

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MEMILIH PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH (PKR) SEJAHTERA
PADA BANK X KOTA LANGSA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh:

**RIZA ANJANI
NIM:4012016096**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
TAHUN 2021 M/1443 H**

PERSETUJUAN

Skrisi Berjudul

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MEMILIH PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN RUMAH SEJAHTERA (PKR)
SEJAHTERA PADA BANK X KOTA LANGSA**

DIAJUKAN OLEH:

**RIZA ANJANI
NIM: 4012016096**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, ¹⁶ November 2021

PEMBIMBING I


**Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007**

PEMBIMBING II


**Zikriatul Ulya, SE, M. Si
NIDN. 2024029102**

Mengetahui

**An. Ketua Jurusan Program Studi
Sekretaris Jurusan
Perbankan Syariah (PBS)**


**Fakhrizal Bin Mustafa, Lc. MA
NIP. 19850218 201801 1 001**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera Pada Bank X Kota Langsa**" an. Riza Anjani, NIM. 4012016096, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 16 Desember 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah.

Langsa, 16 Desember 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

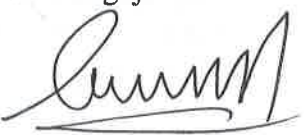
Penguji I


Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007


Penguji II


Zikriatul Ulya, SE. M. Si
NIP. 2024029102

Penguji III


Dr. Mulyadi, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Penguji IV


Fakhrizal, Lc. MA
NIP. 19850218 201801 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa




Dr. Iskandar Budiman, M.CL
NIP. 19650616 199503 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riza Anjani
Tempat Tanggal Lahir : Langsa, 23 Maret 1999
Fakultas/Program Studi : FEBI/Perbankan Perbankan
Alamat : Dusun Petua Thaib, Gampong Teungoh, Kec.
Langsa Kota, Kota Langsa

Menyatakan bahwa skripsi saya ini yang berjudul “ Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera Di Bank X Kota Langsa” adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, tidak merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pemikiran saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi orang lain, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, November 2021


Riza Anjani
4012016096

Motto

”Belajar supaya bisa, bekerja supaya kaya. Berbanggalah tetapi jangan sombong”

ABSTRAK

Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera adalah program hasil kerjasama antara Bank Aceh Syariah dengan Kementrian PUPR RI yang diberikan kepada masyarakat. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari produk, lokasi, promosi dan harga terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera di bank X Kota Langsa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuesioner yang dibagikan kepada nasabah PKR Sejahtera. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai Thitung sebesar 2,120 > 2,030. Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai Thitung 1,354 < 2,030. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai Thitung sebesar 2,520 > 2,030. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai Thitung sebesar 3,130 > 2,030. Berdasarkan hasil uji F, produk, lokasi, promosi dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dengan nilai Fhitung sebesar 11,631 > 2,63.

Kata Kunci: Produk, Lokasi, Promosi Dan Harga

ABSTRACT

Prosperous Home Ownership Financing (PKR) is a program that is the result of a collaboration between Bank Aceh Syariah and the Ministry of PUPR RI which is given to the community. The purpose of this study was to determine the effect of product, location, promotion and price on customer decisions to choose Prosperous Home Ownership Financing (PKR) at Bank X Kota Langsa . This research is a quantitative research using primary data in the form of a questionnaire distributed to PKR Sejahtera customers. The regression model used in this study is multiple linear regression using SPSS 20. The results of this study indicate that the product has a positive and significant effect on customer decisions with a Tcount value of 2, 120 > 2, 030. Location has no positive and significant effect on customer decisions. with a Tcount value of 1,354 < 2, 030. Promotion has a positive and significant effect on customer decisions with a Tcount value of 2,520 > 2, 030. Price has a positive and significant effect on customer decisions with a Tcount value of 3, 130 > 2, 030 Based on the results of the F test, product, location, promotion and price have a simultaneous influence on customer decisions with an Fcount of 11, 631 > 2.63.

Keywords: *Product, Location, Promotion and Price*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala berkat rahmat dan karunianya kepada kita. Shalawat berangkaikan salam kepada junjungan Nabi besar kita yaitu Muhammad Saw yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang administrasi sehingga kita dapat lebih mencintai agama dan ajaran-ajarannya. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera Di Bank X Kota Langsa.”** Skripsi ini disusun sebagai syarat akhir untuk menyelesaikan jenjang S1 pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.

Terselesaikannya skripsi ini tentu dengan dukungan, bantuan, bimbingan, semangat, dan doa dari orang-orang terdekat yang ada di sekeliling penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri, MA selaku Rektor IAIN Langsa
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M. CL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Langsa.
3. Bapak Fakhrizal Bin Mustafa, LC., MA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah
4. Bapak Dr. Abdul Hamid, M.A selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan terhadap skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Ibu Zikriyatul Ulya, SE., M. Si selaku pembimbing II yang memberikan banyak arahan dan bimbingan hingga skripsi ini selesai.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Segenap Staf TU Prodi Perbankan Syariah yang yang memberi kemudahan administrasi bagi peneliti selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta (Alm. Ayahanda Dahlan Ahmad dan Ibunda Suriani) serta kepada Abang Niazi, Abang Wardan, Kak Riana, Ahmad Mujtaba dan seluruh keluarga saya yang telah memberikan doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Kepada teman – teman saya Rina, Tasya, Lilis, Vega, Surya, Imam, Muzni, Mulia dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini.

Semoga karya tulis ini memberi manfaat bagi rekan-rekan lainnya. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin Yaa Rabbal'alam.

Langsa, September 2021

Penulis

Riza Anjani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERSETUJUAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Pengertian Istilah.....	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Bank Syariah	10
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	10
2.1.2 Prinsip-Prinsip Dasar Bank Syariah.....	11
2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	11
2.3 Produk	12
2.3.1 Pengertian Produk	12
2.3.2. Indikator Produk.....	13
2.3.3 Jenis-Jenis Produk.....	14
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produk	15
2.4 Lokasi	17
2.4.1 Pengertian Lokasi	17
2.4.2 Indikator Lokasi	17
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi	18
2.5 Promosi.....	19
2.5.1 Pengertian Promosi	19
2.5.2 Indikator Promosi	20
2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	21
2.6 Harga	23
2.6.1 Pengertian Harga	23
2.6.2 Indikator Harga	24

2.6.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	25
2.7 Keputusan Nasabah	25
2.7.1 Pengertian Keputusan Nasabah.....	25
2.7.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	25
2.7.3 Indikator Keputusan Nasabah	26
2.8 Pembiayaan	27
2.8.1 Pengertian Pembiayaan	27
2.8.2 Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera.....	27
2.8.3 Akad Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera	28
2.9 Penelitian Terdahulu	29
2.10 Kerangka Berpikir	33
2.11 Hipotesis.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 36

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	36
3.1.1 Jenis Penelitian.....	36
3.1.2 Sifat Penelitian	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Jenis Sumber Data.....	37
3.4.1 Jenis Data	37
3.4.2 Sumber Data.....	38
3.5 Teknik Pengambilan Data	38
3.5.1 Kuesioner (Angket).....	38
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	39
3.6.1 Variabel Penelitian	39
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.8.1 Uji Validitas	42
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.9 Uji Asumsi Klasik	43
3.9.1 Uji Normalitas	43
3.9.2 Uji Multikolinearitas	44
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.9.4 Uji Autokorelasi	44
3.10 Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.11 Uji Hipotesis.....	45
3.11.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	45
3.11.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	46

BAB IV PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah.....	47
4.1.2 Sejarah Singkat Bank Aceh Syariah	47
4.1.3 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah.....	50
4.1.4 Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah	51
4.1.5 Karakteristik Responden	51
4.1.6 Penjelasan Responden atas Variabel Penelitian.....	54
4.1.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.1.8 Uji Asumsi Klasik	68
4.1.9 Analisis Regresi Berganda	72
4.1.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.1.11 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	75
4.1.12 Uji Signifikan Simultan(Uji F)	78
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Nasabah.....	79
4.2.2 Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah	79
4.2.3 Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Nasabah.....	80
4.2.4 Pengaruh Harga (X4) Terhadap Keputusan Nasabah	80
 BAB V PENUTUPAN	 81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
 DAFTAR PUSTAKA	 83
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia	3
Tabel 1.2 Jumlah Perkembangan Dan Pertumbuhan Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia	5
Tabel 1.3 Tingkat Inflasi Di Indonesia	7
Tabel 1.4 Nilai Tukar Uang	9
Tabel 1.5 Tingkat Bagi Hasil Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia	10
Tabel 4.4 Penjelasan Responden atas Variabel Harga	61
Tabel 4.5 Penjelasan Responden atas Variabel Keputusan Nasabah.....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Produk	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Lokasi	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Nasabah	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Bergnda	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah.....	51
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	52
Gambar 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Gambar 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Gambar 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	54
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.8 Grafik Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	86
Lampiran II Data Variabel Penelitian	90
Lampiran III Uji Validitas dan Realibilitas.....	92
Lampiran IV Uji Asumsi Klasik	97
Lampiran V Analisis Regresi Linear Berganda	99
Daftar Riwayat Hidup	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin lama semakin maju menyebabkan jumlah populasi manusia pun bertambah, sehingga dengan sendirinya membuat kebutuhan akan tempat tinggal semakin terasa mendesak, disebabkan karena setiap tahunnya mengalami peningkatan, sesuai dengan angka pertumbuhan penduduknya. Pertumbuhan penduduk yang sangat cepat menyebabkan kebutuhan akan tempat tinggal juga semakin meningkat.¹

Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak dibidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, kemudian menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam.²

Masyarakat yang membutuhkan rumah dengan cara cicilan, maka peran perbankan sangatlah dominan. Secara umum, perbankan adalah sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama dalam menjalankan sistem operasionalnya antara lain menerima simpanan (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan memberikan jasa-jasa keuangan. Maka dari itu, bank disebut sebagai lembaga *intermediary*, artinya bank sebagai lembaga perantara antara pihak yang kelebihan dana/uang dengan pihak yang kekurangan dana. Pada mulanya bank syariah juga berfungsi sebagai lembaga *intermediary*, dimana dalam menjalankan usahanya

¹ Rofi' Nesti Rahayu, *Perbandingan Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Konvensional Dan Kredit Pemilikan Rumah Syariah*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), Hlm. 1

² Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hlm. 2

tidak dapat dipisahkan dengan prinsip – prinsip syariah yang mengukur operasional bank syariah. Prinsip inilah yang dijadikan lembaga perbankan sebagai pijakan atau landasan untuk mengembangkann produk bank syariah.³

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh perbankan kepada nasabah yang ingin mendapatkan rumah secara angsur. KPR muncul karena adanya kebutuhan yang tinggi di kalangan masyarakat untuk memiliki rumah. KPR pertama kali dipelopori oleh Bank Tabungan Negara (BTN), namun seiring berjalannya waktu, perbankan syariah juga menerapkan sistem KPR Syariah atau sering disebut KPRS. Dengan adanya KPR dan KPRS, memberikan dua pilihan kepada masyarakat dalam memilih kredit pemilikan rumah.⁴

Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran yang meliputi desain produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Seharusnya yang dimaksud dengan produk adalah barang yang sudah jadi sehingga dapat dipasarkan. Tapi pada kenyataannya PKR Sejahtera ini rumahnya belum jadi dan hanya dapat dilihat melalui gambar.

Produk KPR yang ada pada bank syariah pada dasarnya berbeda dengan KPR yang ada pada bank konvensional. Dalam perbankan syariah biasa dikenal dengan konsep bagi hasil dan juga jual beli. Sedangkan pada perbankan konvensional, dikenal dengan sistem berbasis buga. Dalam produk yang biasa

³ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm. 58

⁴ Salma Safira Ulfah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah Di Kota Depok*, (Bogor : Institut Pertanian Bogor, 2017), Hlm. 3

dikenal dengan KPR Syariah ini terdapat beberapa karakteristik yang berbeda. Diantaranya adalah perberlakuan sistem kredit yang ada pada perbankan konvensional sementara pada perbankan syariah konsep KPR Syariah menggunakan beberapa akad yaitu *murabahah*, *ijarah muntahiya bit tamlik* dan juga *musyarakah mutanaqisah*.

Salah satu faktor penting dalam pemilihan rumah adalah lokasi. Lokasi perumahan sangat mempengaruhi nasabah untuk mengambil perumahan pada suatu bank. Lokasi adalah tempat dimana usaha atau aktivitas usaha dapat dilakukan. Seharusnya lokasi perumahan PKR Sejahtera berada di tempat yang strategis, dekat dengan pusat kota dan dekat dengan fasilitas umum. Namun pada kenyataannya perumahan PKR Sejahtera berada di lokasi yang tidak strategis, akses untuk ke pusat kota jauh dan jauh dengan fasilitas umum.

Promosi juga merupakan hal penting yang harus dilakukan bank dalam memasarkan produknya. Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk konsumen sasaran untuk membelinya. Seharusnya bank melalui kegiatan promosinya dapat memberikan pengetahuan kepada nasabah bahwa perumahan PKR Sejahtera pada bank Aceh berbeda dengan perumahan pada bank konvensional. Tapi pada kenyataannya banyak masyarakat yang menganggap bahwa produk PKR Sejahtera yang dikeluarkan oleh Bank Aceh merupakan produk yang tidak berbeda dengan produk KPR yang dikeluarkan oleh bank konvensional.

Dominannya pembiayaan KPR konvensional daripada KPR syariah disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mendasari yaitu harga.

Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Seharusnya Bank Aceh Syariah memberikan harga perumahan PKR Sejahtera sesuai dengan kualitas rumah dan letak perumahan yang strategis. Tapi pada kenyataannya harga yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah tidak sesuai dengan kualitas rumah dan letak rumahnya.

Penelitian ini berfokus pada nasabah yang mengambil PKR Sejahtera di kompleks perumahan Griya Indah Mandiri yang terletak di Gampong Alue Dua. Adapun jumlah nasabah yang mengambil PKR Sejahtera di kompleks Griya Indah Mandiri berjumlah 40 nasabah dan rumah berjumlah 40 unit.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis menggunakan judul “**Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera Pada Bank X Kota Langsa**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seharusnya yang dimaksud dengan produk adalah barang yang sudah jadi sehingga dapat dipasarkan. Tapi pada kenyataannya PKR Sejahtera ini rumahnya belum jadi dan hanya dapat dilihat melalui gambar yang diberikan oleh pihak bank.
2. Seharusnya lokasi perumahan PKR Sejahtera berada di tempat yang strategis, dekat dengan kawasan kota dan dekat dengan fasilitas umum. Namun pada

kenyataannya perumahan PKR Sejahtera berada di lokasi yang tidak strategis, akses ke pusat kota jauh dan jauh dengan fasilitas umum.

3. Seharusnya bank melalui kegiatan promosinya dapat memberikan pengetahuan kepada nasabah bahwa perumahan PKR Sejahtera berbeda dengan perumahan padabank konvensional. Tapi pada kenyataannya banyak masyarakat yang menganggap bahwa perumahan PKR Sejahtera merupakan produk yang tidak berbeda dengan produk KPR yang dikeluarkan oleh bank konvensional.
4. Seharusnya Bank Aceh memberikan harga PKR Sejahtera sesuai dengan kualitas rumah dan letak perumahan yang startegis. Tapi pada kenyataannya harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas rumah dan letak perumahan yang strategis.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan nasabah memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
2. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
3. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan nasabah memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa ?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa ?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa?
5. Bagaimana pengaruh produk, lokasi, promosi, dan harga terhadap keputusan nasabah memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa?

1.5. Tujuan Penelitian

Ada beberapa tujuan di dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, lokasi, promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi

Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih PKR Sejahtera, maka Bank Aceh Syariah Kota Langsa dapat mempersiapkan ketentuan-ketentuan yang disesuaikan dengan keinginan nasabah.

2. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan bagi penulis mengenai pembiayaan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.

3. Bagi Nasabah

Dengan mengetahui faktor-faktor dalam pemilihan PKR Sejahtera, diharapkan dapat memberikan informasi kepada nasabah dalam mempertimbangkan pengambilan PKR Sejahtera.

1.7. Pengertian Istilah

1. Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera adalah pembiayaan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah kepada nasabah yang belum mempunyai rumah.⁵
2. *Marketing Mix* adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.⁶
3. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasarannya yang meliputi desain produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang merupakan tanggung jawab manjer perusahaan.⁷
4. Promosi adalah upaya pemasaran yang bersifat media atau non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.⁸
5. Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.⁹

⁵ <http://www.bankaceh.co.id>, Diakses Pada Tanggal 14 Agustus 2020 Pukul 11.16

⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:PT. Rineka cipta. 2000), Hlm. 220

⁷ Situmorang, *Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan*, (Bandung: Universitas Khatolik Parahyangan, 2011), Hlm. 170

⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), Hlm. 299

⁹ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, (Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2019), Hlm. 215

6. Keputusan adalah pilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih.¹⁰

1.8. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Pendahuluan berisikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Landasan teori menjelaskan tentang konsep-konsep yang terkait dengan bank syariah, *marketing mix*, produk, lokasi, promosi, harga dan akad PKR Sejahtera.

Bab III : Metodologi Penelitian

Metode penelitian menjelaskan tentang metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yang meliputi jenis dan sifat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Pembahasan

Pembahasan menjelaskan tentang permasalahan yang diangkat oleh penulis dan mengutarakan hasil yang didapat dari pengolahan data.

Bab V: Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran untuk peneliti yang akan datang.

¹⁰ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), Hlm. 112

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Kepemilikan Rumah (PKR) Sejahtera Pada Bank X Kota Langsa. Dimana variabel dependennya yaitu keputusan nasabah dan variabel independennya yaitu produk, lokasi, promosi dan harga. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden. Alat pengolah data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS 20 dengan metode analisis regresi linear berganda.

4.1.1. Gambaran Umum Bank Aceh Syariah

Bank Aceh Syariah adalah satu-satunya bank daerah yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Aceh. Bank Aceh Syariah berpusat di Kota Banda Aceh. Sampai dengan Desember 2020, Bank Aceh Syariah telah memiliki 174 jaringan kantor yang terdiri dari 1 kantor pusat, 26 kantor cabang, 90 kantor cabang pembantu, 27 kantor kas, 12 mobil kas keliling yang tersebar dalam wilayah provinsi Aceh termasuk di Kota Medan dan 18 *payment point*.

4.1.2. Sejarah Singkat Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan bank milik pemerintah daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Aceh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat

persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Peralihan Provinsi Aceh, beberapa orang mewakili pemerintah daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan (wakil notaris di Kutaraja) untuk mendirikan suatu bank dalam bentuk perseroan terbatas yang bernama “PT. Bank Kesejahteraan Aceh,NV”.⁶²

Pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No.12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam perda tersebut ditegaskan bahwa maksud dari pendirian bank tersebut adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.⁶³

Pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan surat keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh,NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Pada tanggal 2 Maret 1999, pemerintah daerah mengeluarkan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh No.2 Tahun 1999 tentang perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah ke Perseroan Terbatas dilatarbekangi oleh keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa

⁶² <https://www.bankaceh.co.id/>, Diakses Pada Tanggal 30 Juli Pukul 20.54

⁶³ *Ibid*

Aceh dalam program rekapitalisasi. Perubahan bentuk badan hukum ke Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999 bernama PT. Bank BPD Aceh. Pada tanggal 29 September 2010 PT. Bank BPD Aceh melakukan perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh

Pada tanggal 5 November 2004, Bank Aceh mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah. Kemudian pada tanggal 25 Mei 2015 melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa), Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh.

Riwayat dan perubahan nama serta badan hukum:

- a. 19 November 1958: NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
- b. 6 Agustus 1963: Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA)
- c. 5 Februari 1993: PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA)
- d. 7 Mei 1999: PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PT. Bank BPD Aceh)
- e. 29 September 2010: PT. Bank Aceh
- f. 19 September 2016: PT. Bank Aceh Syariah

4.1.3. Visi dan Misi Bank Aceh Syariah

a. Visi

Menjadi bank syariah terdepan dan terpercaya dalam pelayanan di Indonesia.

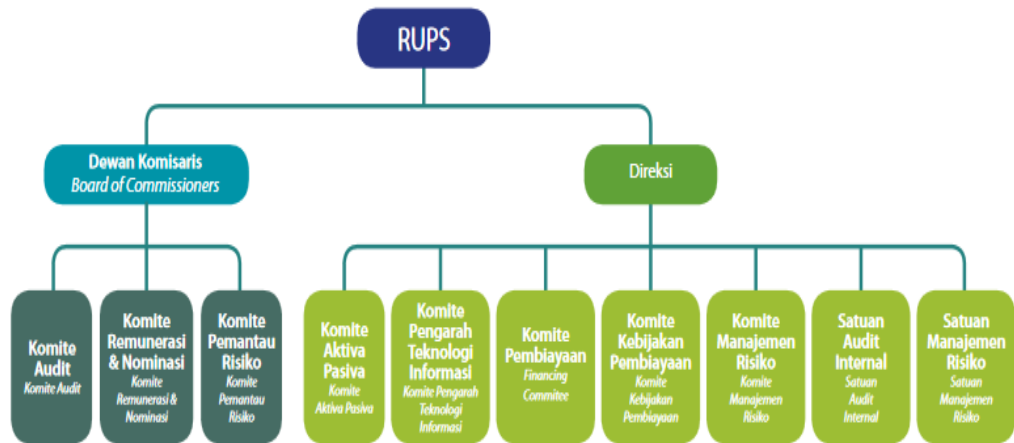
b. Misi

Adapun misi dari Bank Aceh Syariah yaitu sebagai berikut:

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

4.1.4. Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Aceh Syariah
 Struktur Governance Bank Aceh



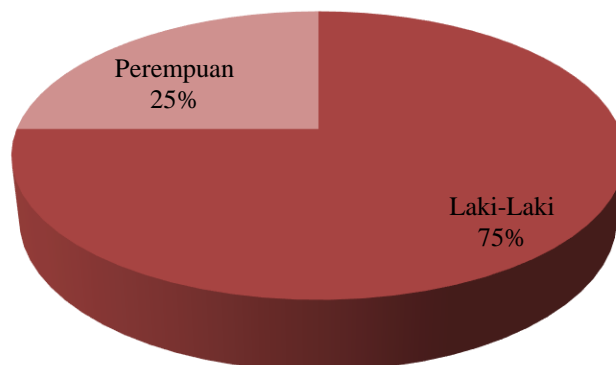
Sumber: bankaceh.co.id

4.1.5. Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang terpilih dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi kelamin dengan jelas dapat dilihat dari diagram lingkaran di bawah ini:

Gambar 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

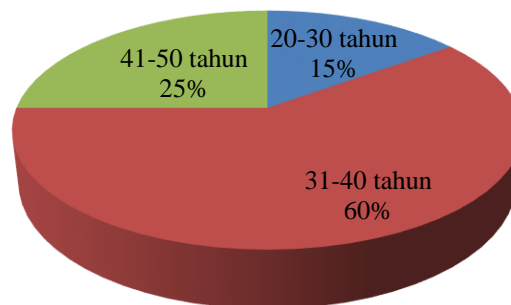


Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa proporsi responden laki-laki adalah dengan jumlah terbanyak yaitu sebanyak 75%. Sedangkan perempuan hanya 25%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki yang paling mendominasi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.

2. Responden Berdasarkan Umur

Karakter responden dalam hal umur digolongkan menjadi 4 golongan. Untuk mengetahui proporsi umur dapat dilihat dari diagram lingkaran berikut:

Gambar 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Umur

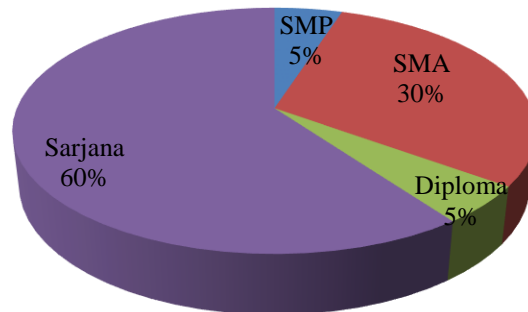


Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa proporsi terbanyak adalah dari responden yang berumur 31-40 tahun. Sedangkan proporsi yang paling sedikit adalah dari responden yang berumur 20-30 tahun.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden berdasarkan pendidikan terakhir digolongkan menjadi 4 kelompok yaitu: SMP, SMA, Diploma dan Sarjana. Untuk mengetahui proporsi tersebut dapat dilihat pada diagram lingkaran dibawah ini:

Gambar 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

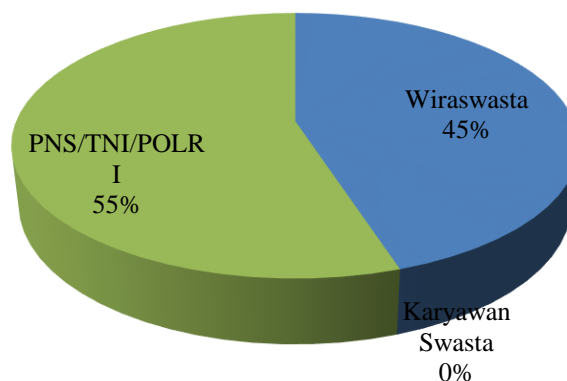


Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir Sarjana adalah yang paling banyak jumlahnya yaitu 60%. Sedangkan responden yang pendidikan terakhir SMP dan Diploma adalah yang paling sedikit jumlahnya yaitu 5%.

4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu: Wiraswasta, Karyawan Swasta dan PNS. Untuk mengetahui proporsi pekerjaan dapat dilihat pada diagram lingkaran dibawah ini:

Gambar 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

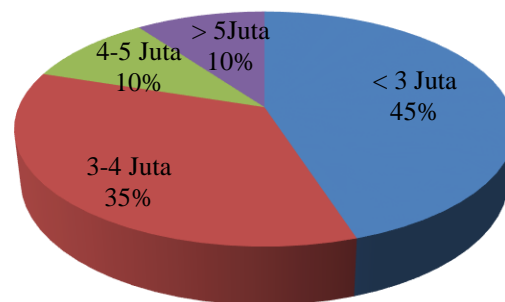


Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan bahwa proporsi terbanyak adalah PNS/TNI/POLRI yaitu sebanyak 55% dan proporsi yang paling sedikit yaitu karyawan swasta yaitu 0%.

5. Responden Berdasarkan Pendapatan

Data responden berdasarkan pendapatan dikelompokkan menjadi 4 kelompok yaitu < 3 juta, 3-4 juta, 4-5 juta dan > 5 juta. Adapun data mengenai pendapatan dapat dilihat pada diagram lingkaran dibawah ini:

Gambar 4.6
Responden Berdasarkan Pendapatan



Berdasarkan gambar 4.6 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan < 3 juta adalah yang memiliki proporsi paling banyak yaitu sebanyak 45%. Sedangkan yang memiliki proporsi paling sedikit yaitu yang memiliki pendapatan 4-5% dan > 5juta yaitu sebanyak 10%.

4.1.6. Penjelasan Responden atas Variabel Penelitian

Terdapat 4 variabel dependen (produk, lokasi, promosi dan harga) dan 1 variabel independen (keputusan nasabah) dalam penelitian ini. Jumlah pertanyaan pada variabel produk, promosi dan harga adalah masing-masing 4 pertanyaan. Pada variabel lokasi terdapat 5 pertanyaan dan keputusan nasabah 3 pertanyaan.

1. Penjelasan Responden atas Variabel Produk

Penjelasan responden atas variabel promosi didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang di sebarakan pada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Penjelasan Responden atas Variabel Produk

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS = 5		S = 4		CS = 3		TS = 2		STS = 1		Total			
		F	skor	F	Skor	F	Skor	F	skor	f	skor	f	skor		
1	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan	3	15	36	144	1	3	0	0	0	0	40	162	4.05	Setuju
2	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan memiliki keunikan	0	0	19	76	9	27	12	24	0	0	40	127	3.17	Cukup Setuju
3	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan memiliki model sesuai dengan yang saya inginkan	0	0	17	68	9	27	14	28	0	0	40	123	3.07	Cukup Setuju
4	Setelah saya menempati rumah ini, saya merasa puas terhadap rumah ini karena rumah ini sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah kepada saya	0	0	26	104	9	27	5	10	0	0	40	141	3.52	Setuju

Sumber: Data diolah dengan SPSS. Rata-rata skor dilihat dari skala interval STS: 0,00 – 1,80 TS: 1,81 – 2,60 CS: 2,61 – 3,40 S: 3,41 – 4,20 SS: 4,21 – 5,00

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, mayoritas responden 36 orang (90%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena kebutuhan dan keinginan.

Penjelasan Responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan memiliki keunikan, mayoritas responden 19 orang (48%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan memiliki keunikan.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan memiliki model yang sesuai dengan yang saya inginkan, mayoritas responden 17 orang (43%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena model rumah yang ditawarkan sesuai dengan keinginan.

Penjelasan responden mengenai setelah saya menempati rumah ini saya merasa puas terhadap rumah ini karena rumah ini sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah kepada saya, mayoritas responden 26 orang (65%) menyatakan setuju bahwa saya merasa puas terhadap PKR Sejahtera karena sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah.

2. Penjelasan Responden atas Variabel Lokasi

Penjelasan responden atas variabel lokasi didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Penjelasan Responden atas Variabel Lokasi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS = 5		S = 4		CS = 3		TS = 2		STS = 1		Total			
		F	skor	F	skor	F	skor	F	skor	F	skor	f	skor		
1	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan mudah untuk di jangkau	1	5	32	128	6	18	1	2	0	0	40	153	3.82	Setuju
2	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan dapat dilihat dari jarak pandang normal	1	5	38	152	1	3	0	0	0	0	40	160	4.00	Setuju
3	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berada di tempat banyak orang berlalu lalang	1	5	31	124	6	18	2	6	0	0	40	123	3.82	Setuju
4	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena mempunyai lokasi yang cukup luas apabila ingin melakukan perluasan rumah	2	10	27	112	6	18	5	10	0	0	40	150	3.75	Setuju
5	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah Karena lokasi perumahan berdekatan dengan fasilitas umum	0	0	10	40	1/6	48	1/4	28	0	0	40	116	2,90	Cukup Setuju

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS: 0,00 – 1,80 TS: 1,81 – 2,60 CS: 2,61 – 3,40 S: 3,41 – 4,20 SS: 4,21 – 5,00

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena akses lokasi perumahan mudah untuk dijangkau, mayoritas

responden 32 orang (80%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh karena akses lokasi perumahan mudah untuk dijangkau.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan dapat dilihat dari jarak pandang normal, mayoritas responden 38 orang (95%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan dapat dilihat dari jarak pandang normal.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berada di tempat banyak orang berlalu lalang, mayoritas responden 31 orang (78%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berada di tempat banyak orang berlalu lalang.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena mempunyai lokasi yang cukup luas apabila ingin melakukan perluasan rumah, mayoritas responden 27 orang (68%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena mempunyai lokasi yang cukup luas apabila ingin melakukan perluasan rumah.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berdekatan dengan fasilitas umum, mayoritas responden 16 orang (40%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berdekatan dengan fasilitas umum.

3. Penjelasan Responden atas Variabel Promosi

Penjelasan responden atas variabel promosi didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Penjelasan Responden atas Variabel Promosi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS = 5		S = 4		CS = 3		TS = 2		STS = 1		Total			
		F	skor	F	skor	F	skor	F	skor	f	skor	f	skor		
1	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena melihat iklan di berbagai media	1	5	22	88	15	45	2	4	0	0	40	142	3.55	Setuju
2	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena dalam melakukan kegiatan promosinya Bank Aceh Syariah sangat rinci dalam menjelaskan tentang PKR Sejahtera	0	0	32	128	5	15	3	6	0	0	40	149	3.72	Setuju
3	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena Bank Aceh Syariah mengenkannya kepada saya	3	15	33	132	4	12	0	0	0	0	40	159	3.97	Setuju
4	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pihak bank langsung menawarkannya kepada nasabah	1	5	33	132	1	3	5	10	0	0	40	150	3.75	Setuju

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS: 0,00 – 1,80 TS: 1,81 – 2,60 CS: 2,61 – 3,40 S: 3,41 – 4,20 SS: 4,21 – 5,00

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena saya melihat iklan tentang PKR Sejahtera di berbagai media,

mayoritas responden 22 orang (55%) menjawab setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena melihat iklan tentang PKR Sejahtera di berbagai media.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena dalam melakukan kegiatan promosinya Bank Aceh Syariah sangat rinci dalam menjelaskan tentang PKR Sejahtera, mayoritas responden 32 orang (80%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena dalam melakukan kegiatan promosinya Bank Aceh Syariah sangat rinci dalam menjelaskan tentang PKR Sejahtera.

Penjelasan mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena Bank Aceh Syariah mengenalkannya kepada saya, mayoritas responden 33 orang (83%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena Bank Aceh mengenalkannya kepada saya.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pihak bank langsung menawarkan PKR Sejahtera kepada nasabah, mayoritas responden 33 orang (83%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pihak bank langsung menawarkan PKR Sejahtera kepada nasabah.

4. Penjelasan Resposnden atas Variabel Harga

Penjelasan responden atas variabel harga didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebarkan pada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Penjelasan Responden atas Variabel Harga

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS = 5		S = 4		CS = 3		TS = 2		STS = 1		Total			
		F	skor	F	skor	F	Skor	F	skor	f	skor	f	skor		
1	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan terjangkau	3	15	37	148	0	0	0	0	0	0	40	163	4.07	Setuju
2	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah	2	10	34	136	4	12	0	0	0	0	40	158	3.95	Setuju
3	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat rumah	0	0	39	156	1	3	0	0	0	0	40	159	3.97	Setuju
4	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga perumahan PKR Sejahtera lebih murah daripada perumahan di bank lain	1	5	39	156	0	0	0	0	0	0	40	161	4.02	Setuju

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS: 0,00 – 1,80 TS: 1,81 – 2,60 CS: 2,61 – 3,40 S: 3,41 – 4,20 SS: 4,21 – 5,00

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga rumah yang ditawarkan terjangkau, mayoritas responden 37 orang (93%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera karena harga rumah yang ditawarkan terjangkau.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah, mayoritas responden 34 orang (85%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat rumah, mayoritas responden 39 orang (98%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan sesuai dengan manfaat rumah.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga perumahan PKR Sejahtera lebih murah daripada perumahan di bank lain, mayoritas responden 39 orang (98%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga perumahan PKR Sejahtera lebih murah daripada perumahan di bank lain.

5. Penjelasan Responden atas Variabel Keputusan Nasabah

Penjelasan responden atas variabel keputusan nasabah didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang dibagikan pada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Penjelasan Responden atas Variabel Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS = 5		S = 4		CS = 3		TS = 2		STS = 1		Total			
		F	skor	F	skor	F	Skor	F	skor	f	skor	f	skor		
1	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena merasa cocok dengan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah	0	0	39	156	1	3	0	0	0	0	40	159	3.97	Setuju
2	Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pengalaman orang-orang di sekitar saya	0	0	6	24	8	24	26	52	0	0	40	100	2.5	Tidak Setuju
3	Saya merekomendasikan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah kepada orang lain	1	5	36	144	3	9	0	0	0	0	40	158	3.95	Setuju

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Rata-rata skor dilihat dari skala interval

STS: 0,00 – 1,80 TS: 1,81 – 2,60 CS: 2,61 – 3,40 S: 3,41 – 4,20 SS: 4,21 – 5,00

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena merasa cocok dengan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah, mayoritas responden 39 orang (98%) menyatakan setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena merasa cocok dengan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah.

Penjelasan responden mengenai saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pengalaman orang-orang di sekitar saya, mayoritas responden 26 orang (65%) menyatakan tidak setuju bahwa saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pengalaman orang-orang di sekitar saya.

Penjelasan responden mengenai saya merekomendasikan PKR Sejahtera di Bank Aceh kepada orang lain, mayoritas 36 orang (90%) menyatakan setuju bahwa saya merekomendasikan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah kepada orang lain.

4.1.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r -hitung $>$ r -tabel maka item dinyatakan valid.⁶⁴ Berikut ini adalah rincian hasil uji validitas untuk setiap variabel:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Produk

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena sesuai kebutuhan dan keinginan	0,315	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena rumah yang ditawarkan memiliki keunikan	0,829	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena memiliki model sesuai dengan yang saya inginkan	0,743	0,312	Valid
Setelah saya menempati rumah ini, saya merasa puas terhadap rumah ini karena rumah ini sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah kepada saya	0,599	0,312	Valid

Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

⁶⁴ Mirza Astia Amri, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bank OCBC NISP Medan Dalam Pemilihan KPR Konvensional Dan Syariah*, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), hal: 83

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid dengan nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel produk layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Lokasi

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh karena akses lokasi perumahan mudah untuk dijangkau	0,391	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan dapat dilihat dari jarak pandang normal	0,333	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berada di tempat banyak orang yang berlalu lalang	0,487	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena mempunyai lokasi yang cukup luas apabila ingin melakukan perluasan rumah	0,630	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena lokasi perumahan berdekatan dengan fasilitas umum	0,472	0,312	Valid

Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid dengan nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel lokasi layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Promosi

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena saya melihat iklan di berbagai media	523	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena dalam melakukan kegiatan promosinya Bank Aceh Syariah sangat rinci dalam	0,651	0,312	Valid

menjelaskan tentang PKR Sejahtera			
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena Bank Aceh Syariah mengenalkannya kepada saya	0,531	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena pihak bank langsung menawarkan PKR Sejahtera kepada nasabah	0,611	0,312	Valid

Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid, dengan nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel promosi layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Saya memilih PKR Sejahtera di bank Aceh Syariah karena harga rumah yang ditawarkan terjangkau	0,921	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rumah	0,847	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat rumah	0,778	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harganya lebih murah daripada perumahan di bank lain	0,935	0,312	Valid

Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel harga layak digunakan dalam penelitian ini

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena merasa cocok dengan PKR Sejahtera Bank Aceh Syariah	0,407	0,312	Valid
Saya memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh karena pengalaman orang-orang di sekitar saya	0,822	0,312	Valid
Saya merekomendasikan PKR Sejahtera di Bank Aceh kepada orang lain	0,657	0,312	Valid

Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai r-hitung $>$ r-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel keputusan nasabah layak digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60.⁶⁵ Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas variabel produk, lokasi, promosi, harga dan keputusan nasabah:

⁶⁵ *Ibid*, Hlm. 88

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Produk	0,752	0,60	Reliabel
Lokasi	0,617	0,60	Reliabel
Promosi	0,702	0,60	Reliabel
Harga	0,617	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,721	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel produk sebesar 0,752, lokasi sebesar 0,617, promosi sebesar 0,702, harga sebesar 0,617 dan keputusan nasabah sebesar 0, 721. Dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

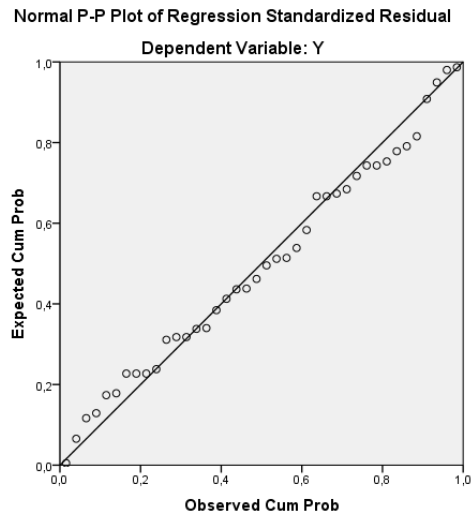
4.1.8. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen atau independennya berdistribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.⁶⁶

⁶⁶ Heriman, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BNI Griya IB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019), hlm. 73

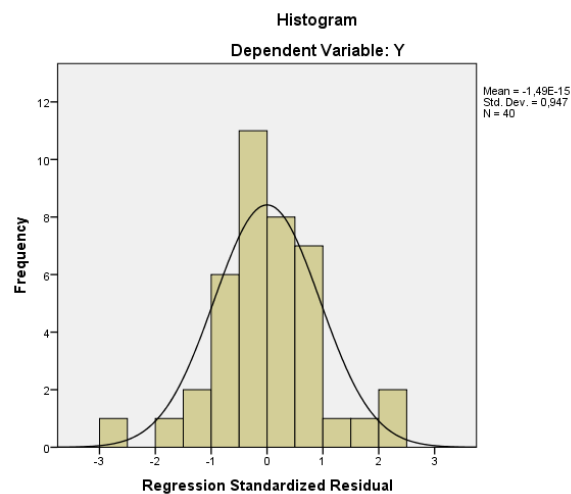
Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil pengolahan dengan SPSS

Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan memenuhi asumsi normalitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 4.8
Grafik Uji Normalitas



Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dikarenakan gambar grafik berbentuk seperti lonceng.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat besarnya nilai VIF (*Variance Inflasi Factor*) dan *Tolerance*. Regresi bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF > 10 dan nilai *Tolerance* $< 0,10$.⁶⁷

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-7,397	2,783		-2,658	,012		
1 Produk	,149	,070	,243	2,120	,041	,930	1,075
Lokasi	,163	,120	,159	1,354	,185	,889	1,124
Promosi	,247	,098	,320	2,520	,016	,763	1,311
Harga	,553	,177	,390	3,130	,004	,790	1,266

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS

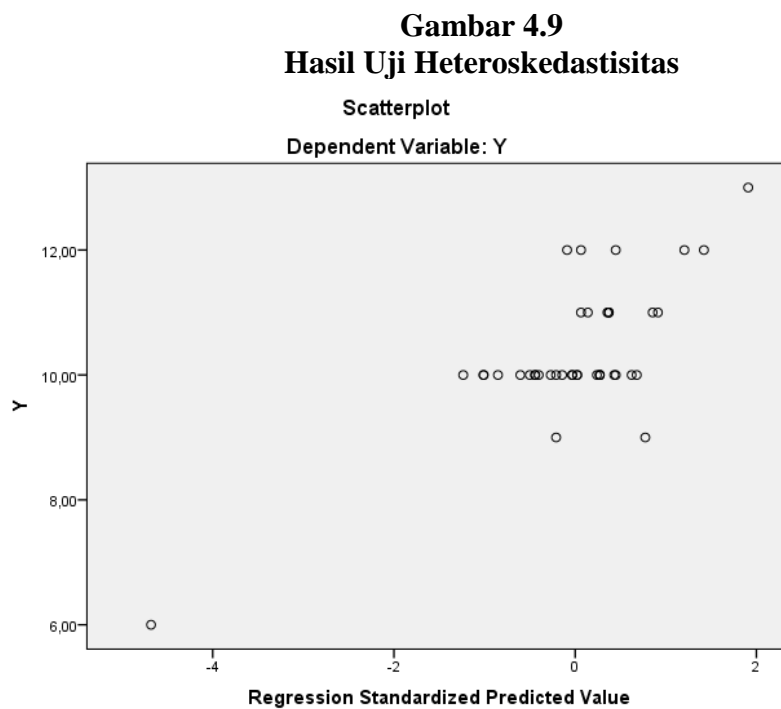
Berdasarkan tabel 4.13, terlihat bahwa nilai *tolerance* produk sebesar 0,930 dan nilai VIF sebesar 1,075. Nilai *tolerance* lokasi sebesar 0,889 dan nilai VIF sebesar 1,124. Nilai *tolerance* promosi sebesar 0,763 dan nilai VIF sebesar 1,311. Nilai *tolerance* harga sebesar 0,790 dan nilai VIF sebesar 1,266. Dengan

⁶⁷ *Ibid*, Hlm. 74

demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu.⁶⁸



Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 4.9 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

⁶⁸ *Ibid*, Hlm. 73

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):⁶⁹

1. Jika nilai D-W di bawah -2 artinya ada autokorelasi positif
2. Jika nilai D-W diantara -2 sampai $+2$ artinya tidak ada autokorelasi
3. Jika nilai D-W di atas $+2$ artinya ada autokorelasi negatif

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.755 ^a	.571	.522	.77607	1,621

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Dari tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson adalah 1,621, maka dapat disimpulkan bahwa nilai D-W berada diantara -2 sampai $+2$. Dengan demikian tidak terjadi autokorelasi di dalam model regresi.

4.1.9. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen.⁷⁰

⁶⁹ *Ibid*, Hlm. 74

⁷⁰ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), Hlm. 55

Tabel 4. 14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7,397	2,783		-2,658	,012
1 Produk	,149	,070	,243	2,120	,041
Lokasi	,163	,120	,159	1,354	,185
Promosi	,247	,098	,320	2,520	,016
Harga	,553	,177	,390	3,130	,004

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15, maka di dapat persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = -7,397 + 0,149 (\text{Produk}) + 0,163 (\text{Lokasi}) + 0,247 (\text{Promosi}) + 0,553 (\text{Harga})$$

Keterangan:

1. Dari persamaan koefisien regresi diatas, konstanta adalah -7,397 menyatakan bahwa variabel produk, lokasi, promosi dan harga dalam keadaan konstan (tetap), maka pengaruh keputusan nasabah adalah sebesar -7,397%.
2. Koefisien regresi untuk X1 (produk) adalah sebesar 0,149. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel produk, maka akan menaikkan variabel keputusan nasabah sebesar 0,149% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Sebaliknya, setiap penurunan 1% variabel produk, maka akan menurunkan variabel keputusan nasabah sebesar 0,149% dengan

asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Nilai koefisien positif (0, 149) menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

3. Koefisien regresi untuk X2 (lokasi) adalah sebesar 0, 163. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel lokasi, maka akan menaikkan variabel keputusan nasabah sebesar 0, 163% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Sebaliknya, setiap penurunan 1% variabel lokasi, maka akan menurunkan variabel keputusan nasabah sebesar 0, 163% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Nilai koefisien positif (0, 163) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.
4. Koefisien regresi untuk X3 (promosi) adalah sebesar 0, 247 . Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel promosi, maka akan menaikkan variabel keputusan nasabah sebesar 0, 247% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Sebaliknya, setiap penurunan 1% variabel promosi, maka akan menurunkan variabel keputusan nasabah sebesar 0,247% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Nilai koefisien positif (0,247) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.
5. Koefisien regresi untuk X4 (harga) adalah sebesar 0, 553. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel harga, maka akan menaikkan variabel keputusan nasabah sebesar 0, 553% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Sebaliknya, setiap penurunan 1% variabel harga,

maka akan menurunkan variabel keputusan nasabah sebesar 0, 553% dengan asumsi variabel independen lain dianggap konstan (tetap). Nilai koefisien positif (0, 553) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

4.1.10. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen.⁷¹

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 ^a	,571	,522	,77607

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0, 522 atau 52, 2 %. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari produk, lokasi, promosi dan harga mampu menjelaskan variabel keputusan nasabah sebesar 52, 2% sedangkan sisanya 47,8 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

4.1.11. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka secara parsial variabel independen

⁷¹ *Ibid*, Hlm. 55

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai t-hitung $< t$ -tabel atau nilai signifikansi $> 0,05$ variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁷²

Tabel 4.16
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7,397	2,783		-2,658	,012
1 Produk	,149	,070	,243	2,120	,041
Lokasi	,163	,120	,159	1,354	,185
Promosi	,247	,098	,320	2,520	,016
Harga	,553	,177	,390	3,130	,004

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa:

1. Pengaruh produk terhadap keputusan nasabah

Hipotesis:

Ha: Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Ho: Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel produk (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,120 atau $2,120 > 2,030$. Sehingga

⁷² *Ibid*, Hlm. 55

dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk terhadap keputusan nasabah atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak.

2. Pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah

Hipotesis:

H_a : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

H_o : Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel lokasi (X_2) diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,354 atau $1,354 < 2,030$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah atau dengan kata lain H_o diterima dan H_a ditolak. Hal ini terjadi karena menurut responden walaupun lokasi rumah berada di tempat yang jauh dari pusat kota atau fasilitas umum tidak menjadi penghambat bagi mereka karena harga PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah lebih murah dibandingkan di bank lain.

3. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah

Hipotesis:

H_a : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

H_o : Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel promosi (X_3) diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,520 atau $2,520 > 2,030$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan

antara promosi terhadap keputusan nasabah atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak.

4. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah

Hipotesis:

H_a : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

H_o : Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel harga (X4) diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,130 atau $3,130 > 2,030$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan nasabah atau dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak.

4.1.12. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai f-hitung $>$ f-tabel maka terdapat pengaruh secara simultan.⁷³

Tabel 4. 17
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,020	4	7,005	11,631	,000 ^b
	Residual	21,080	35	,602		
	Total	49,100	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber: Data diolah dengan SPSS

⁷³ *Ibid*, Hlm. 55

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 11,631 atau $11,631 > 2,63$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk, lokasi, promosi dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, variabel produk memiliki nilai signifikan sebesar $0,041 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} $2,120 > 2,030$. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Heriman (2019) yang menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

4.2.2. Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, variabel lokasi memiliki nilai signifikan sebesar $0,185 > 0,05$ dan nilai T_{hitung} $1,354 < 2,030$. Artinya H_o diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini disebabkan karena menurut responden lokasi yang jauh dari fasilitas umum dan pusat kota tidak menghambat mereka memilih PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah karena harga perumahan PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah lebih murah daripada bank lain. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan

oleh Mirza Astia Amri (2019) yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

4.2.3. Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, variabel promosi memiliki nilai signifikan sebesar $0,016 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > 2,030$. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Salma Safira Ulfa (2017) yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

4.2.4. Pengaruh Harga (X4) Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, variabel harga memiliki nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mirza Astia Amri (2019) dan Heriman (2019) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan di dalam bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T, produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikan sebesar $0,041 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $2,120 > 2,030$. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Berdasarkan hasil uji T, lokasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikansi $0,185 > 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $1,354 < 2,030$. Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Berdasarkan hasil uji T, promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $2,520 > 2,030$. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
4. Berdasarkan hasil uji T, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $3,130 > 2,030$. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
5. Berdasarkan hasil uji F, produk, lokasi, promosi dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $11,631 > 2,63$.

5.2. Saran

1. Bagi institusi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian.
2. Bagi pihak bank, diharapkan dapat menyesuaikan dan meningkatkan nilai baik pada produk, lokasi, promosi dan harga agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini agar memperoleh hasil yang variatif yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah.