

**Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah  
Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Kantor  
Cabang Makassar**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA/MAGISTER DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH :  
RIZKI ACHMAD FACHREZI T  
NIM. 14820022**

**PEMBIMBING:  
Drs. AKHMAD YUSUF KHOIRUDDIN, SE., M.Si  
NIP. 19661119 199203 1 002**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2018**

**Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah Mengambil  
Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Makassar**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA/MAGISTER DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH :**

**RIZKI ACHMAD FACHREZI T**

**NIM. 14820022**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2018**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-2292/Un.02/DEB/PP.00.9/11/2018

Tugas Akhir dengan judul: *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH BUKOPIN KC MAKASSAR*

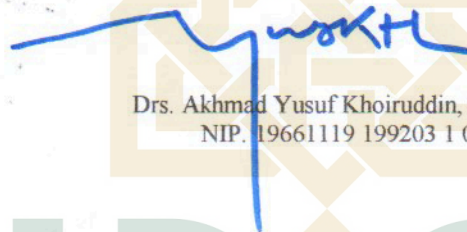
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RIZKI ACHMAD FACHREZI T  
NomorIndukMahasiswa : 14820022  
Telah diujikan pada : Jumat, 16 November 2018  
NilaiujianTugasAkhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

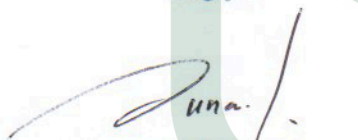
### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



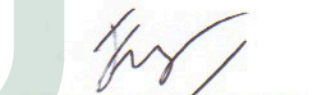
Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si.  
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I



Sunarsih, S.E, M.Si.  
NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji II



Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
NIP. 19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 19 November 2018  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
DEKAN  
  
Dr. H. Syaifuddin Mahmadah Hanafi, M.Ag.  
NIP. 19670518 199703 1 003



## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Surat Persetujuan Skripsi/Tugas Akhir

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum warahmatullah. wabatakatuh,

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Rizki Achmad Fachrezi T  
NIM : 14820022  
Semester : 9 (Sembilan)  
Judul : **“Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Makassar”**


Sudah dapat diajukan kepada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum. Warahmatullah. Wabarakatuh.

Yogyakarta, 1 November 2018

Pembimbing



Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.  
NIP. 19661119 199203 1 002



## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Achmad Fachrezi T

NIM : 14820022

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Makassar” sepenuhnya merupakan karya saya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah dirujuk pada daftar pustaka sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran ataupun penyimpangan dari aturan yang berlaku.

Yogyakarta, 1 November 2018

Penvusun



Rizki Achmad Fachrezi T

NIM. 14820022

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Achmad Fachrezi T  
NIM : 14820022  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

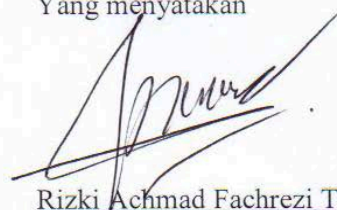
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Fee Right) kepada Universitas Islam Negeri Yogyakarta atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Makassar”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 1 November 2018  
Yang menyatakan



Rizki Achmad Fachrezi T

NIM. 14820022

## HALAMAN MOTTO

### MOTTO

*“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap muslim”* (HR. Ibnu Majah)

*“Ku allengi tallanga na toalia.”* (Makassar)

*“Sipakatau, sipakainge’ sipakalebbi’ siri’ na pacce”* (Makassar)



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini kupersembahkan kepada:**

**Kedua Orang Tuaku Tercinta:**

**(Ibu Syahrani Samad dan Ayahanda Tajuddin)**

**Ketiga Saudaraku Tersayang:**

**(Sultan Amanda Raja, M. Raafi Bintang Akbar, dan M. Naufal Dzaki M)**

**Semua Keluarga Besar H. Djabir dan Keluarga Besar Puang Samad**

**Sahabat-sahabatku yang sudah menemani hari-hariku, memberikan motivasi dan Do'a sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.**



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah Azza wa Jalla atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam, kepada sahabat serta pengikutnya yang selalu istiqomah mengikuti ajarannya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan serta kesulitan yang penulis hadapi. Namun berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung, sehingga membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

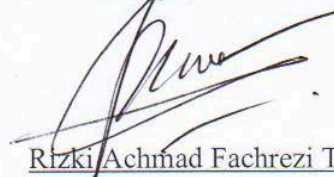
1. Bapak Prof. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Ibnu Qizam, S.E., Akt., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan.
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak masukan juga memberikan bimbingannya dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah mentransfer ilmunya dengan ikhlas kepada penulis, serta para petugas perpustakaan yang telah meminjamkan buku-buku.



7. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Ibu Syahrini Sama dan Ayahanda Tajuddin, yang dengan tulus selalu mendo'akan, memberikan motivasi baik materil maupun nonmaterial kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan untuk Ibu dan Ayah, dibawah berkah sayangNya. Aamiin.
8. Saudaraku Sultan Amanda Raja, M. Raafi Bintang Akbar, dan M. Naufal Dzaki M terimakasih atas doa dan motivasinya. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan untuk saudaraku.
9. Keluarga besar H. Djabir dan Puang Samad yang telah mendukung penulis.
10. Teman-teman Perbankan Syariah 2014, khususnya Perbankan Syariah A yang akan selalu kukenang, terimakasih atas kebersamaan, perhatian dan kebaikan teman-teman. Kalian tidak akan pernah terlupakan.
11. Pihak Bank Syariah Bukopin, Kepala Cabang Bapak M. Nur Alfatah dan HRD Bapak Qadri yang memberi masukan dan bimbingan saat melakukan penelitian.
12. Teman-teman "Pejuang Skripsi" Muddin, Reza, Ghina, Marda, Rafi, Budi, Tris dan Nanda terimakasih atas bantuan dan dukungannya.
13. Teman-teman terbaikku di Makassar yang tak dapat saya sebut semua yang selalu memberikan dukungan dan motivasi. Semoga kita bisa mencapai kesuksesan bersama.
14. Teman-teman KKN 93 UIN Sunan Kalijaga di Kulonprogo.
15. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Yogyakarta, 1 November 2018

Hormat Saya,



Rizki Achmad Fachrezi T

14820022

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	s_	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	W
ها	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	' <i>iddah</i>

### C. *Ta' Marbuttah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	' <i>illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—	Fathah	Ditulis	A
—	Kasrah	Ditulis	I
—	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذکر	Kasrah	Ditulis	<i>zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

**G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof**

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَوْ نَشْكُرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata Sandang Alif + Lam**

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

**I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>INTISARI</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Pembahasan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	7
A. Prilaku Konsumen .....	7
B. Marketing .....	11
C. Marketing Syariah .....	13
D. Marketing Mix .....	15
E. Pembiayaan .....	20
F. Telaah Pustaka .....	21
G. Kerangka Teori .....	24
H. Pengembangan Hipotesis .....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel .....	30
C. Instrumen Penelitian.....	31
D. Definisi Operasional Variabel .....	32
E. Teknik Analisis Data .....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
A. Analisis Hasil .....	40
B. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
C. Uji Asumsi Klasik .....	55
D. Uji Regresi Berganda .....	58
E. Analisis Deskriptif.....	60
F. Uji Hipotesis.....	62
G. Pembahasan .....	66
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Skala Likert .....	32
Tabel 4.1: Jumlah Kuisioner Responden .....	40
Tabel 4.2: Pekerjaan Responden .....	41
Tabel 4.3: Lama Menjadi Nasabah .....	42
Tabel 4.4: Tanggapan Variabel Produk .....	43
Tabel 4.5: Tanggapan Variabel Harga .....	45
Tabel 4.6: Tanggapan Variabel Promosi.....	46
Tabel 4.7: Tanggapan Variabel Tempat.....	48
Tabel 4.8: Tanggapan Variabel Keputusan.....	49
Tabel 4.9: Uji Validitas Variabel Independen.....	51
Tabel 4.10: Uji Reliabilitas Variabel Produk.....	53
Tabel 4.11: Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	53
Tabel 4.12: Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	53
Tabel 4.13: Uji Reliabilitas Variabel Tempat.....	54
Tabel 4.14: Uji Reliabilitas Variabel Keputusan.....	54
Tabel 4.15: Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.16: Uji Multikolineritas.....	56
Tabel 4.17: Uji Heteroskedasitas .....	58
Tabel 4.18: Hasil Perhitungan Regresi Berganda .....	57
Tabel 4.19: Analisis Deskriptif .....	61
Tabel 4.20: Koefisien Determinasi .....	63
Tabel 4.21: Uji T .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Proses Keputusan Pembelian .....	8
Gambar 2.2: Model Perilaku Nasabah .....	9
Gambar 2.3: Kerangka Pemikiran .....	25



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Makassar. Dalam penelitian ini digunakan empat elemen *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan total sampel 50 responden. Hasil uji parsial (Uji t) terhadap keputusan nasabah menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, dan tempat berpengaruh signifikan. Dalam penelitian ini juga setiap variabel yang ada produk, harga, promosi, dan tempat mampu menaikkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

***Kata Kunci : Marketing Mix, Produk, Harga, Promosi, Tempat, Keputusan Nasabah, Pembiayaan.***





## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of marketing mix on customer decisions to take financing at Bank Syariah Bukopin Makassar Branch Office. In this study four elements of marketing mix are used, namely products, prices, promotions, and places. This study uses a quantitative approach with sampling using the simple random sampling method. Data collection techniques using questionnaires / questionnaires with a total sample of 50 respondents. The partial test results (t test) on customer decisions indicate that product variables, price, promotion, and place have a significant effect. In this study also every variable that has a product, price, promotion, and place can increase the customer's decision to take financing.*

***Keywords: Marketing Mix, Products, Prices, Promotions, Places, Customer Decisions, Financing.***



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah dalam istilah internasional dikenal sebagai *islamic banking* atau perbankan tanpa bunga (*interest-free banking*). Istilah perbankan yang tidak terlepas dari asal-usul sistem perbankan syariah yang pada mulanya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berkeinginan agar kegiatan keuangan yang dilaksanakan tidak berlawanan dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya berkaitan dengan larangan praktek riba, kegiatan bersifat spekulatif, pelanggaran prinsip-prinsip keadilan serta penyaluran pembiayaan dan investasi pada kegiatan yang tidak merusak moral dan halal secara syariah (Antonio, 2001: 25).

Dewasa ini, perkembangan teknologi semakin maju, sehingga perusahaan harus terus melakukan inovasi agar persaingan kedepannya bias dihadapi. Pada Bank Syariah Bukopin melakukan pemasarannya dengan metode yang mereka sebut *above the line* dan *below the line*, pada prakteknya Bank Syariah Bukopin menggunakan media social, iklan melalui televisi, radio, pamphlet dan lain sebagainya untuk *above the line* sedangkan program bonus, hadiah, pemasaran langsung untuk *below the line*. Agar sukses dalam persaingan, maka perusahaan harus dapat menciptakan dan mempertahankan

nasabah dengan cara menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan konsumen dengan harga yang layak (*reasonable*). Oleh karena itu, seorang marketer harus berupaya memahami perilaku pelanggan. Kelangsungan hidup perusahaan sangat sangat ditentukan oleh pelanggan. Perilaku konsumen merupakan respon psikologi yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku-tindakan yang secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk, serta menenapkan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk, termasuk dalam melakukan pembelian ulang (Ali, 2009: 129).

Menurut teori Maslow dalam Ali (2009: 133) kebutuhan manusia tersusun dalam hierarki yang paling mendesak sampai yang paling kurang mendesak. Hierarki kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan fisik, rasa aman, sosial, penghargaan dan aktualitas diri. Dimana kebutuhan pada rasa aman atau keamanan berupa tabungan, asuransi dan sebagainya. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Makassar berada di Jl. DR. Sam Ratulangi, Mario, Mariso, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kantor cabang tersebut berfokus untuk penyebaran pasarnya pada Kota Makassar dan sekitarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Izzati (2015), mengenai, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah di BPR Syariah Lantabur Mojokerto, didapatkan Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel Dana Pihak Ketiga (X1), Besaran Margin (X2), dan Return On Asset (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembiayaan Murabahah (Y). Hasil penelitian tersebut juga

menunjukkan bahwa variabel Return On Asset (X3) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Pembiayaan Murabahah (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh Kapriani (2013), mengenai Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Bank Muamalat Makassar, didapatkan Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel Kebudayaan (X1), Pengalaman (X5) mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan (Y) , dan variabel Sosial (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan (Y), sedangkan variabel Pribadi (X3) tidak berpengaruh signifikan dan variabel Psikologis (X4) berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan (Y) . Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa variabel Kebudayaan (X1), Sosial (X2), Pribadi (X3), Psikologis (X4), Pengalaman (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan (Y).

Melihat hasil penelitian terdahulu , maka penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan yang diulas dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar?

### **C. Tujuan**

Berdasarkan uraian permasalahan yang diulas dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar.
3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar.
4. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin KC Makassar

### **D. Manfaat Penelitian**



Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan memberikan gambaran mengenai sejauh mana kesesuaian antara fakta dengan teori yang ada.
2. Bagi pihak bank, penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan baik dengan nasabah sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dan setiap bab berisi sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan. Bab ini diawali dengan pendahuluan yang menjadi acuan dalam proses awal penelitian, didalamnya diuraikan keterkaitan antara latar belakang berupa fenomena persaingan industri perbankan dan jasa keuangan serta strategi pemasaran dan urgensi pokok permasalahan yang akan dijadikan dasar dalam penetapan asumsi yang digunakan serta arah pembahasan pada bab-bab selanjutnya.

Bab II: Landasan Teori. Bab ini merupakan kelanjutan dari bagian pendahuluan yang didalamnya menguraikan dasar-dasar asumsi yang digunakan dalam penelitian yang mengacu pada pokok permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, dalam bab ini diuraikan beberapa penelitian

terdahulu dan teori-teori yang terkait dengan pokok masalah penelitian yaitu *Marketing Mix* dan Hipotesis penelitian.

Bab III: Metode Penelitian. Bab ini merupakan Langkah-langkah teknis penelitian yaitu mengenai cara dan teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini, meliputi jenis dan teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan Bab ini merupakan pembahasan pokok masalah utama melalui pengujian dengan metode analisis jalur (path analysis) dan sub-model yang kemudian dikembangkan sesuai teori acuan menjadi beberapa pokok rekomendasi sebagai inti dari skripsi.

Bab V: Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan penelitian. Penutup menyimpulkan secara singkat hasil pembahasan dan rekomendasi yang telah dibahas secara mendalam pada bab sebelumnya sebagai penutup atau hasil akhir.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai thitung sebesar  $2,283 > t_{tabel}$  sebesar  $1,675$  dengan nilai signifikan  $0,027 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara individu variabel Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin.
2. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai thitung sebesar  $2,453 > t_{tabel}$  sebesar  $1,675$  dengan nilai signifikan  $0,018 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara individu variabel Harga berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin.
3. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai thitung sebesar  $2,296 > t_{tabel}$  sebesar  $1,675$  dengan nilai signifikan  $0,026 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara individu variabel Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin.

4. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai thitung sebesar  $2.130 > t_{tabel}$  sebesar  $1,675$  dengan nilai signifikan  $0,039 < 0,05$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara individu variabel Tempat berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Bank Syariah Bukopin.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dan teori-teori mengenai *Marketing Mix* serta dapat menjadi referensi tambahan dalam bidang *Marketing* untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Bank, Bagi manajer pemasaran hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam peningkatan dan memperbaiki strategi pemasaran dan pelayanan dari pihak entitas (perbankan). Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan kepada perbankan dalam rangka menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan nasabah menggunakan produk yang disediakan oleh perbankan..

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet
- Antonio Muhammad Syafi'I. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Assauri, Sofyan 2010. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Basu Swastha dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: PT. Buku Kita.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ismail. 2011 *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset Yogyakarta.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Kerlinger. Ferd N. 1992. *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip. dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Alih bahasa: Alexander Sindoro; Penyunting: Benyamin Molan, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 8. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Manullang. M. 2008. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Monroe, Allard C.R. Van Riel et al. 2005. *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical*. *Industrial Marketing Management* (12) 841-847.
- Rianto, M.Nur A.A., 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rianto, M.Nur A.A., 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, veithzal dan Arviyan, Arifin. 2010. *Islamic Banking; Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan & Ekonomi Global*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Santoso, Singgih. 2002. *Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*. Edisi 1. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2010 *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta:penerbit liberty.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sutanto, Hery dan Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Manajamen Pemasaran*. Penerbit Andi Offset. Edisi III. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 2. Jakarta: Rajawali Pers

### **Jurnal, dan Skripsi**

Aviza, Chitra Dwiratih. 2014. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum. UIN Syarif Hidayatullah.

Darna, dan Dita Pramudya Wardani. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Pembiayaan KPR Platinum iB Pada Bank X Syariah Cabang Harmoni - Jakarta*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonsia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol .12, No 1.

Fajriyah, Neneng. 2013. *Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri KCP Tangerang Bintari Sektor III*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah.

Kapriani. 2013. *Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Bank Muamalat Makassar*. Jurnal Manajemen Motivasi. Vol .9, No 3.

Musnaini. 2010. *Perilaku Nasabah Non Muslim Dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Produk Bank Syariah Di Kota Jambi*. Fakultas Ekonomi Universitas Jamb. Jurnal Manajemen. Vol .2, No 1.

#### **Web**

<https://tafsirq.com>



## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN DI BANK SYARIAH BUKOPIN KC MAKASSAR**

Sebelumnya perkenalkan, saya Rizki Achmad Fachrezi T Mahasiswa (S1) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Perbankan Syariah sedang melaksanakan penelitian skripsi.

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan kuisisioner atas penelitian ini. Saya mohon dapat menjawab pertanyaan dengan memilih salah satu pilihan pada jawaban yang anda pilih. Hal yang bersifat pribadi akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti. Atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan Terimakasih.

Nama : \_\_\_\_\_  
Alamat : \_\_\_\_\_  
Pekerjaan : \_\_\_\_\_  
Lama menjadi nasabah : \_\_\_\_\_

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban sesuai pendapat anda

Keterangan :

SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Variabel Product	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena bank tidak mengenakan pinalti pada saat percepatan pelunasan pembiayaan				
2.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena produk pembiayaannya sesuai dengan prinsip syariah				
3.	Saya mengambil pembiayaan di bank Syariah Bukopin karena persyaratan produk pembiayaan Bank Syariah Bukopin mudah.				
4.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena proses persetujuan pembiayaan cepat.				
5.	Produk Pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah Bukopin seuai dengan kebutuhan dan keinginan saya				

No.	Variabel Price	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengambil pembiayaan karena dana pembiayaan yang dikeluarkan Bank Syariah Bukopin sesuai dengan yang saya butuhkan				
2.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena rincian besaran angsuran yang harus ditanggung nasabah jelas				
3.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena angsuran bulannya ringan.				
4.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena nisbah bagi hasil yang ditawarkan kecil				
5.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena Bank memberikan diskon				

No.	Variabel Promotion	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena iklan yang menarik				
2.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena bank sering melakukan undian hadiah yang menarik				
3.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena promo kartu belanja yang diberikan oleh bank				
4.	Saya mengambil pembiayaan Bank Syariah Bukopin karena pihak bank menawarkan secara langsung kepada saya				
5.	Saya mengambil pembiayaan Bank Syariah Bukopin karena rekomendasi dari orang lain				

No.	Variabel Place	SS	S	TS	STS
1.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena Kantor bank mudah dijangkau				
2.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena bank berada di area strategis				
3.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena mesin ATM bank mudah dijangkau				

4.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena akses jalan mudah dilewati				
5.	Saya mengambil pembiayaan di Bank Syariah Bukopin karena mudah melakukan pembayaran dimana saja (online, auto debet, ATM)				

No.	Variabel Keputusan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik tentang bank				
2.	Dorongan dari pihak lain (teman)				
3.	Dana simpanan di Bank Syariah Bukopin aman				
4.	Bank Syariah Bukopin melakukan pelayanan terbaik				
5.	Karyawan mampu menyelesaikan masalah dan keluhan anda				



LAMPIRAN 2

DATA JAWABAN RESPONDEN

PRODUCT						PRICE						PROMOTION					
1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	2	16	4	3	4	4	4	19
3	3	3	2	3	14	3	4	3	3	2	15	3	3	2	3	3	14
3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	15	2	2	2	3	3	12
3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	3	14	3	3	2	3	2	13
3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
3	3	2	3	3	14	3	3	4	4	4	18	3	4	3	3	2	15
4	3	3	3	4	17	3	4	3	2	2	14	3	3	2	3	2	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	3	3	2	4	3	15
4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15	2	3	2	3	2	12
3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	2	14	2	2	2	3	3	12
4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	17	3	3	3	2	3	14
4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19	3	3	2	2	2	12	3	3	2	2	2	12
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19	2	2	3	2	3	12
4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	3	17	3	2	2	3	2	12
3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	2	15	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15	2	2	4	3	3	14	2	3	4	3	3	15
3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	4	17	2	2	2	2	3	11
3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	4	17	4	4	4	3	3	18
4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	2	18	2	2	3	3	2	12
3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17	2	2	2	2	2	10
4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	4	4	4	2	2	16
3	3	3	3	2	14	2	3	3	3	3	14	2	2	3	3	3	13
4	3	3	3	3	16	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	3	18	3	4	4	3	3	17	2	3	3	4	4	16
3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	2	15	3	4	3	4	3	17
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14	3	3	3	2	3	14	3	2	3	2	3	13
4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	3	16	4	4	3	4	3	18
3	3	3	2	2	13	3	3	4	3	3	16	3	3	2	3	4	15

4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19	4	3	2	2	4	15
3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
2	2	2	4	4	14	3	3	3	4	4	17	2	3	3	3	2	13
2	2	2	3	4	13	4	3	4	4	4	19	3	4	4	2	2	15
3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	3	17	4	3	3	3	3	16
3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	3	18	3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	3	3	2	3	14
4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	2	15	3	3	4	4	3	17
4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	3	18	3	2	2	3	4	14
3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	3	15	2	2	3	4	3	14
3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	2	16	3	2	3	3	3	14
3	3	4	3	3	16	3	4	3	3	2	15	2	2	3	3	3	13
3	3	4	3	3	16	3	4	3	3	3	16	3	4	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16	3	4	4	2	2	15	2	2	3	4	3	14
3	4	3	3	3	16	3	4	4	2	2	15	2	2	3	4	3	14



PLACE					KEPUTUSAN						
1	2	3	4	5	X4	1	2	3	4	5	Y
3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	4	16
3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20

3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15	3	2	3	4	3	15
4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16
4	3	2	4	3	16	2	3	3	3	3	14
3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
3	2	3	3	4	15	3	3	3	4	3	16
3	4	4	3	3	17	3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	4	17	4	3	3	4	4	18
3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	3	17
4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	4	16
4	4	4	3	3	18	2	3	3	4	4	16
3	3	2	2	3	13	3	3	4	4	4	18
3	4	4	3	2	16	2	3	4	3	4	16
3	3	4	2	2	14	3	3	2	3	3	14
2	2	2	2	1	9	3	2	3	3	3	14
2	2	2	2	2	10	3	2	2	2	3	12
3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20
3	3	2	3	3	14	2	2	3	3	2	12
4	3	3	3	4	17	4	3	4	3	3	17
3	3	4	4	3	17	3	2	3	3	2	13
3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	3	14	3	3	3	2	3	14
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	18	3	2	4	4	4	17
4	3	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19
4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
2	4	2	2	3	13	4	4	4	3	2	17
4	4	3	2	4	17	4	3	3	3	4	17
4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
3	3	2	3	4	15	4	4	4	4	3	19
3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	3	18

3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	2	15
3	3	2	3	3	14	4	3	3	4	3	17
3	3	2	2	3	13	3	3	4	3	3	16
3	4	4	3	3	17	4	4	3	3	3	17
3	4	3	3	3	16	3	4	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16	3	4	3	3	3	16



LAMPIRAN 3

**HASIL UJI SPSS 21**

**DATA RESPONDEN**

**Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	10	20.0	20.0	20.0
Karyawan Swasta	22	44.0	44.0	64.0
Wiraswasta	9	18.0	18.0	82.0
Valid Kontraktor	5	10.0	10.0	92.0
Pedagang	3	6.0	6.0	98.0
Pengusaha	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

**Lama Menjadi Nasabah Bank Bukopin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1 Tahun	3	6.0	6.0	6.0
Valid 1 - 2 Tahun	25	50.0	50.0	56.0
> 2 Tahun	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

**UJI VALIDITAS**



1. Produk

**Correlations**

		PRODUK
X11	Pearson Correlation	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X12	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X13	Pearson Correlation	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X14	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X15	Pearson Correlation	.491**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
PRODUK	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Harga

**Correlations**

		HARGA
X21	Pearson Correlation	.660**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X22	Pearson Correlation	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X23	Pearson Correlation	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X24	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X25	Pearson Correlation	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
HARGA	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Promosi

#### Correlations

		PROMOSI
X31	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50

X32	Pearson Correlation	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X33	Pearson Correlation	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X34	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X35	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
PROMOSI	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 4. Tempat

##### Correlations

		TEMPAT
X41	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X42	Pearson Correlation	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	50
X43	Pearson Correlation	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X44	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X45	Pearson Correlation	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
TEMPAT	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 5. Keputusan Nasabah

### Correlations

		KEPUTUSANNASABAH
Y11	Pearson Correlation	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y12	Pearson Correlation	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y13	Pearson Correlation	.752**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y14	Pearson Correlation	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y15	Pearson Correlation	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
KEPUTUSANNASABAH	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## UJI RELIABILITAS

1. Produk

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

4. Tempat

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	5

2. Harga

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

5. Keputusan Nasabah

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

3. Promosi

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	5

## UJI NORMALITAS

## 1. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51232938
	Absolute	.097
Most Extreme Differences	Positive	.054
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		.688
Asymp. Sig. (2-tailed)		.731

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## UJI MULTIKOLINEARITAS

### 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-.939	2.443		-.384	.703		
1	Produk	.296	.130	.258	2.283	.027	.724	1.381
	Harga	.320	.130	.266	2.453	.018	.786	1.272
	Promosi	.252	.110	.272	2.296	.026	.661	1.513
	Tempat	.253	.119	.242	2.130	.039	.718	1.393

a. Dependent Variable: KeputusanNasabah

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	Produk	.724	1.381
1	Harga	.786	1.272
	Promosi	.661	1.513
	Tempat	.718	1.393

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

## UJI HETEROSKEDASTISITAS

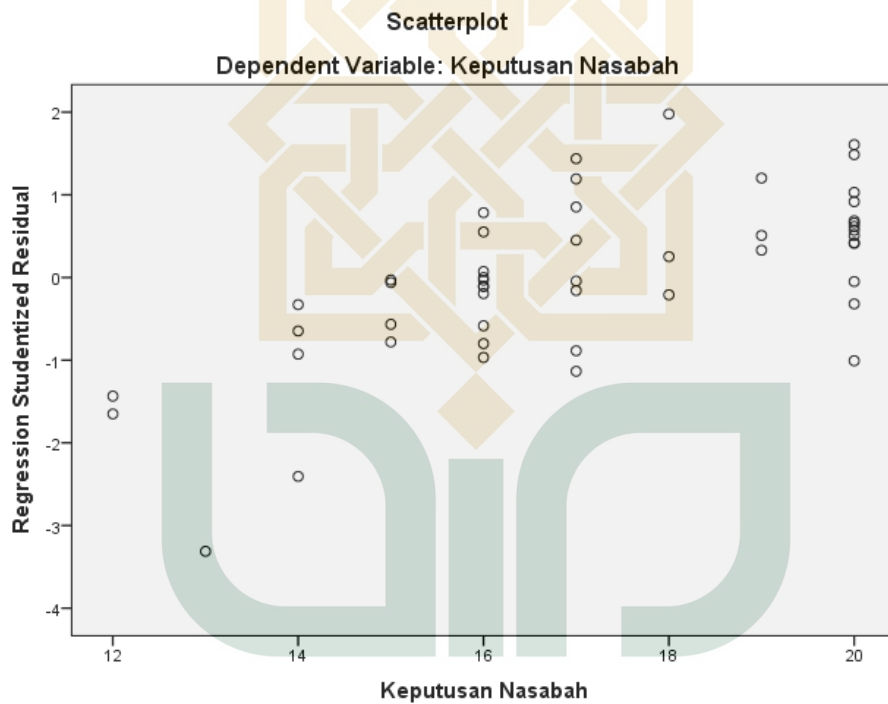


1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.843	1.560		1.181	.244
1 Produk	.026	.083	.053	.313	.755
Harga	-.019	.083	-.037	-.232	.818
Promosi	.084	.070	.212	1.204	.235
Tempat	-.132	.076	-.294	-1.737	.089

a. Dependent Variable: ABS\_RES



## ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

### Descriptive Statistics

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk	50	13	20	16.90	2.043
Harga	50	12	20	16.52	1.951
Promosi	50	10	20	14.88	2.529
Tempat	50	9	20	15.92	2.239
KeputusanNasabah	50	12	20	17.12	2.344
Valid N (listwise)	50				



## KOEFSIEN DETERMINASI

### 1. Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 <sup>a</sup>	.584	.547	1.578

a. Predictors: (Constant), Tempat, Harga, Produk, Promosi

## UJI T

### 1. (Produk, Harga, Promosi, Tempat Terhadap Keputusan)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-.939	2.443			
1	Produk	.296	.130	.258	2.283	.027
	Harga	.320	.130	.266	2.453	.018
	Promosi	.252	.110	.272	2.296	.026
	Tempat	.253	.119	.242	2.130	.039

a. Dependent Variable: KeputusanNasabah

LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI





LAMPIRAN 5



# CURICULUM VITAE

## DATA PRIBADI

- NAMA : RIZKI ACHMAD FACHREZI T
- TTL : ENREKANG, 8 AGUSTUS 1996
- ALAMAT : RT 003/ RW 005 BTN  
ASAL MULA BLOK C10  
NO.8, TAMALANREA  
INDAH, TAMALANREA,  
KODYA MAKASSAR
- E-MAIL : [id.rizki88@gmail.com](mailto:rid.rizki88@gmail.com)
- NO HP : 081939015548
- JENIS KELAMIN : LAKI-LAKI
- AGAMA : ISLAM
- STATUS : Belum Menikah
- GOLONGAN DARAH : A
- KEWARGANEGARAAN : INDONESIA



## RIWAYAT PENDIDIKAN

- Formal:
- 2000-2002 : TK PERTIWI DHARMA WANITA UNIT  
PEMWILDA KABUPATEN MAMUJU
  - 2002-2005 : SD INPRES TANAMODINDI
  - 2005-2008 : SD INPRES KANTISANG
  - 2008-2011 : SMPN 30 MAKASSAR
  - 2011-2014 : SMAN 12 MAKASSAR
  - 2014-SEKARANG : UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

## PENGALAMAN ORGANISASI

- 2013 : ANGGOTA IRMAJI NURUL JIHAD
- 2014 : ANGGOTA KAMASULSEL