiran 5. Hasil Output SPSS	87
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	94
Lampiran 7. Tabel F dan T	95
Lampiran 8. Curriculum Vitae	97

