

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR
PADA BTN KCS MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

HADERANIE MUHAMMAD

NIM: 19540109

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR
PADA BTN KCS MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

HADERANIE MUHAMMAD

NIM: 19540109

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR PADA BTN KCS MALANG**

Oleh

HADERANIE MUHAMMAD

NIM: 19540109

Telah Disetujui Pada Tanggal 14 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



Khusnudin, M.E.I

NIP. 19700617201608011052

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR PADA BTN KCS MALANG

SKRIPSI

Oleh

HADERANIE MUHAMMAD

NIM : 19540109

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (SE)
Pada 27 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

- 1 Ketua Penguji
Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D
NIP. 197511091999031003
- 2 Anggota Penguji
Tiara Juliana Jaya, M.Si
NIP. 199207082019032020
3. Sekertaris Penguji
Khusnudin, M.E.I
NIP: 19700617201608011052

Tanda Tangan



Disahkan oleh :
Ketua program studi,



Yayuk Sri Rahayu, MM
NIP. 197708262009012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Haderanie Muhammad

NIM : 19540109

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul : *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR pada BTN KCS Malang* merupakan hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 11 Juli 2023

Hormat Saya,



Haderanie Muhammad

NIM. 19540109

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, atas izin Allah karya saya ini dapat terselesaikan

Saya persembahkan karya ini kepada:

Ibu saya tercinta, Ibu Sri Wahyuni yang senantiasa tulus menyayangi, merawat, mengasuh, mendoakan, dan mendukung segala bentuk usaha saya, serta telah dengan sangat tangguh menjadi sosok ibu bagi saya.

Ayah saya tercinta, Pak M Solihin yang tetap menjadi panutan bagi saya sebagai kepala rumah tangga yang tegas dan penuh tanggung jawab, serta mendoakan juga terus mendukung saya dalam hal kebaikan.

Kakak perempuan saya tersayang, Lucky Ayu Novitasari yang selalu menjadi sosok idaman saya, kakak yang cantik dan tegas, yang selalu menguatkan saya, dan meskipun kadang menakutkan tapi begitu royal kepada saya.

Dosen Pembimbing Bapak Khusnudin, M.E.I yang bukan hanya sebagai Dosen namun juga Bapak yang telah sangat banyak memberikan bimbingan, arahan dan nasihat.

Dan tak lupa saya ucapkan terima kasih banyak atas diri saya sendiri yang telah mau dan mampu menjalani hidup kembali dan berjuang sampai detik ini walaupun dalam setiap langkah dan perjuangan dilalui dengan tidak mudah, namun hal-hal tersebutlah yang mendewasakan saya dan menjadi motivasi untuk tetap berjuang.

Serta terima kasih untuk semua teman-teman saya, yang selalu memberi semangat

dan dukungan.

Alhamdulillah ya Allah, telah berkenan menghadirkan orang-orang baik yang sayang dan tulus kepada saya. Terima kasih telah memberikan kekuatan, kesabaran dan keikhlasan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

HALAMAN MOTTO

“Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkat mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan.”

(Q.S. Al-Isra: 70)

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.”

(Q.S. Al-Zalzalah: 7)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR PADA BTN KCS MALANG”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita, kekasih Allah Nabi besar Muhammad S.A.W yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan. Shalawat dan salam juga tercurahkan kepada Sayyidatina Khadijah dan Sayyidatina Fathimah.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dalam penulisan skripsi ini hingga selesainya, Penulis telah banyak mendapat bantuan dalam bentuk bimbingan hingga Penulis dapat menyelesaikan tugas ini. Oleh karenanya, Penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, LC., M.Ei. selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

4. Bapak Khusnudin, M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sangat sabar membimbing Penulis selama proses penulisan proposal ini hingga selesai.
5. Ibu Tiara Juliana Jaya, M.Si selaku Dosen Wali Penulis sejak awal hingga akhir perkuliahan
6. Bapak dan Ibu Dosen Perbankan Syariah yang senantiasa membimbing penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mengajarkan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Ibu saya yakni Ibu Sri Wahyuni, Ayah saya yang bernama M Solihin, dan Kakak saya Lucky Ayu Novitasari yang telah mendukung serta mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Calon Istri saya, Nabila Sherin Falisha yang menjadi *support system* saya selama ini dengan sangat membantu saya dalam hal mendukung mengerjakan skripsi dan menjadi penyemangat, serta teman hidup yang selalu membuat saya bahagia dan percaya diri menjalani hidup ini.
10. Sahabat saya, Bayu, Ivan, Fahad dan keluarganya yang telah sangat membanggakan, menginspirasi, dan tulus membantu saya dengan semua kebbaikannya semasa SMK hingga kini.
11. Sahabat karib yang selalu menjadi penyemangat, setia menemani saya dalam

masa-masa susah maupun senang, Axel, Rakha, Otto, Dery, dan Rio.

12. Teman-teman kelas kuliah saya yang telah banyak memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis dan seluruh pembaca di masa mendatang.

Malang, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab).....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Teoritis	30
2.2.1 Kualitas Produk.....	30
2.2.2 Kualitas Layanan	36
2.2.3 Keputusan Pembelian KPR.....	41
2.3 Hubungan Antar Variabel	46
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian KPR	46
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR	46
2.4 Kerangka Berfikir	47

2.5	Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN		51
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	51
3.2	Lokasi Penelitian	51
3.3	Populasi dan Sampel	52
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.5	Data dan Jenis Data.....	54
3.6	Teknik Pengumpulan Data	55
3.7	Definisi Operasional Variabel	55
3.8	Analisis Data	64
3.8.1	Uji Kualitas Data.....	65
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.8.3	Uji Regresi Linier Berganda	67
3.8.4	Uji Koefisien Determinasi	68
3.8.5	Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.2	Deskriptif Responden.....	73
4.2.1	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	73
4.2.2	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.2.3	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
4.2.4	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	77
4.2.5	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan Perbulan	78
4.3	Deskriptif Variabel	79
4.4	Uji Kualitas Data	81
4.4.1	Uji Validitas.....	81
4.4.2	Uji Reliabilitas	83
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	84
4.5.1	Uji Normalitas	84
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	86

4.5.3	Uji Heteroskedasitas.....	87
4.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	88
4.7	Uji Koefisien Determinasi.....	90
4.8	Uji Hipotesis.....	91
4.8.1	Uji t	91
4.8.2	Uji F	93
4.9	Pembahasan.....	95
4.9.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian KPR	95
4.9.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR	96
4.9.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR	97
4.10	Integritas Keislaman Indikator Variabel	98
4.11	Pembahasan dalam Perspektif Islam.....	102
BAB V	PENUTUP.....	105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran	105
	DAFTAR PUSTAKA	107
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Proporsi kepemilikan rumah menurut provinsi 2019-2021	3
Tabel 1.2	Status Penguasaan Tempat Tinggal di Jawa Timur 2021	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional	56
Tabel 4.1	Profil BTN KCS Malang	72
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	79
Tabel 4.7	Hasil Uji Deskriptif Variabel	80
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	89
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
Tabel 4.14	Hasil Uji t X_1 Terhadap Y	92
Tabel 4.15	Hasil Uji t X_2 Terhadap Y	93
Tabel 4.16	Hasil Uji F	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	48
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas	88

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Data Penelitian Jawaban Responden.....	118
LAMPIRAN 2 Data Penelitian Variabel Independen.....	126
LAMPIRAN 3 Data Penelitian Variabel Dependen	130
LAMPIRAN 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	134
LAMPIRAN 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	134
LAMPIRAN 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	135
LAMPIRAN 7 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	135
LAMPIRAN 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	136
LAMPIRAN 9 Uji Deskriptif Variabel.....	136
LAMPIRAN 10 Uji Validitas Data Kualitas Produk.....	137
LAMPIRAN 11 Uji Validitas Data Kualitas Layanan	138
LAMPIRAN 12 Uji Validitas Data Keputusan Pembelian KPR	139
LAMPIRAN 13 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	139
LAMPIRAN 14 Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	140
LAMPIRAN 15 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian KPR	140
LAMPIRAN 16 Uji Normalitas	141
LAMPIRAN 17 Uji Multikolinieritas.....	141
LAMPIRAN 18 Uji Heteroskedasitas	142
LAMPIRAN 19 Uji Regresi Linier Berganda.....	142
LAMPIRAN 20 Uji Koefisien Determinasi.....	143
LAMPIRAN 21 Uji t (X_1 Terhadap Y).....	143

LAMPIRAN 22 Uji t (X2 Terhadap Y)	143
LAMPIRAN 23 Uji F	144
LAMPIRAN 24 BIODATA PENELITI	145
LAMPIRAN 25 Translate Abstrak Bahasa Inggris	146
LAMPIRAN 26 Translate Bahasa Arab	147
LAMPIRAN 27 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme	148
LAMPIRAN 28 Hasil Cek Turnitin.....	149
LAMPIRAN 29 Jurnal Bimbingan	150
LAMPIRAN 30 Pertanyaan Kuisioner Kualitas Produk	151
LAMPIRAN 31 Pertanyaan Kuisioner Kualitas Layanan	152
LAMPIRAN 32 Pertanyaan Kuisioner Keputusan Pembelian KPR	153

ABSTRAK

Haderanie Muhammad. 2023. SKRIPSI. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR Pada BTN KCS Malang”
Pembimbing : Khusnudin, M.E.I
Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, KPR, BTN KCS Malang

Pada umumnya sebuah Bank Syariah di Indonesia terutama pada BTN Syariah khususnya di kota Malang yakni mengoptimalkan segala kebutuhan nasabah dalam bidang perekonomian masyarakat sebagai penyedia jasa. Hal ini dapat diketahui, bahwa sudah sejak tahun 2005 BTN KCS Malang sudah mulai berkembang pesat dengan memunculkan atau menciptakan produk-produk yang berdasarkan prinsip Syariah. Salah satu produk yang terus dikembangkan adalah Kredit Pembiayaan Rumah dalam upaya membantu masyarakat yang belum mempunyai tempat tinggal. Maka dari itu, sampai saat ini BTN KCS Malang masih tetap berinovasi terhadap segala produk-produknya untuk menjadikan Bank Syariah terbaik di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi yang digunakan sebanyak 220 nasabah KPR di BTN KCS Malang periode 2020-2022, dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan perhitungan rumus *slovin* terdapat 142 responden yang termasuk dalam sampel penelitian. Data yang digunakan adalah data primer dan metode pengumpulan data dengan menyebarkan angket atau kuisioner kepada sebagian para nasabah pelanggan KPR selama tahun 2020 hingga 2022. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS *Statistics* 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang. Adapun secara simultan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang.

ABSTRACT

Haderanie Muhammad. 2023. *UNDERGRADUATE THESIS. "The Effect of Product and Services Quality on KPR (House Ownership Credit) Purchase Decisions at BTN KCS Malang"*

Advisor : Khusnudin, M.E.I

Keywords : *Product Quality, Service Quality, Purchasing Decision, KPR, BTN KCS Malang*

As a service provider, a Sharia Bank in Indonesia, especially BTN Syariah, in Malang city in particular, generally optimizes all of the customers' needs in the economic sector of the community. It is known that BTN KCS Malang has begun to grow rapidly since 2005 by creating products based on Sharia principles. One of the products that continues to be developed is House Financing Credit, which aims to help people who do not have a place to live. Therefore, until now, BTN KCS Malang is still innovating all its products to be the best Sharia Bank in Indonesia.

This study aims to determine the effect of product and service quality both partially and simultaneously on KPR (House Ownership Credit) purchase decisions at BTN KCS Malang. It is a quantitative study using a descriptive approach. The population used was 220 KPR customers at BTN KCS Malang since the year of 2020 to 2022. This study employs a purposive sampling techniques using the slovin formula. There were 142 respondents included in the sample of the study. The data used are primary data, and the data collection methods used are the distribution of questionnaires to some KPR customers during 2020 to 2022. The analysis method used is multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistics 26.

The results of the study indicate that product and service quality had partially a positive and significant effect on KPR purchase decisions at BTN KCS Malang. Simultaneously, the product and service quality have a significant effect on KPR purchase decisions at BTN KCS Malang.

مستخلص البحث

هيدران، محمد. ٢٠٢٣. البحث الجامعي. "تأثير جودة المنتج وجودة الخدمات على قرار شراء انتمان حقوق الملكية العقارية (KPR) في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج".

المشرف : حسن الدين، الماجستير.

الكلمات الرئيسية : جودة المنتج، جودة الخدمة، قرار الشراء، انتمان حقوق الملكية العقارية، المكتب الفرعي بنك BTN مالانج.

بشكل عام، يقوم البنك الإسلامي في إندونيسيا، وخاصة بنك BTN الإسلامي، وخاصة في مدينة مالانج، بتحسين جميع احتياجات العملاء في القطاع الاقتصادي للمجتمع كمزود الخدمة. ومن المعروف، أنه منذ عام ٢٠٠٥ في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج بدأت تنمو بسرعة من خلال إنتاج أو إنشاء منتجات على أساس مبادئ الشريعة. أحد المنتجات التي يستمر تطويرها هو انتمان حقوق الملكية العقارية في محاولة لمساعدة الأشخاص الذين ليس لديهم المسكن. لذلك، حتى الآن، لا يزال المكتب الفرعي بنك BTN مالانج يبتكر جميع منتجاته لجعل أفضل بنك إسلامي في إندونيسيا.

يهدف هذا البحث إلى تحديد معرفة جودة المنتج وجودة الخدمات جزئياً ومتزامناً على قرار شراء انتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج. هذا البحث هو نوع من البحث الكمي مع منهج وصفي. كان عدد السكان المستخدمين ٢٢٠ عميل انتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج للفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٢، باستخدام تقنية أخذ العينات الهادفة مع حساب صيغة السلوفاين، كان هناك ١٤٢ مستجيباً مدرجاً في عينة البحث. البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية وطريقة جمع البيانات من خلال توزيع الاستبانة على بعض عملاء انتمان حقوق الملكية العقارية خلال الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٢. طريقة التحليل المستخدمة هي تحليل الانحدار الخطي المتعدد باستخدام البرنامج الإحصائي IBM SPSS Statistics.

26.

أظهرت النتائج أن جودة المنتج وجودة الخدمات كان لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء انتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج جزئياً. في الوقت نفسه، يكون لجودة المنتج وجودة الخدمات تأثير كبير على قرار شراء انتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج متزامناً.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia lembaga keuangan syariahnya masih tetap didominasi oleh bank-bank syariah yang telah berdiri, walaupun ada lembaga lain yang bergerak dibidang pegadaian, asuransi, zakat, dan sebagainya. Munculnya lembaga keuangan syariah dalam kegiatan ekonominya diharapkan dapat meringankan atau membantu masyarakat. Adapun kelebihan yang membedakannya dengan bank konvensional lembaga keuangan syariah seperti bank syariah tidak menggunakan sistem bunga karena menganut prinsip syariahnya (Pramudani & Fithria, 2021).

Presensi perbankan syariah, pastinya memiliki sebuah arti penting untuk membantu membangun perekonomian yang berlandaskan prinsip syariah menjadi penyangga sistem perekonomian nasional yang utama dengan memberikan berbagai solusi bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah untuk meringankan kegiatan didalamnya sekaligus menjadi kekuatan ekonomi inti berbasis kerakyatan (Tahliani, 2020).

Peran dari Sektor perbankan untuk memajukan perekonomian masyarakat sangat strategis. Peran terutama sendiri dari bank adalah menghimpun dana berasal dari masyarakat sebagai pengguna jasa. Bank mengelola dana terhimpunnya disalurkan untuk kebutuhan produksi dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Selain

itu, pendapatan nasional juga meningkat karena produk yang meningkat dari bank dan secara ekonomi makro belanja barang meningkat (Sari et al., 2021).

Adanya pendapatan masyarakat yang semakin meningkat, tingkat pendidikan yang tinggi, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, kebijakan pemerintah di bidang industri perbankan mengharuskan perusahaan lebih memahami lagi pentingnya indikator kualitas layanan maupun hubungan sebagai tindakan untuk membuat nasabah mendapat kenyamanan karena munculnya suatu perubahan dalam sistem nilai tingkat persaingan yang tinggi. Oleh karena itu, perbankan harus memperhatikan nasabahnya agar mendapat kepuasan dan tidak berpindah ke bank pesaing (Trisnadi & Kusumaramdhani, 2017).

Pertumbuhan penduduk menyebabkan peningkatan yang laju terhadap permintaan perumahan sangat pesat dari setiap tahunnya. Namun, telah diumumkan bahwa data menunjukkan dari beberapa instansi terkait, diketahui masih terdapat (*backlog*) antara lokasi kebutuhan atau kebutuhan yang bertanda jika di Indonesia masih kekurangan ketersediaan perumahan (*backlog*) atau perumahan. Setidaknya Indonesia ternyata membutuhkan kurang lebih sejumlah 800.000unit rumah dalam setahunnya untuk membangun (*backlog*) tersebut, namun data yang didapat dari Direktorat Bank Tabungan Negara (Persero) menyebutkan bahwa hanya sekitar kurang lebih sejumlah 400.000unit rumah yang dapat terbangun dalam pemenuhan kebutuhan. Oleh sebab itu, perlu diperhatikan beberapa aspek penyelesaian masalah terkait perumahan yang ada di Indonesia termasuk dari perbankan. Perkembangan zaman maupun kemajuan masyarakat juga memerlukan

perlengkapan yang banyak halnya seperti kebutuhan sandang, pangan, papan harus terpenuhi (Safitri et al., 2022). Berikut ini tabel 1.1 tentang proporsi kepemilikan rumah milik sendiri dan sewa/kontrak yang ada di Indonesia:

Tabel 1.1

Proporsi kepemilikan rumah menurut provinsi 2019-2021

PROVINSI	MILIK SENDIRI			KONTRAK / SEWA		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Aceh	80,32%	80,96%	80,51%	6,69%	6,98%	6,86%
Sumatera Utara	68,35%	69,16%	67,57%	14,02%	12,54%	14,13%
Sumatera Barat	70,75%	71,24%	68,34%	11,93%	11,44%	11,37%
Riau	70,55%	69,78%	72,52%	15,40%	13,61%	11,82%
Jambi	82,26%	84,32%	84,21%	6,53%	5,83%	5,95%
Sumatera Selatan	81,52%	81,76%	81,32%	6,09%	5,13%	6,18%
Bengkulu	82,72%	83,56%	84,32%	7,74%	7,49%	7,03%
Lampung	88,60%	88,39%	89,40%	4,20%	4,16%	3,92%
Kep. Bangka Belitung	85,51%	85,33%	83,14%	5,92%	5,76%	7,31%
Kep. Riau	66,62%	66,37%	66,83%	24,03%	26,29%	25,95%
Dki Jakarta	47,12%	45,04%	48,48%	36,36%	37,71%	34,63%
Jawa Barat	77,89%	77,60%	79,63%	11,11%	10,68%	9,50%
Jawa Tengah	89,04%	89,20%	89,92%	2,91%	2,56%	2,62%
Di Yogyakarta	73,29%	74,55%	76,53%	17,53%	15,01%	13,98%
Jawa Timur	87,58%	87,12%	88,80%	6,02%	5,65%	4,55%
Banten	80,36%	82,26%	82,82%	12,35%	11,62%	11,30%

Bali	72,88%	71,17%	73,92%	21,03%	22,03%	19,63%
Nusa Tenggara Barat	87,15%	87,43%	87,36%	3,10%	3,38%	3,05%
Nusa Tenggara Timur	86,88%	87,39%	85,22%	6,00%	5,93%	6,42%
Kalimantan Barat	88,52%	88,83%	88,21%	3,19%	2,86%	3,48%
Kalimantan Tengah	75,58%	78,35%	77,04%	8,47%	7,57%	7,22%
Kalimantan Selatan	76,33%	77,58%	79,83%	10,98%	9,91%	8,19%
Kalimantan Timur	69,13%	68,83%	70,76%	16,97%	17,44%	16,70%
Kalimantan Utara	72,06%	73,77%	69,60%	15,94%	14,09%	16,19%
Sulawesi Utara	77,27%	78,67%	77,37%	6,43%	5,64%	6,13%
Sulawesi Tengah	84,31%	84,32%	84,46%	6,25%	5,61%	6,06%
Sulawesi Selatan	83,69%	83,40%	84,75%	5,20%	5,31%	4,71%
Sulawesi Tenggara	85,28%	86,14%	86,33%	5,95%	5,30%	4,29%
Gorontalo	80,64%	80,18%	81,16%	4,65%	2,46%	3,90%
Sulawesi Barat	86,80%	87,56%	89,72%	2,16%	2,15%	1,41%
Maluku	79,48%	79,00%	75,13%	6,50%	7,29%	8,67%
Maluku Utara	82,73%	83,65%	83,40%	7,36%	6,63%	6,67%
Papua Barat	71,27%	72,09%	76,03%	14,50%	13,35%	11,19%
Papua	82,12%	83,05%	83,20%	8,85%	8,47%	7,87%
Indonesia	80,07%	80,10%	81,08%	9,64%	9,27%	8,66%

Sumber Data: Badan Pusat Statistik, 2023

Pada Tabel 1.1 diatas Menjelaskan Bahwa Proporsi rumah tangga dengan status kepemilikan rumah milik mengalami kenaikan nilai rata-rata secara terus menerus di Indonesia 2019-2021. Tetapi berbeda rata-rata nilai dari proporsi rumah tangga dengan status sewa/kontrak mengalami penurunan di Indonesia 2019-2021. Hal ini

juga menandakan bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan terhadap kebutuhan masyarakat yang memilih tempat tinggal atau rumah dengan status kepemilikan sendiri dibandingkan rumah sewa/kontrak.

Masyarakat pastinya membutuhkan pemenuhan kebutuhannya akan tempat tinggal seperti halnya perumahan, hal ini peranan penting bagi kehidupan seseorang dalam membangun dan mengembangkan kebutuhan pribadinya sesuai yang ditentukan oleh pilihannya masing-masing. Perumahan dapat disebut unsur pokok atau yang utama bagi kehidupan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat, selain dari kebutuhan sandang (pakaian) dan pangan (makanan), juga kebutuhan kesehatan gizi dan bekal pendidikan. Mengetahui hal tersebut, perbankan telah mengembangkan dengan memunculkan produk pelayanan perumahan berbentuk kredit pemilikan rumah atau yang disingkat KPR dalam perindustriannya (Lesmana et al., 2022). Berikut ini tabel 1.2 tentang Status Penguasaan Bangunan Tempat Tinggal di Provinsi Jawa Timur Tahun 2021:

Tabel 1.2

Status Penguasaan Tempat Tinggal di Jawa Timur 2021

Kabupaten/Kota <i>Regency/Municipality</i>	Milik <i>Sendiri</i> <i>Private</i>	Kontrak/Sewa <i>Lease/Rent</i>	Lainnya <i>Others</i>	Jumlah <i>Total</i>
Kabupaten/Regency				
Pacitan	97,44	0,00	2,55	100,00

Ponorogo	94,88	1,29	3,83	100,00
Trenggalek	96,20	0,20	3,60	100,00
Tulungagung	91,89	1,61	6,51	100,00
Blitar	89,97	1,37	8,66	100,00
Kediri	88,79	1,75	9,46	100,00
Malang	94,96	2,06	2,98	100,00
Lumajang	96,90	1,11	2,00	100,00
Jember	91,37	2,90	5,73	100,00
Banyuwangi	88,25	2,11	9,64	100,00
Bondowoso	91,33	2,05	6,62	100,00
Situbondo	93,08	0,97	5,95	100,00
Probolinggo	91,86	1,90	6,24	100,00
Pasuruan	91,48	2,37	6,15	100,00
Sidoarjo	82,99	11,16	5,84	100,00
Mojokerto	92,23	2,98	4,79	100,00
Jombang	87,26	3,35	9,40	100,00
Nganjuk	91,09	1,50	7,41	100,00
Madiun	91,36	1,80	6,84	100,00
Magetan	94,12	1,12	4,76	100,00
Ngawi	91,85	0,36	7,78	100,00
Bojonegoro	96,50	0,56	2,94	100,00
Tuban	95,63	1,06	3,30	100,00
Lamongan	96,57	0,80	2,63	100,00
Gresik	90,63	6,08	3,29	100,00
Bangkalan	97,38	0,13	2,49	100,00

Sampang	93,49	-	6,51	100,00
Pamekasan	95,12	0,70	4,18	100,00
Sumenep	94,26	1,14	4,59	100,00
Kota/Municipality				
Kediri	70,72	11,55	17,73	100,00
Blitar	78,21	7,68	14,11	100,00
Malang	65,76	20,47	13,77	100,00
Probolinggo	86,73	8,86	4,42	100,00
Pasuruan	83,39	9,93	6,67	100,00
Mojokerto	71,40	9,15	19,46	100,00
Madiun	63,05	13,96	22,99	100,00
Surabaya	60,50	23,99	15,50	100,00
Batu	90,52	5,52	3,96	100,00
Jawa Timur	88,80	4,55	6,66	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Pada Tabel 1.2 diatas Menjelaskan bahwa status penguasaan bangunan tempat tinggal di provinsi jawa timur tahun 2021 dengan kepemilikan rumah milik sendiri di kota Malang nilainya kecil dibandingkan kota yang lain. Adapun rata-rata nilai status kepemilikan sewa/kontrak ternyata di kota Malang nilainya cukup besar. Menandakan kebutuhan perumahan yang ada di kota Malang kurang diminati lebih memilih untuk tempat tinggal sewa/kontrak. Hal tersebut menjadi penyebab objek penelitian ini dilakukan di kota Malang sebagai tolak ukur perkembangan dan persepsi ketertarikan konsumen KPR di BTN KCS Malang.

Pada tahun 2018, Bank BTN mendapatkan peringkat pertama untuk produk KPR nya dengan hasil survei yang dilakukan oleh *Top Brand Award*. Penghargaan ini juga pantas dinobatkan untuk Bank BTN Syariah karena masih satu bagian dari Bank BTN. Oleh sebab itu, dibandingkan dengan bank lain yang memiliki produk serupa seperti KPR yang masih unggul di urutan pertama yakni Bank BTN Syariah. Hal ini menjadi dasar urgensi penelitian ini dilakukan pada BTN KCS Malang karena ingin melihat, mengukur, dan menilai kelayakan penghargaan tersebut sampai sekarang masih terbukti produk KPR mempunyai kualitas produk dan layanannya memang terbaik (Yanto, 2020).

Bank BTN Syariah berdiri sebagai perbankan yang mengutamakan idealisme usaha dengan moral yang baik, serta menyediakan jasa pelayanan yang berlandaskan hukum Islam seperti keadilan dan kejujuran. BTN Syariah selalu meningkatkan pelayanannya melalui jaringan kantor dengan berbasis SDM dan teknologi yang canggih. Tetapi, BTN Syariah dari tingkat pelayanannya masih kurang dan dibawah bank syariah yang lain. Hal ini yang mendasari juga alasan rasionalitas pemilihan objek penelitian mengenai pelayanan BTN Syariah yang masih perlu adanya perkembangan, sedangkan kepercayaan nasabah tergantung persepsi kelayakan kualitas layanan tersebut dalam pembelian produk KPR-nya (Darmawan & Ridlwan, 2018).

BTN mengusung konsep syariah sesuai dengan keadaan mayoritas masyarakat di Indonesia, yaitu muslim. BTN Syariah menawarkan beragam produk dan layanan keuangan yang bisa dinikmati oleh nasabahnya tanpa riba. Tak hanya

tabungan dan dana haji saja yang disediakan oleh BTN. Produk layanan lainnya, yaitu deposito, mobile wakaf, dan KPR rumah platinum. Semua sistemnya menggunakan prinsip akad dan keuntungannya dihitung dengan sistem nisbah atau bagi hasil. BTN Syariah juga menjadi salah satu 10 bank syariah terbaik di Indonesia tahun 2022, di mana tidak ada sistem suku bunga. Oleh karena itu, tidak riba dan keuntungannya didapatkan dari sistem bagi hasil (Utari et al., 2022).

KPR Konvensional berbeda dengan KPR Syariah, karena pada KPR Konvensional jumlah angsuran akan dipengaruhi suku bunga pasar yang mengalami kenaikan atau penurunan harus dibayarkan oleh nasabah yang mengajukan pembiayaan. Hal ini menunjukkan, bahwa KPR Syariah berada diatas lebih unggul dibandingkan dengan KPR Konvensional yang disebabkan dalam mengajukan pembiayaan KPR nasabah sangat memperhatikan faktor salah satunya yakni ketetapan margin. Dilihat dari minat nasabah yang banyak dalam pengajuan pembiayaan KPR Syariah, pastinya akan memberikan pengaruh terhadap realisasi pembiayaan KPR Syariah sebagai keluaran produk dari Bank BTN Syariah. Mengenai realisasi pembiayaan KPR Syariah, terdapat pengaruh beberapa faktor dalam realisasi pembiayaan KPR Syariah tersebut. (Adawiyah & Widyananto, 2020).

Bank syariah tidak hanya mengandalkan faktor agama saja sebagai strategi untuk menjamin loyalitas nasabah tetapi juga menekankan penyediaan produk dan layanan yang berkualitas dan efisien bagi nasabahnya. Beberapa literatur mengungkap sejumlah motif yang membentuk sejumlah faktor yang signifikan

pengaruhnya berkenaan keputusan nasabah dalam pemilihan bank syariah. seperti faktor ekonomi, kenyamanan, pengaruh pihak lain, kepuasan produk dan layanan bank, reputasi, dan tanggung jawab sosial (Mufraini et al., 2020).

Produk dari bank syariah biasanya ditawarkan kepada masyarakat diharapkan dapat membebaskan perekonomian dari unsur mudaratnya sebagai bentuk untuk membantu masyarakat. Suatu Bank Syariah memiliki cara dengan menyediakan produk yang lebih bermutu dan berkualitas dalam kualitas yang diberikan dari produknya agar dipandang lebih baik, sehingga berkualitasnya produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat karena produknya sesuai tidak mengecewakan dan masyarakat mendapat sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu, bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah pengambilan KPR di bank syariah (Pramudani & Fithria, 2021).

Kualitas produk dapat disebut sebagai suatu faktor berpengaruh pada keputusan pengambilan KPR di Bank Syariah yang ada. Kualitas produk merupakan salah satu bentuk dengan nilai keputusan nasabah mengajukan pengambilan KPR. Nasabah sebagai pelanggan membeli jasa dari Bank Syariah bertujuan untuk memenuhi sesuai kebutuhannya dan nasabah juga berhak memberikan keputusan dengan menilai proporsi terhadap kemampuan layanannya. Nilai menjadi pendapat yang disampaikan oleh pelanggan terkait keuntungan yang akan didapat setelah melakukan pengajuan KPR. Peningkatan nilai produk atau pelayanan dan menemukan harapannya pelanggan agar terpenuhi merupakan cara mendapatkan kualitas produk (Sari et al., 2021).

Pelayanan yang baik terhadap nasabah sebagai pelanggan Bank Syariah akan menimbulkan dampak positif bagi nasabah atau calon nasabah untuk mempercayai pihak Bank Syariah mengajukan pengambilan produk atau jasa yang ditawarkan. Keputusan pembelian konsumen yang dilakukan merupakan tahapan yang dilakukan sebelum pembelian suatu produk yang diminati. Biasanya produk yang diminati memperhatikan atau dipilih yang paling menguntungkan dengan cara evaluasi. Keputusan menentukan pilihan nasabah serta memperhitungkan aspek dari kualitas layanan yang dilakukan Bank Syariah menjadikan salah satu hal meyakinkan pilihannya sebelum memutuskan menentukan pilihannya. Tidak hanya berlandaskan kualitas produk saja, kualitas layanan menjadi unsur pokok yang wajib diawasi terus oleh Bank Syariah dengan menyertakan semua sumber daya yang bertugas menghadapi segala kebutuhan nasabah. Layanan yang berkualitas digunakan untuk menciptakan kepuasan para pelanggan karena keuntungannya serta menetapkan dalam mengajukan pembelian sesuai produk yang ditawarkan. Pelayanan yang berkualitas juga merupakan tingkat sebuah keunggulan mencapai harapan yang sempurna dan pengontrolan atas keunggulannya tersebut sebagai bentuk pemenuhan konsumen dalam kebutuhannya (Putri et al., 2021).

Hasil penelitian dari Suari (2019), Yanto (2020), dan Sari et al. (2021) mengenai pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian KPR dengan hasil tidak signifikan pengaruhnya variabel Kualitas Produk berkenaan Keputusan Pembelian KPR. Adapun hasil penelitian terdahulu dari Kumala & Anwar (2020) dan Hidajat & Setiawan (2022) yang tidak konsisten mengenai pengaruhnya

Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian KPR, dijelaskan jika signifikan pengaruhnya variabel Kualitas Produk berkenaan Keputusan Pembelian KPR.

Hasil penelitian terdahulu pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian KPR dilakukan Hamzah & Purwati (2019), Adawiyah & Widyananto (2020), dan Najmudin & Putra (2021), dan Putri et al. (2021) ditunjukkan tidak signifikan pengaruhnya variabel Kualitas Layanan berkenaan Keputusan Pembelian KPR. Adapun hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten pengaruhnya Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian KPR di Bank Syariah, dilakukan Safitri et al. (2022) dijelaskan signifikan pengaruhnya variabel Kualitas Layanan berkenaan Keputusan Pembelian KPR.

Berdasarkan keseluruhan penjelasan diatas, diketahui terdapat adanya teori dengan fakta keduanya mengalami kesenjangan di lapangan, sehingga ketertarikan peneliti untuk membuat penelitian membawa judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR PADA BTN KCS MALANG”**, dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari produk dan layanan berkualitas secara parsial dan simultan berkenaan keputusan nasabah terkait membeli produk KPR pada BTN KCS Malang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang?

2. Apakah secara parsial kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang?
3. Apakah secara simultan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah sebelumnya menimbulkan suatu tujuan dari penelitian yang dilakukan ini, yakni:

1. Untuk mengetahui kualitas produk pengaruhnya secara parsial terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang.
2. Untuk mengetahui kualitas layanan pengaruhnya secara parsial terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang.
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas layanan pengaruhnya secara simultan terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkannya penelitian ini mendapatkan hasil yang menciptakan sebuah manfaat antara lain:

1. Teoritis

Penelitian ini berguna sebagai sumber wawasan untuk menambah pengetahuan, memperdalam dan mengembangkan ilmu yang ada di

perbankan syariah serta diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat dijadikan referensi yang sesuai dengan pembahasan.

2. Praktis

a. Bagi Akademik

Dilakukannya penelitian ini guna menjadikan sumber bacaan yang terpercaya untuk menambahkan pengetahuan mengenai minat nasabah mengajukan pembiayaan khususnya seputar keputusan pembelian KPR, kualitas produk, dan kualitas layanannya di BTN KCS Malang.

b. Bagi Bank Syariah

Dapat digunakannya penelitian ini sebagai referensi dalam mengenali lebih teliti tentang suatu pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian KPR diharapkan dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas perbankan syariah untuk merancang strategi yang inovatif dalam pengambilan keputusan sesuai informasi yang didapatkan.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini hasilnya nanti dapat menjadi pandangan untuk peneliti selanjutnya sebagai rujukan.

d. Bagi Nasabah dan Masyarakat

Sesuai dari hasil penelitian yang didapat diharapkan berguna sebagai menambah wawasan bagi calon nasabah dan masyarakat sebelum

meyakinkan dalam mengambil keputusan sewaktu-waktu memilih suatu bank syariah mempercayakan dananya untuk membeli produk KPR.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam rangka penentuan fokus penelitian, berikut ini beberapa penelitian terdahulu baik dari dalam maupun luar negeri yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Purba et al. (2020), <i>Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on</i>	Variabel Independennya adalah (X_1) Harga, (X_2) Kualitas Pelayanan, (X_3) Promosi	Analisis regresi linier berganda dengan asumsi klasik menggunakan SPSS	Penelitian ini diperoleh Hasil dan analisis data menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

	<i>Purchasing Motorcycle Parts</i>	Variabel Dependennya adalah (Y) Keputusan Pembelian		keputusan pembelian. Sedangkan uji F menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.
2	Novitasari & Hidayati (2020), Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Suku Bunga, Dan Promosi	Variabel Independennya adalah (X ₁) Citra Perusahaan, (X ₂) Kualitas Layanan, (X ₃) Suku Bunga, (X ₄) Promosi	Analisis regresi linear berganda dengan asumsi klasik dan pengujian hipotesis	Penelitian ini memperoleh hasil yang dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah

	Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Rumah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Gresik	Variabel Dependennya adalah (Y) Keputusan Pengambilan Kredit	menggunakan SPSS	(KPR) Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Gresik
3	Yanto (2020), Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan KPR Bersubsidi Di Bank BTN	Variabel Independennya adalah (X ₁) <i>Personal Selling</i> Variabel Dependen adalah (Y) Pencapaian Penjualan KPR	Metode analisis data kuantitatif & alat analisis regresi linier	Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rata-rata skor total yang dituangkan kedalam garis kontinum antara masing-masing dimensi variabel <i>personal selling</i> , dikategorikan “Baik” variabel <i>Personal Selling</i> yang digunakan ini.

	Syariah Bandung			Demikian berdasarkan hasil akhir yang didapat dari rata-rata skor total yang dituangkan dalam garis kontinum variabel Pencapaian Penjualan dikategorikan “Sangat Baik”. Secara simultan atau bersamaan dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan yaitu <i>Personal Selling</i> berpengaruh signifikan terhadap Pencapaian Penjualan KPR
--	--------------------	--	--	--

				Subsidi di Bank BTN Syariah dapat diterima
4	Sejati et al. (2021), <i>The Effect Of Product Variation, Service Quality And Facilities On Consumer Purchasing Decisions Of Mie Ayam Hotplate In Surakarta</i>	Variabel Independennya adalah (X ₁) Variasi Produk, (X ₂) Kualitas Pelayanan, (X ₃) Fasilitas Variabel Dependen adalah (Y) Keputusan Pembelian	Metode aktivitas yang digunakan kuantitatif. Analisis yang dilakukan meliputi regresi linier berganda dan pengujian hipotesis	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik bahwa nilai koefisien regresi pembelian keputusan (b ₂) sebesar 0,376 dan t hitung > t tabel yaitu 2,257 > 1,985 dan sig 0,015 < 0,05
5	Putri et al. (2021), Pengaruh Kualitas	Variabel Independennya adalah (X ₁)	Metode penelitian kuantitatif dan teknik	Penelitian ini diperoleh hasil bahwa variabel <i>Shariah Compliance</i>

Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR iB Subsidi Pada Bank Syariah	Kualitas Pelayanan Variabel Dependennya adalah (Y) Keputusan Pembelian KPR iB Subsidi	analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan melakukan uji simultan (F), uji determinasi, Uji parsial (t) dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen yang diolah dengan menggunakan SPSS 16	secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel <i>Assurance</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel <i>Reliability</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel <i>Tangible</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan
---	---	---	---

				Pembelian, variabel <i>Empathy</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan variabel <i>Responsiveness</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. secara simultan, kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>Shariah</i> <i>Compliance</i> , <i>Assurance</i> , <i>Reliability</i> , <i>Tangible</i> , <i>Empathy</i> dan <i>Responsiveness</i>
--	--	--	--	--

				pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian KPR Ib Subsidi Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Karya
6	Sari et al. (2021), Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat	Variabel Independennya adalah (X_1) Kualitas Produk, (X_2) Pelayanan Variabel Dependen adalah (Y) Keputusan Menjadi Nasabah	Metode yang digunakan kuantitatif, Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda	Penelitian memperoleh hasil bahwa: Pertama, terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Kedua, terdapat pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Ketiga,

	Cabang Sorong			terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan secara simultan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah
7	Chaerudin & Syafarudin (2021), <i>The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction</i>	Variabel Independennya adalah (X ₁) Kualitas Produk, (X ₂) Kualitas Pelayanan, (X ₃) Harga Variabel Dependen adalah (Y) Keputusan Pembelian	Penelitian ini menggunakan metode analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>)	Berdasarkan secara parsial kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk alat kesehatan, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian untuk produk alat

				kesehatan, Keputusan pembelian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap produk alat kesehatan
8.	Pramudani & Fithria (2021), Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa	Variabel Independennya adalah (X₁) Kualitas Produk, (X₂) Religiusitas, (X₃) Kualitas Pelayanan, (X₄) Promosi Variabel Dependen adalah	Penelitian ini menggunakan teknik penyampelan purposive sampling dan metode yang digunakan kuantitatif dengan alat analisis regresi linier	Penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa Kualitas Produk dan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah, sedangkan

	Menabung Di Bank Syariah	(Y) Keputusan Menabung	berganda	Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah
9	Safitri et al. (2022), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Mengajukan Pembiayaan KPR di BTN Syariah	Variabel Independennya adalah (X ₁) Produk, (X ₂) Harga, (X ₃) Tempat, (X ₄) Promosi, (X ₅) Religiusitas, (X ₆) Pengetahuan, (X ₇) Biaya Administrasi, (X ₈) Kualitas Pelayanan, (X ₉)	Metode pengujian hipotesis yaitu regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi (adjusted R-squared)	Kesimpulannya variabel seperti produk, kualitas layanan bisa berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan KPR Syariah. Adapun variabel lain seperti tempat, religiusitas, pengetahuan dan biaya administrasi

		Kemampuan Ekonomi Variabel Dependennya adalah (Y) Minat Masyarakat		tidak bisa berpengaruh terhadap kepentingan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan KPR Syariah. Variabel produk, kualitas pelayanan berpengaruh pada kepentingan umum secara simultan atau bersamaan
10	Suryaningtyas et al. (2022), <i>Influence of Product Quality and Service Quality on</i>	Variabel Independennya adalah (X₁) Kualitas Produk, (X₂) Kualitas Layanan	Penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan regresi berganda dua tahap sebagai	Regresi linier berganda menemukan bahwa kualitas produk, kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan pada

	<i>Purchasing Decisions with Brand Image as an Intervening Variable in International Fast Food Franchise</i>	Variabel Dependen adalah (Y) Keputusan Pembelian	metode analisis	keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek. Kualitas layanan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui merek gambar
11	Wanuri et al. (2022), <i>The Influence of E-Service Quality, E-Trust, and Product</i>	Variabel Independennya adalah (X ₁) Kualitas Pelayanan, (X ₂) Kepercayaan,	Analisis menggunakan pendekatan regresi berganda melalui	Penelitian ini menemukan bahwa <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , dan <i>Product Quality</i> berpengaruh positif dan signifikan

	<i>Quality on Purchasing Decisions Through the Allofresh Transmart Application</i>	(X ₃) Kualitas Produk Variabel Dependen adalah (Y) Keputusan Pembelian	software SPSS25	terhadap keputusan pembelian aplikasi Allofresh Transmart. Secara simultan seluruh variabel dalam penelitian juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
12	<i>Dakhi (2023), The Influence Of Service Quality And Product Quality On Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As</i>	Variabel Independennya adalah (X ₁) Kualitas Layanan, (X ₂) Kualitas Produk Variabel Dependen adalah (Y) Keputusan Pembelian	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur	Berdasarkan analisis model persamaan struktural 1 terbukti bahwa kualitas layanan dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

	<i>Intervening Variables At Alfamidi Diponegoro Teluk Dalam Nias Selatan</i>			
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Kualitas Produk

Pengertian kualitas produk bisa disebut evaluasi secara keseluruhan melihat ada maupun tidak adanya produk atau jasa yang ditawarkan penyedia produk sesuai dengan kondisi aktual terpenuhinya harapan konsumen. Hal itu akan menyebabkan munculnya kepuasan yang berarti bahwa sebuah produk maupun jasa dinilai telah mempunyai kualitas yang baik setelah menggunakannya. Pada proses berikutnya, konsumen atas produk maupun jasa terkait hal tersebut nasabah akan berhasrat menunjukkan sifat loyalnya terhadap penggunaan produk maupun jasa tersebut (Al-Ghifari & Khusnudin, 2022).

Satu persatu mulai dari kualitas jika diartikan adalah dinamisnya suatu kondisi yang mempunyai hubungan terkait manusia, produk, lingkungan, jasa, dan tahapan pemenuhan sebuah harapan. Adapun produk merupakan semua

hal yang berguna memenuhi segala keinginan dan kebutuhan konsumen yang sedang ditawarkan di pasar. Suatu barang fisik atau barang jadi, organisasi atau orang termasuk dalam produk yang dapat ditawarkan atau dipasarkan. Demikian kualitas produk disimpulkan kualitas produk menyambungkan adanya rasa percaya dari perusahaan juga usaha penjual. Kualitas produk memiliki arti *“The ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang berarti kemampuannya suatu produk untuk fungsinya terlihat dengan jelas, meliputi dalam ketepatan secara menyeluruh, durabilitas, perbaikan yang mudah dan dioperasikan, reliabilitas, serta bagian produk yang lainnya (Shafrani, 2017).

Kualitas produk juga bisa berpengaruh terhadap persepsi konsumen dengan berekspektasi dalam menilai produk. Salah satu ajaran yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu perdagangan atau bisnis berlandaskan prinsip syariah. Melalui Nabi Muhammad SAW sebagai panutan pedagang yang terpercaya dan handal memberikan wawasan bahwa perdagangan yaitu pekerjaan yang terhormat dengan melihat aturan dan norma dari Al-Qur’an serta Hadits Nabi dalam berdagang sesuai pada syariat Islam. Nabi Muhammad SAW selalu mengedepankan kualitas produk yang diperjual belikan serta menjaga nama baik produknya (Wijayanti & Sujianto, 2022). Seperti dijelaskan Q.S Asy-Syu’ara ayat 181-183 dengan bunyi:

وَلَا الْمُسْتَقِيمَ بِالْقِسْطَاسِ وَزِنُوا الْمُخْسِرِينَ مَن تَكُونُوا وَلَا الْكَيْلَ أَوْفُوا
مُفْسِدِينَ ۖ الْأَرْضُ فِي تَعَثُّو وَلَا أَشْيَاءَهُمُ النَّاسَ تَبَخَّسُوا

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbangkan dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-hak dan janganlah membuat kerusakan di bumi”.

Ayat diatas menjelaskan tentang mengedepankan kejujuran dan tidak merugikan satu sama lain, seperti halnya pihak penyedia jasa mengeluarkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan aslinya. Hal ini menjadi dasar pihak Perbankan Syariah tidak diperbolehkan melakukan kecurangan atau mengurangi manfaat dari kualitas produk atau jasa maupun berupa barang kepada pembeli atau konsumen.

Faktor penentu perusahaan salah satunya adalah kualitas produk, terutama pada perbankan syariah banyak memberikan manfaat bagi penjualnya. Berbagai manfaatnya sendiri kualitas produk itu antara lain yaitu menjadi tolak ukur sejauh mana kemampuan produk tersebut dapat menciptakan kepuasan atau belum dalam pemenuhan kebutuhan konsumen sesudah pembelian dilakukan dan penggunaan terhadap suatu produk tersebut, dan baiknya memberikan pengalaman atas penjualan produk yang berkualitas akan dicari oleh banyak konsumen atau pelanggan (Sukmawati, 2018). Sebagaimana dalam penjelasan hadits dari Rasulullah SAW yang berbunyi:

الْصَّدُوقُ التَّاجِرُ: قَالَ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيُّ عَنْ سَعِيدِ أَبِي عَنْ
الترمذی رواه – وَالشُّهَدَاءِ وَلِصِدِّيقَيْنِ النَّبِيِّينَ مَعَ الْأَمِينِ

Artinya: Dari Abi Sa'id, dari Nabi Muhammad SAW bersabda: "Pedagang yang jujur dan terpercaya bersama para-Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada," (HR Tirmidzi).

Hadits diatas menjelaskan tentang transaksi pihak penjual harus jujur dan dapat dipercaya mengenai suatu barang, produk atau jasa yang diperjual belikan. Berhubungan seperti halnya dalam Perbankan Syariah memperhatikan kualitas produk yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan nasabah kondisi dan kriterianya sesuai dari perjanjian awal tidak ada penambahan dan pengurangan. Menurut Nugroho et al. (2014) dunia perbankan pastinya mengeluarkan produk yang berbentuk jasa. Oleh karena itu terdapat ciri-ciri didalam produk jasa tersebut yang dihasilkan dari perbankan. Berikut ciri-ciri karakteristik produk jasa ada beberapa macam, yakni:

1. Tidak berwujud

Maksud dari tidak berwujud adalah tidak bisa dinikmati maupun dirasakan sebelum jasa itu dibeli. Oleh karena itu, jasa tertentu bersifat tidak berwujud sehingga terlebih dahulu harus dibeli.

2. Tidak terpisahkan

Kedua, jasa tidak dapat dipisahkan adalah saling berkaitannya pembeli jasa dengan penjual jasa, tidak boleh dititipkan maupun diwakilkan oleh orang lain.

3. Beraneka ragam

Ketiga, jasa bentuknya beraneka ragam adalah jasa yang berbentuk dan macamnya banyak seperti waktu, tempat, serta sifat dalam jual belinya.

4. Tidak tahan lama

Terakhir, kategori jasa tidak akan bertahan lama adalah jasa yang sudah dibeli segera digunakan atau konsumsi karena sifatnya tidak dapat disimpan.

Menurut Hasanah (2019) kualitas produk terdapat dimensi untuk pengukurannya yang terdiri dari atas macam-macam aspek antara lain:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja yang berarti berfokus pada karakter dari produk utama meliputi adanya pengukuran yang bisa dilakukan terjadi dalam atribut-atribut, kemudian pengukuran antara semua aspek-aspek dalam kinerja individu. Biasanya kinerja produk didasari oleh bersifat umumnya preferensi subjektif pelanggan seperti halnya penilaian yang dilakukan oleh konsumen atau pengguna produk.

2. Fitur (*Feature*)

Aspek ini dapat digunakan sebagai penambah fungsi dasar, berhubungan dengan produk yang memiliki banyak pilihan dan pengembangannya. Adapun indikator-indikator lain dari dimensi kinerja yaitu produk di bank yang beragam pilihannya seperti pembiayaan.

3. Kehandalan (*Reability*)

Dimensi ini ada hubungannya terkait kemungkinan sebuah produk atau barang fungsinya dapat berjalan dalam penggunaannya atau juga bisa berkaitan dengan probabilitas.

4. Ketahanan (*Durability*)

Ketahanan suatu produk berhubungan dengan refleksi umur ekonomis yang sebagaimana harus ada pergantian, pengukuran itu dinilai dari umur produk atau waktu daya tahan suatu produk biasanya.

5. Keindahan (*Aesthetics*)

Nilai estetika bersifat subjektif dalam karakteristiknya yang berkaitan antara refleksi dari preferensi individual dan pertimbangan pribadi sehingga konsumen berminat membeli karena daya tarik tersendiri.

6. Kualitas Reputasi (*Perceived quality*)

Dimensi ini meliputi dari sisi persepsi atau penilaian konsumen tentang kualitas. Persepsi atau penilain konsumen tersebut berpengaruh dengan reputasi perusahaan dan nama besarnya. Hal ini berarti bahwa dimensi ini terkait masalah reputasi kualitasnya menjadi bagian kesan konsumen terhadap produk.

2.2.2 Kualitas Layanan

Konsep dari kualitas layanan terbagi menjadi 2 (dua) yaitu kualitas (*quality*), dan layanan (*service*), kualitas layanan definisinya jasa dengan mengoptimalkan setiap upaya dalam memenuhi kebutuhan dari pelanggan juga memperhatikan mencapai keinginan pelanggan sesuai permintaan dengan tepat. Definisi kualitas adalah “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*”. Pengertian diatas menjelaskan bahwa kualitas yakni fitur dan karakteristik secara menyeluruh dari salah satu produk maupun jasa yang berguna untuk mencukupi kebutuhan dalam kemampuannya (Farida & Mahfud, 2021).

Tujuan utama dari BTN KCS Malang adalah dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik. Selain itu, Memaksimalkan adanya kualitas layanan yang diberikan kepada setiap pelanggan akan dipastikan tinggi juga dorongan keinginan nasabah untuk percaya atas keputusannya dalam pembelian produk (Fandi, 2019). Sebagaimana dalam Hadits Nabi SAW dijelaskan:

وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ قَالَ: قَالَتْ عَنْهَا اللَّهُ رَضِيَ عَائِشَةُ عَنْ:

أَنَّ عَمَلًا أَحَدُكُمْ عَمِلَ إِذَا يُحِبُّ تَعَالَى اللَّهُ (والبیهقي الطبرني رواه) إِنَّ

يُنْفِقُهُ

Artinya: “Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara profesional”.

Hadits diatas menjelaskan bahwa dalam memberikan kualitas layanan harus secara profesional. Seperti halnya ketika melakukan transaksi, penyedia jasa atau pihak Perbankan Syariah harus mampu memberikan layanan dengan kualitas yang baik agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Definisi kualitas layanan (*Service Quality*) memiliki tujuan sebagai penilaian atau persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima atas produk dan jasa. Sudut pandang buruk atau baiknya kualitas layanan oleh konsumen atau pelanggan terlihat bukan dari penyedia produk dan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dirasakan dan diterima sebagai kualitas yang baik berarti sudah sesuai dengan harapan pelanggan, dan sebaliknya jika kualitas layanan yang diterima tersebut dipersepsikan buruk berarti belum sesuai dengan yang keinginan pelanggan (Najmudin & Putra, 2021). Kinerja layanan menjadi penilaian pelanggan terkait keistimewaan atau keunggulannya sebuah produk atau jasa. pelanggan cenderung mempersepsikan kualitas layanan yang diberikan karyawan untuk mewakili perusahaan. Oleh karena itu, karyawan perlu menunjukkan pemahaman yang baik tentang konsep layanan (Mulazid et al., 2020).

Kualitas yang kurang baik akan menyebabkan suatu ketidakpercayaan pada pelanggan untuk keputusan membeli produk, tidak hanya pelanggan yang datang tersebut namun berdampak juga pada masyarakat. Oleh karena itu, fungsi dari kualitas layanan sendiri merupakan usaha memperbaiki sistemnya layanan agar keberlangsungan bisnis lebih efektif dan realisasi suatu produk atau jasa setelah dibeli. Sekarang ini, perusahaan banyak yang semakin paham arti penting perlunya kualitas layanan mengenai strategi dan menimbulkan kepuasan konsumen ketika membeli produk atau jasa karena adanya rasa nyaman dan percaya. Loyalitas pelanggan yang dimunculkan karena kualitas layanan merupakan faktor yang dinilai penting bagi perkembangan dan menjaga citra atau nama baik perusahaan. Karena konsumen yang kecewa terhadap kualitas layanan akan bercerita kepada orang lain pada produk atau jasa yang disediakan perusahaan. Ditakutkan nantinya calon pelanggan akan menaruh kepercayaan dan keputusan membeli produk atau jasa yang dibutuhkan kepada pesaing (Novia et al., 2020).

Menurut Hamzah & Purwati (2019) kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting tolak ukur penentu keberhasilan suatu bank, tetapi kualitas layanan ternyata sulit sekali untuk dilihat pengaruhnya karena memiliki khas tersendiri pada karakteristiknya. Kualitas layanan menjadi suatu yang dikatakan konseptual sebagai sikap maupun penilaian global, berhubungan dengan layanan yang unggul mempunyai sebutan istilah “*SERVQUAL*”. Secara luas di Indonesia penggunaan skala pengukuran ini pada umumnya

berfungsi menjadi alat instrumen mengukur kualitas layanan. Singkatan “*SERVQUAL*” terdiri pada antara dimensi yang berjumlah 5, sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangibles*)

Dimensi daya tarik fisik ini adalah sebuah pelayanan yang terlihat dari daya tarik terhadap perlengkapan, penampilan dari karyawan, penggunaan material, dan fasilitas fisik. Bagian bukti dari fisik terbagi menjadi empat, yakni:

- a. Fasilitas yang mempunyai daya tarik visual.
- b. Materi-materi mengenai jasa yang berdaya tarik visual.
- c. Penampilan rapi dan profesional dari karyawan.
- d. Peralatan modern yang canggih.

2. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi keandalan ini adalah kemampuan perusahaan yang akurat dalam memberikan pelayanan tanpa adanya kesalahan dan ketepatan waktu sesuai arahan. Bagian dari realibilitas ini terbagi menjadi lima, yakni:

- a. Menyampaikan jasa semenjak pertama kali dengan benar.
- b. Memberikan jasa sesuai perjanjian dengan tepat waktu.
- c. Menyimpan dokumen atau catatan tanpa ada kesalahan.
- d. Menangani masalah jasa pelanggan dengan dapat diandalkan.
- e. Menyediakan jasa dengan perjanjian yang sesuai.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Dimensi daya tanggap ini adalah kesediaan & kemampuan karyawan untuk menyelesaikan permasalahan yang diajukan pelanggan dan memberikan informasi pelayanan guna membantu pelanggan. Bagian dari daya tanggap ini terbagi menjadi empat, antara lain:

- a. Cepat atau segera dalam melayani pelanggan.
- b. Membagikan informasi tentang kepastian waktu penyampaian jasa kepada pelanggan.
- c. Merespon segala permintaan pelanggan penuh kesiapan.
- d. Selalu sedia untuk membantu pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi Jaminan ini adalah perusahaan menjamin perilaku atau sikap para karyawan mampu membangun kepercayaan dari pelanggan dan dapat terciptanya keamanan untuk pelanggannya. Bagian dari jaminan ini terbagi menjadi empat, yakni:

- a. Karyawan selalu bersikap sopan.
- b. Karyawan pintar menjawab semua pertanyaan pelanggan.
- c. Karyawan mampu menciptakan kepercayaan para pelanggan.
- d. Membuat perasaan aman ketika pelanggan bertransaksi berlangsung.

5. Empati (*Emphaty*)

Dimensi empati ini adalah perusahaan memperhatikan para pelanggan setiap *personal*, dapat menampung dan memahami setiap masalah para

pelanggannya memiliki keamanan dalam jam operasi, dan melakukan tindakan demi kepentingan pelanggan. Bagian dari empati ini terbagi menjadi lima, yakni:

- a. Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.
- b. Memberikan perhatian kepada para pelanggan secara individu.
- c. Karyawan yang secara penuh perhatian memperlakukan pelanggan.
- d. Kenyamanan waktu jam kantor (operasi).
- e. Mengutamakan kepentingan pelanggan dengan bersungguh-sungguh.

2.2.3 Keputusan Pembelian KPR

Pengertian suatu keputusan merupakan tindakan memilih suatu hal sesuai dengan pilihan yang dibuat, jika tidak dapat memilih hal dalam pilihan yang dibuat maka dikatakan belum menentukan keputusan. Pembeli harus melewati tahap-tahap agar mencapai keputusan pembelian dengan tahapnya tersebut ada lima, yaitu: mengenal masalah terlebih dahulu, kemudian mencari informasi, mengevaluasi alternatif, memutuskan untuk membeli, perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian juga diartikan tahapan keputusan diambil sebelum membeli serta melibatkan pemilihan jadi tidaknya proses apa yang ingin dibeli dan kegiatan-kegiatan sebelumnya mendapatkan keputusan terakhir sesuai keinginannya pelanggan atau konsumen (Pangastuti et al., 2019).

Konsep kepuasan dan pemenuhan kebutuhan pasti ada perbandingan didalamnya maka perlu dilihat hukum syara'nya yaitu *tahsiniyyah*, *daruriyah*, dan *hajiyyah*. Memprioritaskan kualitas dan manfaat barang untuk dikonsumsi dalam Islam sangat penting karena dapat menciptakan kepuasan pada konsumen. Suatu kualitas produk dan kualitas layanan yang tergolong layak dan unggul dapat dijadikan pertimbangan sebelum memberikan keputusan pembelian. Islam memperhatikan serius sesuatu yang dikonsumsi dengan istilah masalah yang berarti harus ada manfaat didalam suatu yang dikonsumsi, maka sebab itu demi manfaat yang didapat bagi konsumen serta lingkungan sekitar dirinya rela melakukan apapun (Kumala & Anwar, 2020). Seperti dalam firman Allah yakni Q.S Al-Baqarah ayat 168 berbunyi:

يَبَايِعُ طَحْلًا الْأَرْضِ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَأْتِيهَا

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi ...".

Dari ayat diatas menjelaskan mengenai sikap sebagai nasabah transaksi harus bisa menentukan pilihan sebelum melakukan pembelian produk KPR Perbankan Syariah dan tidak boleh terburu-buru. Oleh karena itu, nasabah harus dapat melihat atau menilai kemanfaatan, kehalalan, kebaikan, dan keuntungan yang akan didapat setelah memberikan keputusan pembelian produk atau jasa kepada sebagai pihak Perbankan Syariah.

Pembentukan keputusan tidak semata-mata langsung terjadi karena sebelum pembelian pastinya melewati beberapa prosesnya. Menurut Syamsidar & Soliha (2019) sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah, yaitu suatu proses mengenal suatu masalah maupun kebutuhan dimulai saat pembeli tertarik pada produk.
2. Pencarian informasi, yaitu suatu proses pencarian informasi karena kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen dipengaruhi sebuah kebutuhannya yang harus terpenuhi.
3. Evaluasi alternatif, yaitu suatu proses berfokus pada sejumlah pilihan produk akhir dimana informasi yang didapat konsumen. Evaluasi alternatif juga merupakan informasi telah diproses konsumen dengan tujuan sampai pemilihan pada produk yang diharapkan.
4. Keputusan pembelian, yaitu suatu proses keputusan konsumen atau pelanggan menilai peringkat produk sebelum ditentukan dan niat pembelinya sudah ada kepastian. Demikian keputusan pembelian konsumen atau pelanggan merupakan tindakan pembeli yang cocok dengan produk yang dibutuhkan.
5. Perilaku pascapembelian, yaitu suatu tanda bahwa konsumen atau pelanggan telah mendapat kepuasan atau ketidak puasan terhadap produk yang dibeli.

Munculnya produk KPR merupakan menjadi hadirnya suatu alternatif kepemilikan rumah hunian pribadi atau keluarga sesuai dengan keinginan yang diharapkan dengan tujuan membantu masyarakat. KPR sendiri adalah produk yang dapat membantu masyarakat keluaran dari lembaga perbankan sebagai salah satu bentuk jasa pembangunan rumah yang baru maupun bekas. Mewujudkan keinginan masyarakat sesuai rata-rata pendapatannya untuk memiliki aset atas kebutuhan konsumen maka dibuatlah produk KPR tersebut. Produk KPR akhirnya mulai dikembangkan pada lembaga perbankan syariah ikut serta mengeluarkan dengan menawarkan berbagai keunggulan dan kelebihan yakni produk-produk KPR Syariah. Demikian menjelaskan bahwa lembaga perbankan syariah telah banyak yang mengeluarkan produk KPR Syariah sebagai produk utama atau unggulan (Qorizah & Prabowo, 2019).

Menurut Hurriyah & Rahmawati (2022) berdasarkan jenis program dan jenis-jenis KPR secara umum terbagi menjadi dua antara lain, yaitu:

1. KPR Subsidi merupakan KPR yang berasal dari program pemerintah tetapi dibuat oleh bank, dengan tujuan membantu proses pembelian atau pemilikan rumah sederhana dengan untuk masyarakat menengah kebawah. Berdasarkan Undang-Undang No. 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman, kebijakan kemudahan maupun bantuan perolehan dan pembangunan rumah mendukung masyarakat yang rendah penghasilannya mendapatkan kepemilikan rumah. Perumahan Rakyat Republik Indonesia dan Kementerian Pekerjaan

Umum membuat program yang ditujukan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR), cicilan ringan, dan suku bunga rendah dan cicilan ringan untuk pembelian dan pemilikan rumah sejahtera susun dan rumah sejahtera tapak.

2. KPR Non Subsidi merupakan sebuah produk KPR yang jumlah pembiayaannya diputuskan melalui kebijakan bank yang bersangkutan dengan memperhatikan ketentuan berlakunya peraturan undang-undang, ditujukan untuk semua masyarakat produk tersebut. Pihak developer menyediakan harga jual pembelian rumah belum jadi (*indent*), pembelian rumah baru atau *second*, maupun *take over* kredit dari bank lain kepada konsumen KPR Non Subsidi.

BTN Syariah atau Bank Tabungan Negara yang berlandaskan prinsip syariah merupakan suatu bank yang terkenal mempunyai produk KPR sebagai hal yang diunggulkan. Sejalan dengan visi BTN Syariah yang berbunyi “menjadi bank yang terdepan dalam pembiayaan perumahan”. Pada Unit Usaha Syariah (UUS) BTN Syariah memiliki produk KPR berjumlah tiga jenis, antara lain seperti KPR BTN iB, KPR BTN Indent BTN iB dan KPR Bangun Rumah BTN iB. Semua produk KPR di BTN Syariah dalam prosesnya pastinya berdasarkan akad syariah dari awal perjanjian hingga terealisasinya produk, serta pembiayaannya menggunakan model angsuran tetap sampai lunas. Selain hal itu, terdapat juga perlindungan asuransi jiwa

dan kebakaran sebagai jaminan bagi masyarakat (Thulusia & Khusnudin, 2019).

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian KPR

Menurut Arianti & Rahmawati (2020) mendefinisikan pengertian kualitas suatu produk merupakan sifat, keadaan fisik, dan fungsi sebuah produk berhubungan pada kebutuhan dapat terpenuhi maupun keinginannya bagi konsumen sesuai nilai uang yang telah di bayarkan dengan hasil memuaskan.

Terdapat hubungan yang erat kualitas produk berkenaan keputusan pembelian, karena aspek pertimbangan konsumen salah satunya yakni kualitas produk ketika pembelian akhirnya dilakukan. Baiknya kualitas pada akhirnya menumbuhkan dari konsumen rasa percaya yang tinggi dengan memimbulkan sikap yang loyal terhadap produk dari konsumen tersebut juga. Pemberian kesesuaian kualitas wajib dilakukan perusahaan dengan melakukan perhatian khusus secara umum mengenai standar-standar kualitas yang akan dipandang demi keinginan serta kebutuhan konsumen. Hal tersebut dimaksudkan agar pemberian kualitas dari BTN KCS Malang dibandingkan Perbankan Syariah saingannya tidak akan kalah (Suari, 2019).

2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR

Menurut Ulfa & Sulistyorini (2018), pengertian kualitas layanan yaitu setiap kegiatan atau tindakan dari pihak tertentu sebagai penawaran kepada

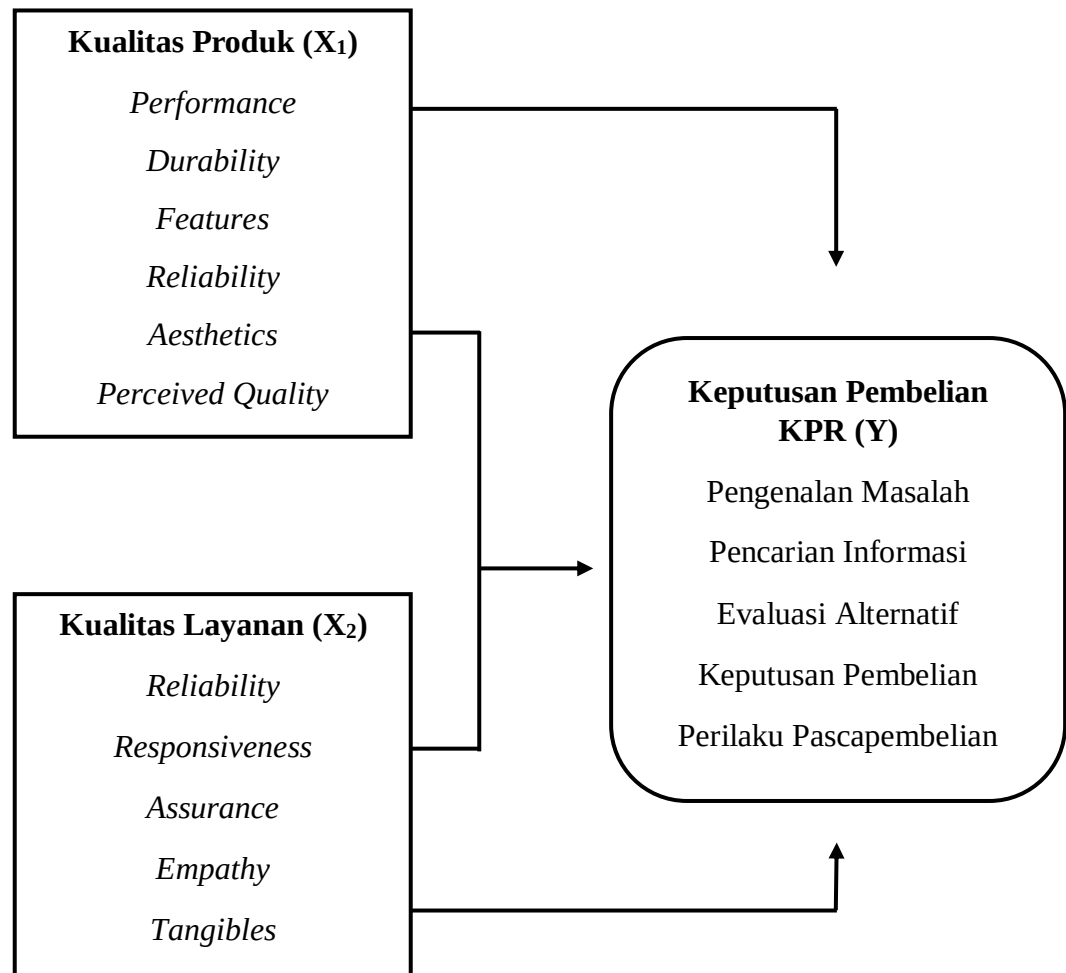
lain pihak, dengan dasarnya tidak mempunyai wujud dan kepemilikan tidak ada kaitannya sama sekali.

Jika dihubungkan dengan keputusan pembelian KPR maka ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan perasaan nyaman dan harapan konsumen terpenuhi ketika ingin membeli produk KPR di BTN KCS Malang. Konsumen akan sepenuhnya percaya terhadap pelayanan produk yang dibeli sesuai pesanan dari segi bentuk dan ketepatan waktunya. Kemudian jika kualitas layanan tidak memberikan rasa nyaman dan tidak terpenuhinya harapan, konsumen tersebut akan memilih pembelian produk KPR ke Bank Syariah yang lain (Nasution & Lesmana, 2018).

2.4 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah teori yang menghubungkan berbagai faktor setelah melalui proses identifikasi sebagai masalah bersifat penting dengan bentuk model konseptual. Secara teoritis kerangka berfikir menjelaskan suatu hubungan antar variabel yakni independen dan dependen (Tanasyah & Putrawan, 2022).

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara atau dugaan dari rumusan masalah penelitian berbentuk kalimat pertanyaan yang telah dinyatakan sebelumnya. Terdapat hipotesis yang muncul dalam penelitian ini, antara lain:

1. Hipotesis terkait dengan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian KPR pada BTN KCS Malang.

Terdapat penelitian mengenai Kualitas Produk yang dilakukan oleh Suari (2019), Yanto (2020), dan Sari et al. (2021), terdapat penjelasan jika Kualitas Produk signifikan pengaruhnya berkenaan Keputusan Pembelian KPR. Disisi lain Hidajat & Setiawan (2022) menyebut mengenai Kualitas Produk tidak signifikan pengaruhnya berkenaan Keputusan Pembelian KPR. Maka dari hal itu peneliti mengajukan hipotesis terkait variabel Kualitas Produk (X_1) pengaruhnya dengan Keputusan Pembelian KPR yakni:

H_1 = Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang.

2. Hipotesis terkait dengan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian KPR pada BTN KCS Malang.

Terdapat beberapa penelitian terkait hal tersebut, diantaranya Hamzah & Purwati (2019), Adawiyah & Widyananto (2020), dan Najmudin & Putra (2021) menyebut mengenai Kualitas Layanan signifikan pengaruhnya berkenaan Keputusan Pembelian KPR. Tetapi, Safitri et al. (2022) menjelaskan bahwa Kualitas Layanan tidak signifikan pengaruhnya

berkenaan Keputusan Pembelian KPR. Maka dari hal tersebut peneliti mengajukan hipotesis terkait Kualitas Layanan (X_2) pengaruhnya dengan Keputusan Pembelian KPR yakni:

H_2 = Kualitas Layanan ada pengaruhnya berkenaan Keputusan Pembelian KPR di BTN KCS Malang.

3. Hipotesis terkait dengan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian KPR pada BTN KCS Malang.

Terdapat penelitian Hasanah (2019), Novia et al. (2020), dan Pramudani & Fithria (2021) menyebutkan bahwa ada pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian KPR. Pendapat lain Wanuri et al. (2022) yang mengungkapkan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian KPR. Adapun hipotesis (H_3) yang diajukan peneliti adalah:

H_3 = Kualitas Produk & Kualitas Layanan ada pengaruhnya berkenaan keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini yakni kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan memakai angka, mulai dari data yang dikumpulkan, penerjemahan terhadap data, serta hasil yang ditampilkan. Penelitian ini juga dihubungkan pada variabel penelitian dengan memfokuskan setiap masalah-masalah terkini maupun sedang terjadinya fenomena pada saat sekarang berbentuk penelitian berupa angka-angka hasilnya yang mempunyai arti (Jayusman & Shavab, 2020).

Adapun pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Definisi deskriptif yaitu statistik yang bertugas menganalisis dan mengelompokkan data serta angka, agar mampu menggambarkan secara jelas, ringkas, dan tertata rapi. Berkenaan sesuatu keadaan, gejala atau peristiwa, sehingga dapat menarik kesimpulan, pengertian dan juga makna tertentu (Sholikhah, 2016).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih sebagai objek adalah Bank BTN KCS Malang dengan alamat Jl. Jaksa Agung Suprpto No.87, Rampal Celaket, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65111, Indonesia. Peneliti memilih objek penelitian ini

karena sudah diketahui bahwa sejauh ini perbankan syariah telah membantu memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia. Selain itu, di BTN KCS Malang ini terkenal dengan produk KPR yang dapat memfasilitasi nasabah dalam pembangunan rumah yang sudah jadi atau rumah baru. Hal ini yang mendasari mengenai pemanfaatan adanya produk tersebut benar-benar dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat masyarakat ingin mengajukan KPR di BTN KCS Malang sebagai penyedia jasa (Thulusia & Khusnudin, 2019).

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yaitu data secara menyeluruh yang dibutuhkan dalam waktu serta ruang lingkup tertentu oleh peneliti. Populasi berhubungan pada data-data, apabila data telah diberikan oleh seorang manusia, maka ukuran atau banyaknya populasi sesuai dengan banyaknya manusia (Haryanti, 2021).

Tujuan penelitian ini berfungsi mengetahui variabel Kualitas Produktif dan Kualitas Layanan apakah berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian KPR dengan populasi yang akan digunakan diambil dari seluruh nasabah BTN KCS Malang. Karena populasi terdiri atas subjek yang ditetapkan oleh peneliti serta mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu untuk diteliti agar dapat ditarik kesimpulan.

Menurut Swarjana (2021) sekumpulan kasus yang dipilih dari populasi yang besar dengan tujuan dapat memperkirakan suatu karakteristik dari populasi yang lebih besar tersebut. Jika besarnya populasi dan peneliti tidak mampu mempelajari,

semua peneliti dapat menggunakan sampel atau sebagian nasabah pelanggan KPR sejumlah 220 pada tahun 2020 - 2022 di BTN KCS Malang. Sampel yang dapat dipelajari semuanya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Pengambilan sampel dari populasi harus benar-benar sudah mewakili. Biasanya untuk mengetahui penggunaan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu metode pengambilan sampel *Slovin* yakni sebagai berikut (Anita et al., n.d.) :

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

$(e)^2$ = *margin of error* / nilai kritis (batas ketelitian)

Diketahui:

$N = 220$

$e = 5\%$ atau 0,05

Maka, $n = 220 / (1 + (220 \times (0,05)^2))$

$= 220 / (1 + (220 \times 0,0025))$

$= 220 / (1 + 0,55)$

$n = 220 / 1,55 = 141,9$ dibulatkan jadi 142

Berdasarkan perhitungan untuk mengetahui jumlah sampel dengan menggunakan rumus *slovin* diperoleh nilai 142 setelah dibulatkan dari 141,9. Hal ini menjadi dasar bahwa pada penelitian ini membutuhkan sampel sebanyak 142 nasabah untuk pengambilan dan pengelolaan datanya dengan judul “Kualitas

Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR Pada BTN KCS Malang”.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian ini memakai *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu. Sampel menggunakan data sebagian nasabah BTN KCS Malang dan jumlah observasi atau penggunaan responden penelitian ini adalah 142 yang diperoleh dari perhitungan rumus *slovin*. Data tersebut diperoleh dari survei langsung yang dilakukan di BTN KCS Malang (Maharani & Bernard, 2018).

3.5 Data dan Jenis Data

Data didapat dari pengukuran nilai variabel berjumlah satu atau lebih pada populasi (sampel). Penelitian ini berguna melihat lebih jelas yang tergambar dari adanya permasalahan tertentu. Oleh karena itu, peneliti memilih jenis data primer yang datanya tersebut bersumber dari sebagian nasabah KPR BTN KCS Malang. Keterangan yang jelas mengenai sebuah masalah bagi peneliti sangat diperlukan, karena tidak adanya kejelasan masalah menjadikan penyelesaian yang sulit. Jenis data penelitian ini yakni data primer yang digunakan berasal dari kuisioner yang disebarkan kepada para nasabah yang datang di BTN KCS Malang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berguna melihat Kualitas Produk dan Kualitas Layanan apakah berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian KPR dibutuhkan data primer untuk mendapatkan data dari nasabah BTN KCS Malang langsung. oleh sebab itu, peneliti memakai kuisisioner sebagai teknik pengumpulan datanya. Kuisisioner disebut juga angket adalah teknik yang diterapkan untuk mengumpulkan data, caranya menyebarkan pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden yang diharuskan menjawab. Biasanya penggunaan kuisisioner ini sangat tepat jika responden cukup banyak jumlahnya dan dari berbagai wilayah. Angket (kuisisioner) yaitu sebuah teknik pengumpulan informasi atau data atau melalui pertanyaan-pertanyaan dalam formulir ditujukan ke seseorang atau sekelompok orang dalam suatu kumpulan atau organisasi untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan yang akan dianalisis oleh pihak yang memiliki suatu tujuan tertentu. Melalui kuisisioner, pihak yang membutuhkan informasi atau data dapat mempelajari hasil timbal balik yang diberikan oleh responden dan berupaya mengukur apa yang bisa ditemukan dalam proses pelaksanaan pengisian kuisisioner, selain itu juga untuk menentukan seberapa luas atau terbatasnya sentimen yang disampaikan dalam suatu kuisisioner (Cahyo & Riana, 2019).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu penjelasan lebih jelasnya dari definisi variabel penelitian secara keseluruhan. Penelitian ini terdapat penggunaan

batasan operasional yakni variabel independen (X) atau variabel yang memiliki pengaruh berubahnya variabel dependen (Y) (Irawan et al., 2015). Definisi Operasional Variabel dalam penelitian ini yakni kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian KPR di BTN KCS Malang. Dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengertian keputusan pembelian yaitu tahap ketika dari pihak pembeli suatu barang atau produk maupun jasa telah memastikan dan menentukan pilihannya dan	Menurut Kotler & Keller (2016): • Pengenalan Masalah • Pencarian Informasi • Evaluasi Alternatif • Keputusan Pembelian	• Pengenalan Masalah, yaitu awal dari timbulnya masalah pada pembeli. Kemudian muncul kesadaran pembeli adanya yang diinginkan maupun dibutuhkan dengan kenyataan. Rangsangan <i>internal</i>

	melakukan pembelian dengan memenuhi syarat-syarat tertentu kemudian dikonsumsi (Supangkat, 2017).	• Perilaku Pascapembelian (Putri et al., 2021).	seseorang pada kebutuhan umum biasanya yang menimbulkan kebutuhan tersebut atau rangsangan pihak luar (<i>external</i>). • Pencarian Informasi, yaitu biasanya dorongan konsumen untuk kebutuhannya, atau tidak ada kelanjutan mencari informasi. Para pemasar memberikan sumber-sumber informasi pokok yang dilihat konsumen sebagai bentuk perhatian serta rangkaian
--	--	---	---

			keputusan pembelian terpengaruh oleh informasi atau tidak. • Evaluasi Alternatif, yaitu keharusan yang dilakukan konsumen dalam meneliti berbagai alternatif pada tahap selanjutnya yang ditentukan. Pemberian bobot nilai yang berbeda dari konsumen terhadap setiap produk sesuai kebutuhan. • Keputusan Pembelian, yaitu keputusan sebelum membeli, biasanya
--	--	--	---

			konsumen memilih beberapa <i>merk</i> sebagai pilihan yang dikelompokkan sekaligus membulatkan niat pembeliannya. Kemudian konsumen memunculkan pilihannya sesuai kesukaan terhadap <i>merk</i> tertentu, tetapi ada pengaruh dari dua faktor, seperti halnya keputusan pembelian dan juga minat pembelian. • Perilaku Pascapembelian, yaitu penentuan sesuai pengalaman
--	--	--	--

			terkait tahapan konsumen sesudah mengkonsumsi pembelian dari produk yang telah dipilih (Putri et al., 2021).
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk mempunyai definisi suatu bentuk evaluasi kinerja produk yang baik secara keseluruhan dari pelanggan. Kualitas produk juga dapat dikatakan sebagai karakteristik produk atau jasa	Menurut Kotler dalam Daga (2017): • Kinerja (<i>Performance</i>) • Daya Tahan (<i>Durability</i>) • Fitur (<i>Features</i>) • Kehandalan (<i>Reliability</i>) • Estetika (<i>Aesthetics</i>) • Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	• Kinerja, yaitu karakteristik operasi dari produk KPR • Daya Tahan, yakni hubungan seberapa lama dapat digunakannya produk KPR. • Fitur, yakni perlengkapan (karakteristik sekunder) produk KPR.

	yang mampu berkaitan atas pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan impilakasi dan pernyataan (Supangkat, 2017).	(Siburian & Za, 2016).	• Kehandalan, yakni sedikitnya resiko kerusakan atau tidak dapat dipakainya produk KPR • Estetika, yakni pemenuhan desain karakteristik dan tindakan sesuai standar-standar operasi yang ditetapkan sejak awal adanya produk KPR. • Kesan Kualitas, yakni meliputi kompetensi rasa nyaman yang cepat, mudah direprasasi dan menangani segala keluhan yang memuaskan pastinya
--	--	-----------------------------------	--

			pada produk KPR (Siburian & Za, 2016).
Kualitas Layanan (X ₂)	Pengertian kualitas layanan merupakan segala upaya pemenuhan atas apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, serta penyampaian yang tepat sesuai harapan pelanggan (Septiani et al., 2020).	Menurut Kotler & Keller (2016): • Kehandalan (<i>Reliability</i>) • Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) • Keyakinan atau Jaminan (<i>Assurance</i>) • Perhatian (<i>Empathy</i>) • Tampilan Fisik atau Berwujud (<i>Tangibles</i>) (Patria & Amatiria, 2017).	• Kehandalan, yaitu kemampuan BTN KCS Malang melayani secara tepat/akurat dari awal tanpa mengecewakan serta kesesuaian kesepakatan penyampaian jasa. • Ketanggapan, yaitu kesediaan kemampuan para karyawan BTN KCS Malang membantu semua pelanggan dan permintaan pelanggan selalu direspon, serta

			memberikan informasi setiap waktu dan kecepatan jasa yang diberikan. • Keyakinan atau Jaminan, yaitu sikap yang menciptakan rasa aman serta kepercayaan dari para karyawan bagi pelanggan terhadap BTN KCS Malang. • Perhatian, yaitu upaya BTN KCS Malang paham segala masalah pelanggannya dan demi kepentingan pelanggan mampu bertindak.
--	--	--	--

			• Tampilan Fisik atau Berwujud, yakni termasuk fasilitas dalam daya tarik tertentu, fisik/bentuk asli, perlengkapan sesuai, material yang dipakai BTN KCS Malang serta penampilan dari karyawannya (Patria & Amatiria, 2017).
--	--	--	---

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

3.8 Analisis Data

Pengertian analisis data adalah upaya dalam mencari dan menata data yang diperlukan secara sistematis atau terstruktur dari perolehan dengan melakukan wawancara, catatan hasil observasi, dan cara lainnya sebagai bentuk peningkatan atas pemahaman peneliti tentang kasus yang sedang diteliti menjadi temuan baru dan disajikan kepada orang lain. Adapun analisis juga diperlukan sebagai tahapan selanjutnya yang berguna dalam pencarian makan untuk meningkatkan pemahaman tersebut (Rijali, 2019).

3.8.1 Uji Kualitas Data

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu pengujian yang mempunyai fungsi untuk dapat mengetahui sebuah alat ukur tersebut valid maupun tidak valid. Disini alat ukur yang dimaksudkan yaitu kuisioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan. Dikatakan valid suatu kuisioner itu pertanyaan-pertanyaan yang didalamnya dapat mengungkapkan sesuatu ketika diukur oleh kuisioner tersebut. Seperti halnya jika ingin mengukur Keputusan Pembelian, melihat tingkat adanya keputusan pembelian caranya berarti konsumen atau pelanggan diberi beberapa pertanyaan, maka pertanyaan yang diajukan tersebut harus sesuai dalam mengungkapkan bagaimana keputusan pembelian. Uji pengukuran validitas terbagi menjadi dua macam yakni pertama, menguji skor butir pertanyaan per item dengan total item yang dikorelasikan. Kedua, menguji masing-masing skor indikator item dengan total skor konstruk yang dikorelasikan (Janna & Herianto, 2021).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu pengujian yang berguna menghitung reliabilitas model yang memperlihatkan munculnya indikator-indikator dengan adanya derajat kesesuaian dalam satu model satu dimensi yang baik. Reliabilitas juga merupakan ukuran indikator-indikator suatu konstruk dalam konsistensi internal yang menunjukkan derajat diperhitungkan setiap indikator tersebut

memberikan sebuah konstruk laten bersifat umum. Berikutnya reliabilitas yakni *Varian Extracted* sama dengan atau besar diatas 0,5. Semakin tingginya ketentuan nilai menunjukkan bahwa indikator-indikator secara benar sudah mewakili pengembangan konstruk laten (Lumintang, 2015).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bentuk pengujian yang memiliki tujuan melihat model apakah terdistribusi normal pada residual atau variabel pengganggu. Adanya suatu residual akan terdistribusi secara normal jika terdapat normalitas (Purwanti & Dewi, 2014). Uji Normalitas merupakan berguna menguji nilai dalam sebuah model regresi linier berganda terkait dan kedua variabel bebas terdistribusi normal maupun tidak. Penggunaan uji Kolmogorov-Smirnov sangat cocok sebagai pedoman keputusan yang diambil pada uji normalitas yakni jika signifikan (nilai Sig) > 0,05 berarti distribusinya yaitu normalitas (simetris). (Tindige & Sepang, 2018).

3.8.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas adalah alat ukur pengujian model regresi untuk menemukan apakah antar variabel independen terdapat kesempurnaan kolerasi atau korelasi yang tinggi. Kemudian jika terjadinya multikolinearitas sempurna antar variabel independen, maka nilai *standard error* menjadi tak terbatas dan

tidak dapat ditentukan koefisien regresi variabel independent. Biasanya yang berguna mendeteksi adanya multikolinearitas menggunakan besaran (*quality*) yakni faktor inflasi ragam (VIF / *Variance Inflation Factor*). Penggunaan VIF sebagai kriteria pada regresi linier untuk mendeteksi multikolinearitas dengan variabel bebas yang dilibatkan lebih dari dua. Jika nilai VIF > 10 berarti ada identifikasi secara serius masalah (Mardiyanti et al., 2012).

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu uji bertujuan untuk melihat terjadi ketidaksamaan varian pada residual dalam suatu model regresi dari pengamatan satu dengan pengamatan lain. Apabila varian pada residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lain sama, berarti menjadi homoskedastisitas. Namun, apabila berbeda hasil variannya dikatakan heteroskedastisitas. Cara mengetahui gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini ada atau tidak memakai metode *Sperman Rank Correlation*. Kemudian, jika pengujian hasilnya diperoleh $> \alpha = 5\%$ berarti heteroskedastisitas tidak ada. (Hendra, 2020).

3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda yaitu suatu pengujian analisis regresi sebagai pengetahuan tidak atau adanya hubungan antara variabel dependen maupun sebagai perubah respon dengan pengaruh dari jumlah yang lebih dari satu faktor prediktor ataupun variabel independen. Jika sebuah kelas atau hasil yang

dikeluarkan berbentuk numerik, dan atribut keseluruhannya yakni numerik, teknik yang cocok sebagai penyelesaian masalah berarti analisis regresi linear (Triyanto et al., 2019). Berikut rumus regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{KualitasProduk}_{it} + \beta_2 \text{KualitasLayanan}_{it} + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian KPR

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisiensi regresi dari variabel X_1 (Kualitas Produk)

β_2 = Koefisiensi regresi dari variabel X_2 (Kualitas Layanan)

e = Variabel pengganggu

3.8.4 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi yaitu pengujian dengan fungsi mengukur kemampuannya seberapa jauh model variasi variabel independen dapat dijelaskan. Terdapat kelemahan koefisien determinasi secara dasar yakni subjektif akan jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Jika setiap ada satu penambahan variabel independen, maka pasti ada peningkatan r^2 meskipun secara signifikan variabel tersebut berpengaruh berkenaan variabel dependen (Sahir & Tarigan, 2016). Terdapat rumus koefisien determinasi yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Koefisien Korelasi

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji t

Uji t adalah pengujian yang berguna mendalami pengaruh maupun hubungan yang berarti (signifikan) antara variabel bebasnya yakni (Kualitas Produk dan Kualitas Layanan) secara parsial terhadap variabel terikatnya yakni (Keputusan Pembelian KPR) ada atau tidak. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan pada uji t adalah $t_{tabel} \geq t_{hitung}$, H_0 diterima serta jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, jadinya H_1 diterima. Perlu dilihat juga jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), jadinya H_0 diterima H_1 ditolak dan apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05), jadinya H_0 ditolak H_1 diterima. (Winarno, 2019).

3.8.5.2 Uji F

Uji F menurut Maabuat (2016) berfungsi sebagai pengujian secara keseluruhan hubungan signifikansi antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, jadinya H_1 diterima atau tandanya variabel bebas secara bersama-sama maupun serentak variabel terikatnya dapat diterangkan. Tetapi jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, jadinya H_0 diterima atau tandanya variabel bebas secara

bersama-sama terhadap variabel terikat tidak terlihat pengaruhnya. Cara agar signifikan diketahui atau secara bersama-sama tidak ada pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat biasanya menggunakan *probability* senilai 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria keputusan yang diambil pada pengujian ini yakni antara lain:

- 1) $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ jadinya H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel bebasnya (Kualitas Produk dan Kualitas Layanan) tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian KPR).
- 2) $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ jadinya H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebasnya (Kualitas Produk dan Kualitas Layanan) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian KPR).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini memilih objek dari salah satu bank syariah yang terdapat di kota Malang yakni BTN KCS Malang pada tahun 2020 – 2022. Pada periode ini telah mencapai jumlah nasabah produk KPR yang cukup banyak sebesar 220, kemudian dilakukan *purposive sampling* maka diperoleh sampel sebanyak 142 nasabah KPR dengan menggunakan rumus slovin dengan kriteria yang terpenuhi dalam penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian yakni data primer dengan sumber data tersebut berasal dari sebagian nasabah KPR BTN KCS Malang yang menjadi sampel berupa data pernyataan dari Kualitas Produk (*Quality Product*), Kualitas Layanan (*Quality Service*), dan keputusan Pembelian KPR. Penggunaan data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner yang berisikan pernyataan atau pertanyaan yang ditujukan secara tertulis kepada responden yang telah ditentukan. Berikut ini mengenai profil singkat dari BTN KCS Malang yang dipilih sebagai objek penelitian ini.

Tabel 4.1

Profil BTN KCS Malang

Nama	Tahun Berdiri	Bidang	Keterangan
BTN KCS Malang	14 Februari 2005	Lembaga Keuangan	Alamat lokasi berada di Jl. Jaksa Agung Suprpto No.87, Rampal Celaket, Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65111, Indonesia. Kantor cabang syariah ini melayani para nasabahnya dengan berbagai layanan bank BTN seperti simpanan pinjaman, pembuatan akun rekening, transfer dana, pengecekan kurs, setor tunai, penarikan langsung, hingga pengajuan kredit. Selain itu, bank BTN Syariah juga memiliki banyak

			produk lain seperti program KPR bank BTN dan layanan internet banking (<i>mobile banking</i>) untuk mendukung aktivitas nasabah yang menggunakan <i>mobile/smartphone</i> .
--	--	--	---

Sumber: Bank Tabungan Negara Syariah KC Malang

4.2 Deskriptif Responden

Penelitian ini respondennya sebanyak 142 nasabah KPR di BTN KCS Malang. Penelitian ini sebagai bentuk mengetahui dapat dilihatnya responden dilihatnya pada penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan paling akhir, pekerjaan, serta pendapatan perbulan. Hal ini akan dijelaskan pada tabel dan interpretasi dibawah ini.

4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia

Sesuai hasil yang didapat ternyata responden berusia 20 – 30 tahun sejumlah 67 orang (47,2%), responden usia sekitar 31 - 40 tahun sejumlah 50 orang (35,2%), responden pada usia 41 - 50 tahun sejumlah 20 orang (14,1%), dan responden paling tua di usia > 50 tahun sejumlah 5 orang (3,5%). Rata-rata responden yaitu

nasabah KPR di BTN KCS Malang berusia 20 - 30 tahun. Adapun identitas responden terkait usia terlihat di tabel 4.2 dibawah:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	67	47,2	47,2	47,2
	31 - 40 tahun	50	35,2	35,2	82,4
	41 - 50 tahun	20	14,1	14,1	96,5
	> 50 tahun	5	3,5	3,5	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

4.2.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Sesuai hasil yang didapatkan respondennya sebagian besar yakni para nasabah KPR di BTN KCS Malang merupakan laki-laki, yaitu sejumlah 96 orang (67,6%) serta bagian lain pastinya perempuan, yaitu sejumlah 46 orang (32,34%). Adapun identitas dari responden terkait jenis kelamin terlihat di tabel 4.3 dibawah:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	96	67,6	67,6	67,6
	Perempuan	46	32,4	32,4	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Pada Tabel 4.3 berisikan klasifikasi jenis kelamin para nasabah KPR di BTN KCS Malang kaum laki-lakinya tidak mendominasi, walaupun lebih banyak kelihatannya, yakni 96 orang (67,6%).

4.2.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sesuai hasil yang diperoleh pada responden yaitu nasabah KPR di BTN KCS Malang memiliki pendidikan berakhiran S3 sejumlah 10 orang (7%), memiliki riwayat akhir pendidikan S2 sejumlah 10 (7%), responden memiliki jenjang akhir pendidikan S1 sejumlah 39 orang (27,5%), kemudian pendidikan terakhirnya Diploma sejumlah 13 orang (9,2%), pendidikan terakhir SLTA/SMA/MA sebanyak 50 orang (35,2%), selanjutnya pendidikan terkahir SLTP/SMP/MTs

sebanyak 16 orang (11,3%), dan pendidikan terakhir SD/MI sebanyak 4 Orang (2,8%). Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa rata-rata nasabah KPR di BTN KCS Malang memiliki pendidikan terakhir SLTA/SMA/MA. Adapun identitas responden terkait pendidikan terakhir terlihat di tabel 4.4 dibawah:

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S3	10	7,0	7,0	7,0
	S2	10	7,0	7,0	14,1
	S1	39	27,5	27,5	41,5
	Diploma	13	9,2	9,2	50,7
	SLTA/SMA/MA	50	35,2	35,2	85,9
	SLTP/SMP/MTs	16	11,3	11,3	97,2
	SD/MI	4	2,8	2,8	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

4.2.4 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

Sesuai data yang didapat bahwa responden diketahui antaranya nasabah KPR di BTN KCS Malang bekerja menjadi PNS/Polri/TNI sejumlah 28 orang (19,7%), responden bekerja menjadi wiraswasta sejumlah 40 orang (28,2%), responden bekerja dibidang wirausaha sejumlah 47 orang (33,1%), kemudian responden memiliki pekerjaan petani sejumlah 6 orang (4,2), responden menjadi pelajar/mahasiswa sejumlah 17 orang (12%), selanjutnya ada sebagai manager sebanyak 1 orang (0,7%) dan yang bekerja freelance sebanyak 1 orang (0,7%). Jadi, diketahui rata-rata responden tersebut datanya bekerja dibidang wirausaha. Identitas responden terkait pekerjaan terlihat di tabel 4.5 dibawah:

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/POLRI/TNI	28	19,7	20,0	20,0
	Wiraswasta	40	28,2	28,6	48,6
	Wirausaha	47	33,1	33,6	82,1
	Petani	6	4,2	4,3	86,4

	Pelajar/Mahasiswa	17	12,0	12,1	98,6
	Manager	1	,7	,7	99,3
	Freelance	1	,7	,7	100,0
	Total	140	98,6	100,0	
Missing	System	2	1,4		
Total		142	100,0		

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

4.2.5 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Sesuai hasil yang diketahui mengenai responden yang berpendapatan bulanan < Rp.1.000.000 sejumlah 13 orang (9,2%), responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp.1.000.000 – Rp.5.000.000 sejumlah 58 orang (40,8%), responden dengan pendapatan perbulan Rp.5.000.000 – Rp.10.000.000 sejumlah 50 orang (35,2%), pendapatan responden perbulan Rp.10.000.000 – Rp.25.000.00 sejumlah 10 orang (7%) dan responden yang memiliki pendapatan perbulan > Rp.25.000.000 sebanyak 11 orang (7,7%). Rata-rata responden yaitu nasabah KPR di BTN KCS Malang pendapatan yang dimiliki perbulan kisaran Rp.1.000.000 – Rp.5.000.000. Adapun identitas responden terkait pendapatan perbulan terlihat di tabel 4.6 dibawah:

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	13	9,2	9,2	9,2
	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	58	40,8	40,8	50,0
	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	50	35,2	35,2	85,2
	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000	10	7,0	7,0	92,3
	> Rp. 25.000.000	11	7,7	7,7	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

4.3 Deskriptif Variabel

Statistik pengukuran deskriptif variabel ini dibutuhkan agar gambaran data dapat dilihat secara umum seperti rata-rata nilai (*Mean*), paling rendah (*Min*), paling tinggi (*Max*), serta standar deviasi pada semua variabel yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas Layanan (X_2), dan Keputusan Pembelian KPR (Y)

(Charisma & Dwimulyani, 2019). Uji statistik deskriptif variabel terlihat di tabel 4.7 dibawah:

Tabel 4.7
Hasil Uji Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	142	6,00	30,00	23,6408	4,26156
Kualitas Layanan	142	5,00	25,00	19,9577	3,61414
Keputusan Pembelian KPR	142	5,00	25,00	20,0493	3,55968
Valid N (listwise)	142				

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menjelaskan hasil uji deskriptif variabel, dapat dijelaskan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Produk (X_1), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 6 sedangkan maksimum nilainya 30, kemudian rata-rata nilainya 23,6408 serta standar deviasi data yaitu 4,26156.

- b. Variabel Kualitas Layanan (X_2), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 5 sedangkan maksimum nilainya 25, kemudian rata-rata nilainya 19,9577 serta standar deviasi data yaitu 3,61414.
- c. Variabel Keputusan Pembelian KPR (Y), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 5 sedangkan maksimumnya bernilai 25, kemudian rata-rata nilainya 20,0493 serta standar deviasi data yaitu 3,55968.

4.4 Uji Kualitas Data

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas diukur menggunakan uji statistika *pearson product moment* melalui korelasi antara skor tiap pernyataan yang digunakan dengan skor total dari seluruh pertanyaan. Pengujian korelasi pearson berdasar pada hasil pernyataan sudah valid pada kuesioner jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$. Nilai R_{tabel} untuk sejumlah 140 sampel adalah 0,164. Jika nilai $R_{hitung} < \text{nilai } R_{tabel}$ berarti tidak dianggap valid pernyataan tersebut dan tidak dapat dipakai (Alfian & Putra, 2017). Uji validitas kuesioner hasilnya terlihat di tabel 4.8 dibawah:

Tabel 4.8**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Uji Validitas			
	Indikator	Person Correlation	Sig	Ket
Kualitas Produk (X ₁)	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	0,676	0,000	Valid
	2. Daya Tahan (<i>Durability</i>)	0,729	0,000	Valid
	3. Fitur (<i>Features</i>)	0,730	0,000	Valid
	4. Kehandalan (<i>Reliability</i>)	0,752	0,000	Valid
	5. Estetika (<i>Aesthetics</i>)	0,747	0,000	Valid
	6. Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	0,773	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X ₂)	1. Kehandalan (<i>Reliability</i>)	0,727	0,000	Valid
	2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	0,716	0,000	Valid
	3. Keyakinan atau Jaminan (<i>Assurance</i>)	0,729	0,000	Valid
	4. Perhatian (<i>Empathy</i>)	0,738	0,000	Valid

	5. Tampilan Fisik atau Berwujud (<i>Tangibles</i>)	0,770	0,000	Valid
Keputusan Pembelian KPR (Y)	1. Pengenalan Masalah	0,743	0,000	Valid
	2. Pencarian Informasi	0,707	0,000	Valid
	3. Evaluasi Alternatif	0,744	0,000	Valid
	4. Keputusan Pembelian	0,793	0,000	Valid
	5. Perilaku Pascapembelian	0,684	0,000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Sesuai isi tabel 4.8, pengujian validitas instrumen hasilnya terhadap pernyataan sejumlah 16 item menunjukkan bahwa pernyataan 16 item tersebut semuanya valid dengan nilai korelasi $> 0,164$.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan dengan analisis Alpha Cronbach yang dipakai. Jika yang ditunjukkan suatu variabel nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ berarti kesimpulannya variabel tersebut pengukurannya dapat dikatakan reliabel atau konsisten (Dewi & Sudaryanto, 2020). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,829	0,6	Reliabel
2.	Kualitas Layanan	0,788	0,6	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian KPR	0,787	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Sesuai tabel 4.9 diatas, hasil pengujian reliabilitas item pernyataan kualitas produk, kualitas layanan, dan keputusan pembelian KPR analisis menunjukkan nilai Alpha Chronbach $> 0,60$, berarti pengujian instrumen reliabel (konsisten).

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dengan pemakaian Kolmogorov-Smirnov sebagai alat pengujiannya dengan kriteria jika nilai $\text{asympt sig (p)} > \alpha$, artinya berdistribusi normal sebaran datanya. Penggunaan uji Kolmogorov-Smirnov menjadi pedoman keputusan yang diambil pada normalitas di SPSS (Pramono et al., 2021). Uji normalitas hasilnya terlihat pada tabel 4.10 dibawah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		142
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99361011
Most Extreme Differences	Absolute	,031
	Positive	,030
	Negative	-,031
Test Statistic		,031
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan isi tabel 4.10, bahwa diketahui penelitian ini nilai asymp signifikasi 0,200 yang berarti nilai tersebut $> 0,05$ atau nilai signifikasi. Oleh sebab itu, disimpulkan jika data terdistribusi normal dalam penelitian ini.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas berfungsi melihat pada model regresi apakah ditemukan ada tingginya korelasi yang ditemukan terkait variabel bebas. Jika tolerance value nilainya diatas $> 0,1$ dan VIF (*Variance Inflation Factor*) nilainya dibawah atau < 10 berarti multikolinieritas tidak terjadi (Arianty & Andira, 2021). Uji multikolinieritas hasilnya tertulis pada tabel 4.11 dibawah:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,893	1,002		2,888	,005		
	Kualitas Produk	,277	,066	,331	4,213	,000	,366	2,736
	Kualitas Layanan	,532	,077	,540	6,875	,000	,366	2,736
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian KPR								

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

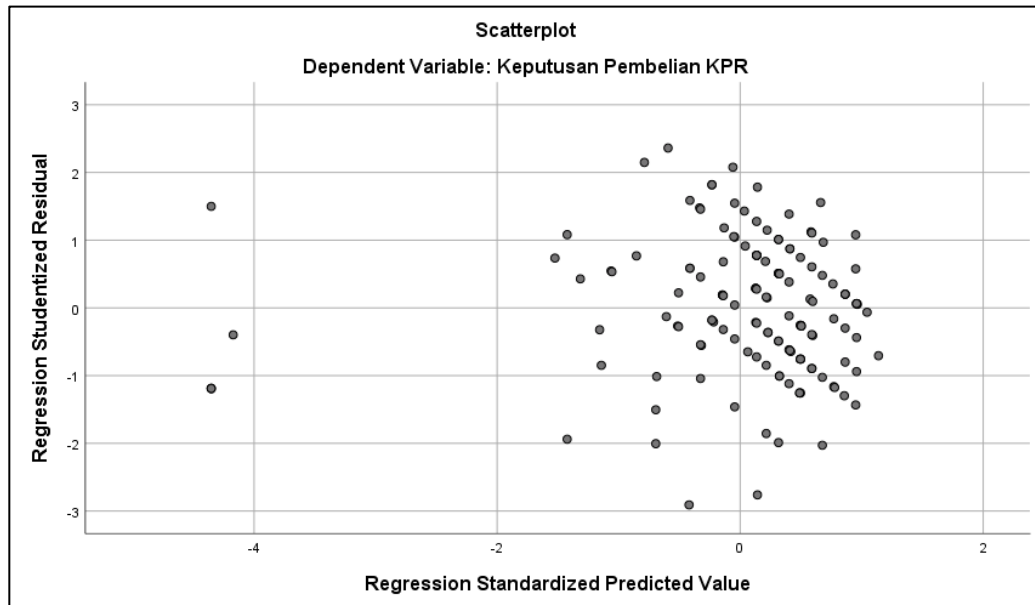
Berdasarkan isi tabel 4.11 diatas menjelaskan nilai Tolerance yang dihitung hasilnya berupa variabel independen tidak ada yang kurang dari 0,10 nilai Tolerance, artinya antar variabel independen tidak ada kolerasi yang terjadi dan nilainya $> 95\%$. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) perhitungannya juga mempunyai kesamaan hasil yakni satupun variabel independen tidak ada yang nilai VIF > 10 . Sebab itu, disimpulkan bahwa multikolinieritas antar variabel independen tidak ada pada model regresi.

4.5.3 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk pengujian sebuah regresi apakah ada ketidaksamaan varian yang terjadi dari residual pada suatu pengukuran ke pengukuran lain. Perlu diketahui terkait gejala heteroskedasitas yang tidak ada sebagai syarat penting yang wajib terpenuhi dalam model regresi (Ayuwardani & Isroah, 2018). Hasil uji heteroskedasitas terlihat di grafik gambar 4.1 dibawah:

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Sesuai gambar 4.1 diatas terlihatnya secara acak mengenai titik-titik yang menyebar pada grafik scatterplots, baik posisi titik tersebut terletak pada sumbu Y di atas atau di bawah angka 0. Jika diartikan pada model regresi heteroskedastisitas tidak terjadi, maka dapat dikatakan layak pemakaian model regresi sebagai alat memprediksi keputusan pembelian KPR dengan variabel kualitas produk dan kualitas layanan.

4.6 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan suatu algoritma yang digunakan untuk menelusuri pola hubungan antara variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas (Padilah & Adam, 2019). Setelah memenuhi uji asumsi klasik maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat, dan selanjutnya diuji

apakah ada pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang. Pengolahan data di SPSS yang dilakukan pada analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,893	1,002		2,888	,005		
	Kualitas Produk	,277	,066	,331	4,213	,000	,366	2,736
	Kualitas Layanan	,532	,077	,540	6,875	,000	,366	2,736
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian KPR								

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan isi tabel 4.12, sudah menjelaskan model persamaan regresi berganda kualitas produk dan kualitas layanan sebagai bentuk pengaruhnya terhadap keputusan pembelian KPR dengan penulisan seperti berikut:

$$Y_1 = 0,331 X_1 + 0,540 X_2$$

- a. Koefisien regresi dari variabel kualitas produk (X_1) nilainya 0,331 bersifat positif juga signifikan, artinya apabila kualitas produk semakin tinggi, maka keputusan pembelian KPR ikut mengalami peningkatan pada BTN KCS Malang.
- b. Koefisien regresi dari variabel kualitas layanan (X_2) nilainya 0,540 bersifat positif juga signifikan, artinya apabila kualitas layanan semakin tinggi, maka keputusan pembelian KPR ikut mengalami peningkatan pada BTN KCS Malang.

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi sebagai pengukur kemampuan seberapa besar variabel independent dari (X_1) dan (X_2) untuk memaparkan variasi variabel dependent (Y) (Damanik, 2019). Sebagaimana persentase pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas layanan dapat diketahui terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang digunakan koefisien determinan. Hasil pengolahan data koefisien determinasi menggunakan SPSS dapat dilihat tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 ^a	,686	,682	2,00790
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian KPR				

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan isi tabel 4.13, diperoleh hasil adjusted R² yaitu 0,682. Dibulatkan menjadi 68,2% variabel keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang dijabarkan dari kualitas produk dan kualitas layanan, kemudian sisanya yakni 32% dijabarkan melalui di luar model penelitian variabel lain.

4.8 Uji Hipotesis

4.8.1 Uji t

Uji t berfungsi melihat pengaruh parsial ada atau tidak secara individu dari variabel bebas (X_1 dan X_2) yakni terhadap variabel terikat (Y) (Aprilyanti, 2017). Pengolahan datanya uji t dengan SPSS tertulis pada tabel 4.14 dan tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji t X_1 Terhadap Y

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,014	1,099		4,561	,000
	Kualitas_Produk	,636	,046	,761	13,895	,000
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_KPR						

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan isi tabel 4.14, menjelaskan bahwa secara parsial uji pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 13,895 serta taraf signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Oleh sebab itu, layak dikatakan jika kualitas produk pengaruhnya positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang.

Tabel 4.15
Hasil Uji t X₂ Terhadap Y

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,247	1,004		4,230	,000
	Kualitas_Layanan	,792	,050	,804	15,994	,000
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_KPR						

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan isi tabel 4.15, menjelaskan bahwa secara parsial uji pengaruh dari kualitas layanan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 15,994 serta taraf signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Oleh sebab itu, layak dikatakan jika kualitas layanan pengaruhnya positif juga signifikan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang.

4.8.2 Uji F

Uji F berfungsi sebagai pengujian secara simultannya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Munir, 2018). Hasil pengolahan data Uji F menggunakan SPSS ditunjukkan pada tabel 4.16:

Tabel 4.16**Hasil Uji F**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1226,253	2	613,127	152,078	,000 ^b
	Residual	560,402	139	4,032		
	Total	1786,655	141			
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_KPR						
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan, Kualitas_Produk						

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.16, menunjukkan nilai yang dihasilkan dari f_{hitung} sebesar 152,078 serta nilai sig 0,000. Terjadi pembuktian mengenai nilai sig f_{hitung} $0,000 < 0,05$ serta nilai f_{hitung} yaitu $152,078 > f_{tabel}$ sebesar 3,06. Dari hasil olah data, disimpulkan adanya pengaruh secara simultan/bersama-sama dari Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian KPR di BTN KCS Malang.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian KPR

Kualitas produk yaitu suatu produk yang berkemampuan mengendalikan berbagai kemampuan dan fungsinya meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan pengoperasian serta perbaikannya, ketelitian yang ditimbulkan, dan kelengkapan lain secara keseluruhan yang mempunyai nilai penting pada produk (Zakaria, 2017).

Berdasarkan sesuai yang didapat pada uji t hasilnya variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai t_{hitung} yaitu 13,895 serta taraf signifikasinya 0,000. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $13,895 > 1.97718$, maka H_1 diterima. Adapun nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$, terdapat kesimpulan jika $sig < \alpha$ (0,05), berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Adapun pengujian analisis regresi linier berganda hasilnya yakni kualitas produk pengaruhnya positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian KPR dengan perolehan nilai koefisien yang ditunjukkan sejumlah 0,331 serta taraf signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Sejalan dengan penelitian Suari (2019), Yanto (2020), dan Sari et al. (2021) terjadi penemuan variabel kualitas produk hasilnya positif pengaruhnya terhadap variabel keputusan pembelian KPR. Artinya jika kualitas produk dipersepsikan semakin tinggi maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian terhadap keputusan pembelian KPR. Sesuai dengan hasil penelitian yang

telah diperoleh dapat dinyatakan bahwa kualitas produk yang baik akan mendasari peningkatan keputusan pembelian KPR.

4.9.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR

Kualitas layanan adalah upaya dalam mencapai kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terpenuhi, juga kesesuaian informasi yang disampaikan untuk memenuhi harapan pelanggan. Serta didefinisikan kualitas layanan yaitu pengendalian atas tingkat keunggulan yang diharapkan, terkait hal itu demi pemenuhan keinginan pelanggan (Septiani et al., 2020).

Berdasarkan sesuai yang didapat pada uji t mengenai variabel Kualitas Produk mendapat sejumlah nilai t_{hitung} yaitu 15,994 dan taraf signifikasinya 0,000. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $15,994 > 1,97718$, maka H_1 diterima. Adapun nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$, maka dapat kesimpulan $sig < \alpha (0,05)$, berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Adapun pengujian analisis regresi linier berganda diketahui hasilnya yakni kualitas layanan pengaruhnya positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang dengan perolehan nilai koefisien yang ditunjukkan sejumlah 0,540 juga diperoleh taraf signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Selain itu, ternyata penelitian ini mempunyai kesamaan hasil peneliti dari Hamzah & Purwati (2019), Adawiyah & Widyananto (2020), dan Najmudin & Putra (2021)

menyatakan jika kualitas semakin baik pada layanan dari BTN KCS Malang maka terjadi peningkatan juga keputusan pada pembelian KPR di BTN KCS Malang.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan

Pembelian KPR

Definisi kualitas produk yaitu sebuah produk yang mempunyai kemampuan menjalankan fungsi tersendiri, termasuk pada keseluruhan ketepatan, daya tahan pengoperasian yang mudah, reliabilitas, dan perbaikan produk juga kelengkapan lainnya dari produk. Sedangkan pengertian kualitas layanan yaitu sebagai segala bentuk yang diberikan melalui pelaksanaan suatu layanan oleh perusahaan secara maksimal memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan. Secara umum, keputusan pembelian yaitu tahap penentuan pilihan yang diambil pembeli dan telah yakin tidaknya pembelian produk yang dikonsumsi. (Boediono et al., 2018).

Adapun pengujian yang digunakan pada penelitian ini yakni uji koefisien determinasi diketahui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan sebagai variabel bebas pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian KPR menunjukkan nilai adjusted R² (R square) sejumlah 0,682 atau 68%. Dibulatkan hasil variasi mengenai variabel Keputusan Pembelian KPR menjadi 68% maka variabel bebasnya yakni Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dapat dijelaskan secara

simultan. Kemudian, sisanya dikurangkan dari penjumlahan $100\% - 68\% = 32\%$ model dan faktor lain diluar variabel yang dapat menjelaskan pada penelitian ini.

Hasil Uji F (simultan) menunjukkan nilai dari f_{hitung} sebesar 152,078 dengan nilai sig sebesar 0,000. Terjadi pembuktian mengenai hasil tersebut bahwa nilai sig f_{hitung} $0,000 < 0,05$ dan kemudian nilai f_{hitung} sejumlah $152,078 > f_{tabel}$ sebesar 3,06. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian KPR pada BTN KCS Malang. Adapun hasil penelitian ini hasilnya sama dengan (Abdurrahman & Anggriani, 2020), (Astuti, 2021), dan (Napitu & Sriwiyanti, 2022) bahwa dijelaskan jika adanya perubahan kenaikan ataupun penurunan yang terjadi pada variabel independen, pasti variabel dependen akan ikut terpengaruh perubahan nilainya karena itu suatu faktor yang dapat mempengaruhi. Pada penelitian ini variabel independen yang dimaksud adalah Kualitas Produk dan Kualitas Layanan, sedangkan variabel dependen atau terikat adalah Keputusan Pembelian KPR.

4.10 Integritas Keislaman Indikator Variabel

Hasil penelitian uji validitas terdapat nilai-nilai pada setiap indikator variabel independen dan variabel dependen. Mengenai variabel indenpenden ada dua variabel seperti kualitas produk dan juga kualitas layanan. Sedangkan variabel dependen/terikat yakni keputusan pembelian KPR. Ada beberapa indikator dalam mengukur atau menilai suatu kualitas produk seperti kinerja (*performance*), daya

tahan (*durability*), fitur (*features*), kehandalan (*reliability*), estetika (*aesthetics*), kesan kualitas (*perceived quality*). Pada variabel kualitas produk ini indikator yang paling berpengaruh adalah kesan kualitas (*perceived quality*) dengan perolehan nilai *person correlation* 0,773. Perolehan tersebut pertanda bahwa kesan kualitas dari produk KPR BTN KCS Malang sesuai yang diharapkan oleh para nasabahnya. Kesan kualitas yang terkandung dalam produk KPR seperti memiliki 2 kamar tidur yang nyaman, memiliki 1 kamar mandi yang bersih, dan tempat parkir (trovit, 2023).

Pada variabel independen kedua yakni variabel kualitas layanan terdapat indikator dalam mengukur atau menilainya seperti perhatian (*empathy*), kehandalan (*reliability*), jaminan atau keyakinan (*assurance*), ketanggapan (*responsiveness*), dan tampilan fisik atau berwujud (*tangibles*). Pengaruh terbesar dari semua indikator variabel kualitas layanan ini adalah tampilan fisik atau berwujud (*tangibles*) dengan perolehan nilai *person correlation* sebesar 0,770. Hal ini menjelaskan bahwa tampilan fisik atau berwujud kualitas layanan KPR BTN KCS Malang mempunyai fasilitas pelayanan yang ada di BTN KCS Malang memenuhi kebutuhan nasabahnya dengan baik. Tampilan fisik atau berwujud yang terkandung dalam layanan KPR BTN Syariah seperti memiliki tempat duduk (ruang tunggu), toilet, tempat parkir kendaraan, mushola dan AC (dinding dan kaset) (Bank Tabungan Negara Syariah KC Malang). Pada variabel independen ini berhubungan dengan bunyi dari Q.S. Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji".

Sesuai dengan Q.S. Al-Baqarah ayat 267 diatas, menjelaskan mengenai kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai arti penting dalam keputusan pembelian KPR, jika suatu barang yang diproduksi oleh penyedia jasa harus diimbangi juga dengan adanya kualitas yang sesuai dan terjaga secara baik karena Allah SWT telah menciptakan segala sesuatu di bumi dan di langit dengan semua kesempurnaan kualitasnya. Apabila kualitas produk sudah dapat dikatakan sebagai produk terbaik, produk itu sendiri juga sebaiknya dijalankan dengan kesesuaian kualitas yang diharapkan nasabah (Karjuni & Susliawati, 2021).

Pada variabel dependen/terikat yakni variabel keputusan pembelian KPR terdapat indikator dalam mengukur atau menilainya seperti pengenalan masalah, keputusan pembelian, pencarian informasi, perilaku pascapembelian, dan evaluasi alternatif. Pada variabel keputusan pembelian KPR ini indikator yang paling berpengaruh adalah keputusan pembelian dengan perolehan nilai *person*

correlation 0,793. Perolehan tersebut menjelaskan bahwa indikator keputusan pembelian nasabah KPR ada keterkaitannya dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh BTN KCS Malang. Maka dari itu, para nasabah KPR sangat percaya dan yakin atas pilihannya terhadap produk KPR yang dimiliki oleh BTN KCS Malang (Apriliana, 2019). Sebagaimana hadits riwayat Tirmidzi dan Nasa'i yang berbunyi:

عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ الْحَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ سِبْطِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَرِيحَانَتِهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: حَفِظْتُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دَعَا مَا يَرِيئُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيئُكَ. رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ وَالنَّسَائِيُّ، وَقَالَ التِّرْمِذِيُّ: حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ.

Artinya: Dari Abu Muhammad Al-Hasan bin 'Ali bin Abi Thalib, cucu Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam dan kesayangannya radhiyallahu 'anhuma, ia berkata, "Aku hafal (sebuah hadits) dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, 'Tinggalkanlah yang meragukanmu lalu ambillah yang tidak meragukanmu.'" (HR. Tirmidzi, An-Nasa'i. Tirmidzi mengatakan bahwa hadits ini hasan shahih) [HR. Tirmidzi, no. 2518; An-Nasa'i, no. 5714. Al-Hafizh Abu Thahir mengatakan bahwa sanad hadits ini shahih].

Berdasarkan hadits Riwayat dari Tirmidzi dan Nasa'i menjelaskan bahwa dalam keputusan pembelian nasabah KPR melewati tahap evaluasi, nasabah tersebut membuat sebuah pilihan atas produk-produk KPR yang ada di Bank Syariah. Tetapi, nasabah KPR juga harus meyakini pilihannya dipastikan terbaik

baginya dan tidak ragu memilih produk KPR di BTN KCS Malang (Ermawati et al., 2020).

4.11 Pembahasan dalam Perspektif Islam

Awal mula kata transaksi yakni “transaction” penyebutan bahasa Inggrisnya. Kemudian dalam al-Mu‘amalat adalah sebutan dari bahasa Arab. Oleh karena itu, transaksi mempunyai kata lain atau sebutan al-Mu‘amalat. Berdasarkan dalam ilmu fiqh yang mendalami tentang al-Mu‘amalat dikatakan juga sebagai fiqh al-Mu‘amalat memiliki pengertian yaitu suatu bagian yang cukup luas membahas tentang kontrak/perjanjian, jaminan, sanksi dan hukum yang lain bertujuan mengatur segala hubungan antar umat manusia untuk perseorangan ataupun kelompok (Akbar et al., 2021). Sebagai halnya terkait firman Allah pada Q.S. An-Nisaa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Sesuai dengan Q.S. An-Nisaa ayat 29 tersebut, menjelaskan mengenai bahwa transaksi dalam Islam harus mengetahui batasan atau hukum mengenai perbuatan,

hak-hak maupun hubungan antara penyedia jasa dan nasabah, dan penyelesaian masalah tentang perihal perniagaan tersebut. Transaksi juga suatu bentuk kesepakatan yang diharapkan agar saling menguntungkan ketika terjadinya antara nasabah KPR dengan tujuan mencukupi kebutuhan primer seperti tempat tinggal, berkaitan dengan penyedia jasa perumahan di BTN KCS Malang (Akbar et al., 2021).

Melalui transaksi jual beli seseorang dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkan untuk menunjang kehidupannya secara lebih mudah dan efisien. Tidak hanya itu, melalui transaksi jual beli ini pula, seseorang mampu mendapatkan keuntungan atau nilai lebih guna meningkatkan taraf dan kualitas hidup. Sebab pada dasarnya jual beli adalah proses perolehan keuntungan yang didasarkan atas penawaran dan permintaan, yakni pembeli memperoleh manfaat untuk menggunakan suatu produk dengan membayar harga tertentu, sementara penjual memperoleh keuntungan dari harga jual produk yang diinginkan pembeli (Ulum, 2020). Sebagaimana dijelaskan dalam hadist Ibnu Hibban berikut:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا ، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاغُ فِي النَّارِ

Artinya: "Barang siapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami. Perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di neraka" (HR. Ibnu Hibban).

Berdasarkan hadis Ibnu Hibban menjelaskan bahwa kejujuran adalah hal yang paling utama dalam hubungan sesama manusia seperti transaksi. Sesungguhnya

transaksi jual beli suatu hal yang sangat penting bagi umat manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Transaksi jual beli menjadi sarana terhadap nasabah KPR dengan penyedia jasa seperti BTN KCS Malang untuk saling memenuhi kebutuhan satu sama lain. Keberadaan kegiatan jual beli rumah atau tempat tinggal menjadi bukti bahwa seorang nasabah KPR merupakan makhluk sosial yang membutuhkan keterlibatan penyedia jasa dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya (Ulum, 2020).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mengenai hasil data yang telah diolah peneliti serta penjabaran pembahasan yang telah dilakukan dari judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR Pada BTN KCS Malang”, didapatkan kesimpulan mengenai pembahasan antara lain:

1. Secara parsial variabel Kualitas Produk signifikan pengaruhnya terhadap variabel Keputusan Pembelian KPR pada BTN KCS Malang. Artinya, jika tingkat fungsi produk berkualitas, akan terjadi keputusan pembelian KPR juga akan meningkat.
2. Secara parsial variabel Kualitas Layanan signifikan pengaruhnya terhadap variabel Keputusan Pembelian KPR pada BTN KCS Malang. Artinya, jika layanan yang berkualitas dilakukan, akan terjadi peningkatan nasabah KPR.
3. Secara simultan atau bersama-sama variabel Kualitas Produk dan variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian KPR.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini dan penjelasan mengenai kesimpulan diatas, diperoleh penyampaian saran peneliti diantaranya:

1. Bagi BTN KCS Malang

- a. BTN KCS Malang diharapkan mampu menjadikan manajemennya berkualitas dalam produk yang dikelola, khususnya kualitas produk sehingga mampu memaksimalkan realisasi pembelian produk KPR.
- b. BTN KCS Malang terdapat peningkatan fasilitas dan pelayanan berkualitas pada produk KPR agar bertambahnya peminat dari masyarakat memilih jasa produk pembiayaan KPR yakni terutama di BTN KCS Malang.
- c. BTN KCS Malang dapat menginovasi adanya produk KPR agar meningkatnya nasabah KPR dengan menjadikan pembelian produk KPR nomer satu pada bank syariah periode 2020-2022 dan banyaknya masyarakat yang minat.

2. Bagi Akademik

- a. Penelitian ini ada manfaatnya berguna bagi peneliti lain yang mempunyai kesamaan penelitian dengan menjadikan sebuah referensi terkait variabel yang digunakan.
- b. Penelitian berikutnya diharapkan agar adanya pembaruan pada tahun penelitian, sehingga penelitian terlihat baru serta dapat memperoleh hasil yang lebih akurat juga memperbanyak terkandungnya penjelasan variabel dan juga penggunaan variabel lain di penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224–231.
<https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.174>
- Adawiyah, N., & Widyananto, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Realisasi Pembiayaan KPR Syariah (Studi Pada BTN Syariah Bekasi). *Paradigma*, 17(1), 59–71.
<https://doi.org/10.33558/paradigma.v17i1.2297>
- Akbar, A., Dahri, M., & Arsyam, M. (2021). *Konsep Dasar Ekonomi Dan Transaksi Dalam Muamalah Islam*.
- Alfian, R., & Putra, A. M. P. (2017). *Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Medication Adherence Report Scale (MARS) Terhadap Pasien Diabetes Mellitus*.
- Al-Ghifari, M. I. & Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia. *Islamic Banking and Finance*, 5.
- Anita, J., Aziz, N., & Yunus, M. (n.d.). Pengaruh Penempatan Dan Beban Kerja Terhadap Motivasi Kerja Dan Dampaknya Pada Prestasi Kerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Dan Mobilitas Penduduk Aceh. *Jurnal Manajemen*.
- Apriliana, E. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin). *AL IQTISHADIAH JURNAL EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.31602/iqt.v5i1.2140>
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 68.
<https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.413>

- Arianti, M., & Rahmawati, E. (2020). *Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Quality Control (SQC) Pada Usaha Amplang Karya Bahari Di Samarinda*. 9(2).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4.
- Astuti, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1).
<https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v5i1.2573>
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1).
<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19781>
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax*. 3.
- Cahyo, K., & Riana, E. (2019). *Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada PT Brainmatics Cipta Informatika*. 1(1).
- Chaerudin, S., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Service Quality*, 2(1).
- Charisma, R. B., & Dwimulyani, S. (2019). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderating. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*.
<https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.4308>

- Dakhi, P. (2023). *The Influence Of Service Quality And Product Quality On Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As Intervening Variables At Alfamidi Diponegoro Teluk Dalam- Nias Selatan*. 12(01).
- Damanik, B. E. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar. *Publikasi Pendidikan*, 9(1), 46.
<https://doi.org/10.26858/publikan.v9i1.7739>
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary*, 3(2), 107.
<https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096>
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). *Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah*.
- Ermawati, E., Husaini, A., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 36–58. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.22.36-58>
- Fandi, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pt Bank Syariah Mandiri Surabaya*. 2.
- Farida, B., & Mahfud, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Wonosobo)*. 2(2).
- Hamzah, Z., & Purwati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. . . *COSTING*.
- Haryanti, S. (2021). *Pengantar Statistika I*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa

- Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hendra. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4813>
- Hidajat, K., & Setiawan, R. (2022). Persepsi kemudahan, manfaat, harga dan kualitas produk terhadap keputusan belanja: Peran moderasi kepercayaan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 102–112. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6981>
- Hurriyah, S., & Rahmawati, R. (2022). *Analisis Restrukturisasi Dalam Penyelesaian Pembiayaan Kpr Bermasalah Pada Bank Btn Syariah Cabang Bekasi*. 2.
- Irawan, D., Sunarto, A., Aprilia, A., & Jokom, R. (2015). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya*.
- Janna, N., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Jayusman, I., & Shavab, O. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*.
- Karjuni, A., & Susliawati, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka*.
- Kumala, F., & Anwar, K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>

- Lesmana, I. S., Bahits, A., & Adiswanse, J. (2022). Promosi Dan Fasilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Persada Banten. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 515–525. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.590>
- Lumintang, G. (2015). *Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado*.
- Maabuat, E. (2016). *Pengaruh Kepemimpinan, Orientasi Kerja, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Dispenda Sulut UPTD Tondano)*. 16(01).
- Maharani, S., & Bernard, M. (2018). Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 819. <https://doi.org/10.22460/jpmi.v1i5.p819-826>
- Mardiyanti, U., Ahmad, G., & Putri, R. (2012). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3, No. 1.
- Mufraini, M. A., Saharuddin, D., Prabowo, M. A., & Wicaksono, A. T. S. (2020). Sharia insight factors: Does it matter to shift metropolitan decision behavior towards Islamic bank? *Management Science Letters*, 3395–3404. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.039>
- Mulazid, A. S., Mufraini, M. A., Saharuddin, D., & Wicaksono, A. T. S. (2020). Attributes of Islamic Bank Service Quality: A Survey to Map Metropolitan Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 883–897. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3300.2020>
- Munir, M. (2018). Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR dan Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 89. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.285>

- Najmudin, M., & Putra, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Layanan Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*.
- Napitu, R., & Sriwiyanti, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar*. 12.
- Nasution, A., & Lesmana, M. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*. 1.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Novitasari, Q., & Hidayati, R. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Suku Bunga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Rumah Pt. Bank Tabungan Negara Cabang Gresik*. 01.
- Nugroho, R., Lubis, N., & EP, A. (2014). *Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Semarang Pattimura*.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Pangastuti, J., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 69. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>
- Patria, A., & Amatoria, G. (2017). *Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan*. 1.

- Pramono, A., Tama, T. J. L., & Waluyo, T. (2021). Analisis Arus Tiga Fasa Daya 197 Kva Dengan Menggunakan Metode Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov. *Jurnal RESISTOR (Rekayasa Sistem Komputer)*, 4(2), 213–216. <https://doi.org/10.31598/jurnalresistor.v4i2.696>
- Pramudani, M., & Fithria, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah.*
- Purba, P., Andi, A., Pratiwi, T., Jensen, J., & Irwansyah, A. (2020). Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on Purchasing Motorcycle Parts. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 455. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i3.28236>
- Purwanti, N., & Dewi, R. (2014). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013.*
- Putri, D., Agus, R., & Ak, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR iB Subsidi Pada Bank Syariah.*
- Qorizah, A., & Prabowo, P. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kpr Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya.* 2.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Safitri, H., Thantawi, T., & Suryani, E. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Mengajukan Pembiayaan Kpr Di Btn Syariah (Studi Kasus Di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *SAHID BANKING JOURNAL*, 1(01), 97–111. <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v1i01.22>
- Sahir, S., & Tarigan, E. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.* 3(1).

- Sari, D., Bintari, W., & Waly, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Cabang Sorong. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 375.
<https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11147>
- Sejati, A., Pawenang, S., & Damayanti, R. (2021). *The Effect Of Product Variation, Service Quality And Facilities On Consumer Purchasing Decisions Of Mie Ayam Hotplate In Surakarta*. 5(4).
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE*, 3(1), 131–143. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>
- Shafrani, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada Bsm Cabang Purwokerto. *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 189–215. <https://doi.org/10.24090/ej.v4i1.2016.pp189-215>
- Sholikhah, A. (2016). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 342–362.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>
- Siburian, P. S., & Za, S. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. 13.
- Suari, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Sukmawati, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. 7.
- Supangkat, A. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*. 6.

- Suryaningtyas, M.-, Winarto, W.-, & Subandi, S.-. (2022). Influence of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions with Brand Image as an Intervening Variable in International Fast Food Franchise. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 8(2), 159. <https://doi.org/10.32497/jobs.v8i2.4107>
- Swarjana, I. K. (2021). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. 6230127725, 9786230127724.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian*. 26.
- Tahliani, H. (2020). *Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani, Tangerang hani10972@gmail.com*. 3.
- Tanasyah, Y., & Putrawan, B. (2022). Integrasi Iman Dan Pembelajaran: Membentuk Kerangka Berpikir Alkitabiah Bagi Pendidik Kristiani. *Excelsis Deo: Jurnal Teologi, Misiologi, dan Pendidikan*, 6(1), 29–39. <https://doi.org/10.51730/ed.v6i1.94>
- Thulusia, R., & Khusnudin, K. (2019). Analisis Prudential Principle pada Pembiayaan Murabahah Produk KPR Indent BTN IB di Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Malang. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 2(1), 113. <https://doi.org/10.22515/jfib.v2i1.1810>
- Tindige, P. F., & Sepang, J. (2018). *Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Profitabilitas Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013 – 2016*.
- Trisnadi, D., & Kusumaramdhani, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Bank X*.
- Triyanto, E., Sismoro, H., & Laksito, A. (2019). Implementasi Algoritma Regresi Linear Berganda Untuk Memprediksi Produksi Padi Di Kabupaten Bantul. *Rabit : Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 4(2), 66–75. <https://doi.org/10.36341/rabit.v4i2.666>

- trovit, trovit. (2023). *Cari: Kpr btn syariah malang*. <https://rumah.trovit.co.id/kpr-btn-syariah-malang>
- Ulfa, D., & Sulistyorini, U. T. (2018). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG KEMBALI*. 8(1).
- Ulum, M. (2020). Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1). <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>
- Utari, kuta, septiyana, yeni, asnaini, asnaini, & elwardah, khairiah. (2022). Efisiensi Keputusan Merger Tiga Bank Syariah di Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi di BSI Kc Bengkulu Panorama). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(S1).
- Wanuri, Sarbullah, & Dwiyanto, E. (2022). *The Influence of E-Service Quality, E-Trust, and Product Quality on Purchasing Decisions Through the Allofresh Transmart Application*. Vol 20, No 2.
- Wijayanti, T., & Sujianto, A. (2022). Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam: Indonesia. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(1), 32–41. <https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2048>
- Winarno, A. (2019). Pengaruh Keselamatan, Dan Kesehatan Kerja, Lingkungan Kerja, Semangat Kerja, Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Maspion I Pada Divisi Maxim Departemen Spray Coating Sidoarjo. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.30996/jem17.v4i2.3047>
- Yanto, R. (2020). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan Kpr Bersubsidi Di Bank Btn Syariah Bandung*. 10, No.1.
- Zakaria, D. G. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. vol 6 no 4.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
Data Penelitian Jawaban Responden

Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SD/MI	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	SD/MI	Petani	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000

31 - 40 tahun	Perempuan	SLTP/SMP/MTS	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SD/MI	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	S2	PNS/POLRI/TNI	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SD/MI	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTP/SMP/MTS	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000

31 - 40 tahun	Laki-Laki	Diploma	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTP/SMP/MTS	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SLTP/SMP/MTS	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	S1	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S3	Ngarit	> Rp. 25.000.000
> 50 tahun	Laki-Laki	S1	PNS/POLRI/TNI	> Rp. 25.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	Petani	> Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	Dokter	PNS/POLRI/TNI	> Rp. 25.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S2	PNS/POLRI/TNI	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000

20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Freelance	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Petani	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	S3	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	S2	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S2	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	S2	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
> 50 tahun	Laki-Laki	S3	Wirausaha	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	> Rp. 25.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S2	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	S3	Wirausaha	> Rp. 25.000.000
> 50 tahun	Laki-Laki	S3	Wirausaha	> Rp. 25.000.000
> 50 tahun	Laki-Laki	S3	PNS/POLRI/TNI	> Rp. 25.000.000
> 50 tahun	Perempuan	S2	PNS/POLRI/TNI	> Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000

20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S3	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S2	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S3	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Petani	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000

20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
< 20 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	< Rp. 1.000.000
< 20 tahun	Perempuan	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	S2	Wiraswasta	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Petani	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Perempuan	Diploma	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
41 - 50 tahun	Laki-Laki	S3	Wiraswasta	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S2	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000

< 20 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Petani	> Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Bos parkir	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Parkir	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Manager PT. Mencari Cinta Sejati	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Karyawan di hatimu	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Bos yakuza	> Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Perempuan	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
< 20 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
< 20 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wiraswasta	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Wirausaha	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000

20 - 30 tahun	Perempuan	S1	Wirausaha	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
31 - 40 tahun	Laki-Laki	S3	PNS/POLRI/TNI	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	S1	Wirausaha	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000
20 - 30 tahun	Laki-Laki	SLTA/SMA/MA	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
41 - 50 tahun	Perempuan	S1	PNS/POLRI/TNI	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000

LAMPIRAN 2
Data Penelitian Variabel Independen

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
4	4	4	5	4	5	26	4	5	5	3	3	20
5	4	5	5	4	5	28	4	3	5	4	5	21
4	5	5	4	4	5	27	3	3	3	4	4	17
3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	3	3	19
4	5	4	3	4	4	24	4	4	5	3	5	21
3	4	4	5	5	5	26	4	4	5	5	5	23
4	5	4	4	4	4	25	3	4	5	5	5	22
4	5	5	4	5	5	28	4	5	5	4	5	23
4	4	4	5	5	5	27	4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	23
4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	5	4	22
4	4	3	4	4	4	23	4	5	4	4	4	21
4	4	5	4	5	4	26	4	3	4	5	5	21
4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	22
4	5	5	4	4	4	26	4	5	4	4	5	22
4	5	5	4	4	3	25	4	4	3	4	4	19
4	5	4	5	4	4	26	3	4	4	3	4	18
4	5	5	5	4	5	28	4	3	4	4	5	20
4	3	4	4	3	5	23	4	5	5	5	4	23
2	3	3	3	4	5	20	4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	4	4	21
4	5	4	5	5	4	27	4	4	5	5	5	23
3	5	5	4	5	4	26	5	4	4	5	4	22
4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	4	4	21
4	5	4	3	4	4	24	4	4	5	5	3	21
4	4	5	4	4	4	25	4	3	4	4	4	19
4	3	5	4	4	5	25	5	5	4	4	5	23
4	4	3	4	4	4	23	3	3	4	4	4	18
5	4	3	4	4	5	25	5	4	4	5	4	22
3	4	4	4	5	5	25	5	5	5	4	5	24
2	3	5	5	5	4	24	5	4	4	3	4	20
4	4	4	4	5	4	25	4	5	4	5	4	22
4	3	4	5	5	4	25	4	5	4	5	4	22
3	4	5	5	4	4	25	4	3	5	4	4	20

4	3	5	4	3	4	23	5	5	5	4	4	23
3	4	4	5	4	5	25	4	4	5	3	4	20
4	3	4	5	4	5	25	5	4	4	3	5	21
4	4	3	3	4	4	22	5	5	4	5	5	24
5	4	4	4	5	5	27	4	5	3	4	4	20
4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	5	4	23
4	5	4	4	3	5	25	4	5	3	4	4	20
4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	5	26	3	4	4	5	5	21
4	3	5	4	5	4	25	4	2	4	5	4	19
4	3	4	5	5	4	25	3	4	4	5	4	20
3	3	4	4	4	4	22	4	3	4	4	4	19
4	5	4	4	4	4	25	4	3	4	5	5	21
4	4	4	3	4	5	24	4	5	5	4	5	23
3	3	3	4	4	5	22	3	4	5	5	4	21
4	5	5	4	4	3	25	4	4	5	5	3	21
3	4	4	4	5	4	24	4	2	3	4	5	18
5	3	3	4	4	1	20	5	4	2	5	2	18
4	2	5	2	3	5	21	1	5	2	3	4	15
1	5	3	2	4	3	18	1	5	2	4	3	15
5	1	3	4	2	5	20	2	5	3	4	4	18
4	4	5	4	5	5	27	4	4	3	3	5	19
5	4	3	5	4	5	26	4	5	5	5	5	24
4	3	4	5	3	3	22	4	4	3	4	4	19
3	3	4	3	4	3	20	4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	4	27	5	4	5	5	4	23
4	3	5	3	5	5	25	4	5	4	5	3	21
4	4	5	4	4	5	26	4	5	5	5	4	23
4	5	4	3	5	4	25	3	5	4	5	4	21
4	5	5	4	5	4	27	4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	4	22
5	4	4	5	3	4	25	4	4	3	5	3	19
3	4	5	3	4	3	22	3	4	3	5	4	19
3	3	5	5	4	3	23	3	5	4	5	4	21
4	4	3	5	3	5	24	3	4	4	5	3	19
3	4	5	5	5	3	25	3	5	5	4	3	20
5	5	5	5	5	5	30	5	2	3	4	3	17

3	4	3	4	3	4	21	4	5	5	3	4	21
3	5	4	3	4	4	23	4	4	4	3	5	20
2	4	5	4	4	5	24	3	5	4	5	5	22
3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	4	4	17
4	4	3	4	4	4	23	3	4	4	3	4	18
5	4	3	4	3	3	22	4	5	2	5	4	20
3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
2	5	5	2	5	3	22	2	5	4	5	2	18
3	2	5	4	4	2	20	5	2	5	4	3	19
5	3	2	5	5	2	22	4	3	2	5	5	19
5	4	3	5	5	5	27	5	3	5	2	4	19
5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	4	22
4	3	5	4	5	3	24	3	4	3	4	5	19
5	3	4	5	3	4	24	5	3	4	5	5	22
4	3	5	5	3	4	24	5	3	4	3	4	19
4	3	5	4	3	4	23	5	4	3	4	5	21
4	5	3	5	3	5	25	5	3	4	3	5	20
4	3	3	3	4	4	21	5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	3	4	22	3	3	4	4	3	17
3	3	2	4	4	2	18	3	4	4	2	2	15
4	4	3	3	4	4	22	5	4	4	4	5	22
3	4	3	4	4	5	23	3	3	2	2	3	13
4	5	4	5	4	5	27	4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	5	28	4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	4	5	23
4	3	4	4	3	3	21	4	3	3	5	4	19
4	4	3	3	4	4	22	3	4	4	3	4	18
4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	4	4	23	3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	3	19
4	5	4	4	3	5	25	4	4	5	4	5	22
3	4	2	2	4	2	17	2	3	4	4	4	17
5	4	5	3	4	5	26	3	2	4	2	3	14
3	2	2	3	3	2	15	3	2	4	3	4	16
4	3	4	4	3	2	20	2	3	4	3	4	16
4	3	4	2	2	4	19	3	2	5	4	4	18
4	3	2	4	2	4	19	4	3	5	2	5	19

5	4	4	4	4	5	26	4	5	4	4	5	22
4	5	4	4	4	5	26	4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	3	3	24	5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	4	4	25	3	4	4	5	5	21
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	3	19
4	3	4	5	4	5	25	4	5	3	5	5	22
3	4	4	5	5	5	26	4	5	3	5	5	22
4	3	5	5	4	4	25	3	4	4	5	4	20
4	4	3	5	4	5	25	5	4	3	4	5	21
4	5	5	3	4	4	25	5	4	5	5	4	23
4	5	3	4	5	5	26	4	5	4	4	5	22
5	3	4	4	5	4	25	3	4	4	5	5	21
4	5	5	4	5	4	27	5	5	4	5	5	24
5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	22
4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	4	21
4	5	3	4	4	4	24	5	5	3	4	5	22
4	5	4	5	5	3	26	4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	3	4	21
4	5	4	4	5	5	27	4	3	3	5	5	20
3	4	4	5	5	5	26	3	4	5	4	4	20
4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22
3	5	4	3	4	4	23	4	4	3	3	3	17
3	4	5	3	4	4	23	3	3	4	5	4	19
4	4	5	5	3	4	25	5	5	3	4	3	20
1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	5
1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	5
1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	5
1	1	1	1	1	1	6	1	2	1	1	1	6
1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	5
5	4	4	4	5	4	26	5	4	5	4	3	21
5	2	3	3	5	4	22	4	4	4	5	5	22

LAMPIRAN 3
Data Penelitian Variabel Dependen

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total Y
4	3	5	4	4	20
4	4	4	5	4	21
4	3	4	4	4	19
4	5	5	4	5	23
3	4	4	5	5	21
4	4	3	4	5	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	5	21
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	4	22
3	4	5	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	4	22
5	4	5	5	4	23
5	3	5	5	4	22
4	5	4	4	5	22
3	4	5	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	5	5	4	4	22
4	4	3	5	5	21
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	5	5	4	5	23
3	5	4	4	4	20
5	4	5	3	5	22
3	4	4	4	5	20
4	4	3	4	5	20
4	5	5	4	4	22
4	3	4	5	5	21
4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	4	22

4	3	4	5	3	19
5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	5	22
3	4	4	4	4	19
4	5	4	5	5	23
5	4	3	5	5	22
4	3	4	4	4	19
5	4	5	5	4	23
4	3	4	4	4	19
4	4	5	5	4	22
4	3	5	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	5	23
3	2	5	3	4	17
1	5	4	3	5	18
1	5	4	2	2	14
5	3	4	2	1	15
1	4	3	2	2	12
1	2	3	4	5	15
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
3	4	3	4	3	17
4	5	5	4	4	22
4	5	5	4	4	22
4	5	5	4	5	23
5	4	4	4	5	22
5	4	5	4	4	22
5	4	5	4	5	23
4	5	4	4	4	21
4	3	4	4	5	20
4	3	4	4	5	20
3	3	5	5	4	20
4	4	5	5	3	21
3	4	5	4	3	19
3	5	5	3	4	20
4	3	5	4	3	19

4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	4	22
5	2	4	4	5	20
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
5	5	1	5	4	20
4	4	4	4	4	20
4	2	5	4	4	19
3	4	2	4	5	18
2	3	3	5	5	18
5	1	3	1	5	15
5	4	5	5	4	23
4	5	5	3	4	21
3	3	5	5	3	19
3	4	5	5	3	20
4	5	5	4	3	21
3	3	5	4	4	19
5	5	5	5	5	25
2	4	3	3	4	16
4	3	3	4	4	18
3	4	4	4	4	19
4	3	3	4	3	17
4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	23
2	3	3	2	3	13
3	3	5	4	3	18
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
4	4	5	4	3	20
2	3	4	3	4	16
3	4	5	4	3	19
3	4	4	3	3	17
4	4	3	3	4	18
4	5	5	5	3	22
4	5	3	2	4	18

4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	4	22
3	4	4	3	3	17
4	3	4	5	5	21
3	4	4	5	5	21
4	5	5	4	5	23
4	3	3	5	5	20
4	3	4	3	4	18
4	4	3	5	4	20
3	4	4	5	4	20
4	5	5	5	4	23
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	4	24
4	3	5	4	5	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	3	5	20
5	3	5	4	5	22
5	4	4	4	5	22
3	4	4	4	5	20
3	4	4	5	5	21
4	4	5	5	5	23
4	5	4	5	5	23
3	5	4	5	4	21
1	1	1	1	1	5
1	1	1	1	1	5
1	2	1	1	5	10
1	2	2	1	1	7
1	1	1	1	1	5
3	4	4	5	4	20
2	3	4	4	4	17

LAMPIRAN 4
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	67	47,2	47,2	47,2
	31 - 40 tahun	50	35,2	35,2	82,4
	41 - 50 tahun	20	14,1	14,1	96,5
	> 50 tahun	5	3,5	3,5	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

LAMPIRAN 5
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	96	67,6	67,6	67,6
	Perempuan	46	32,4	32,4	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

LAMPIRAN 6
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S3	10	7,0	7,0	7,0
	S2	10	7,0	7,0	14,1
	S1	39	27,5	27,5	41,5
	Diploma	13	9,2	9,2	50,7
	SLTA/SMA/MA	50	35,2	35,2	85,9
	SLTP/SMP/MTs	16	11,3	11,3	97,2
	SD/MI	4	2,8	2,8	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

LAMPIRAN 7
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/POLRI/TNI	28	19,7	20,0	20,0
	Wiraswasta	40	28,2	28,6	48,6
	Wirausaha	47	33,1	33,6	82,1
	Petani	6	4,2	4,3	86,4
	Pelajar/Mahasiswa	17	12,0	12,1	98,6
	Manager	1	,7	,7	99,3
	Freelance	1	,7	,7	100,0
	Total	140	98,6	100,0	
Missing	System	2	1,4		
Total		142	100,0		

LAMPIRAN 8
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	13	9,2	9,2	9,2
	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	58	40,8	40,8	50,0
	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	50	35,2	35,2	85,2
	Rp. 10.000.000 - Rp. 25.000.000	10	7,0	7,0	92,3
	> Rp. 25.000.000	11	7,7	7,7	100,0
	Total	142	100,0	100,0	

LAMPIRAN 9
Uji Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	142	6,00	30,00	23,6408	4,26156
Kualitas Layanan	142	5,00	25,00	19,9577	3,61414
Keputusan Pembelian KPR	142	5,00	25,00	20,0493	3,55968
Valid N (listwise)	142				

LAMPIRAN 10

Uji Validitas Data Kualitas Produk

		Correlations						
		Kinerja	Daya Tahan	Fitur	Kehandalan	Estetika	Kesan Kualitas	Kualitas_Produk
Kinerja	Pearson Correlation	1	,340**	,336**	,540**	,336**	,466**	,676**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142	142
Daya Tahan	Pearson Correlation	,340**	1	,457**	,369**	,530**	,489**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142	142
Fitur	Pearson Correlation	,336**	,457**	1	,428**	,517**	,467**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142	142
Kehandalan	Pearson Correlation	,540**	,369**	,428**	1	,480**	,511**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142	142
Estetika	Pearson Correlation	,336**	,530**	,517**	,480**	1	,447**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142	142
Kesan Kualitas	Pearson Correlation	,466**	,489**	,467**	,511**	,447**	1	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	142	142	142	142	142	142	142
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	,676**	,729**	,730**	,752**	,747**	,773**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	142	142	142	142	142	142	142

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

LAMPIRAN 11

Uji Validitas Data Kualitas Layanan

		Correlations					
		Kehandalan	Ketanggapan	Keyakinan atau Jaminan	Perhatian	Tampilan Fisik atau Berwujud	Kualitas_Layanan
Kehandalan	Pearson Correlation	1	,343**	,468**	,386**	,488**	,727**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Ketanggapan	Pearson Correlation	,343**	1	,381**	,481**	,406**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Keyakinan atau Jaminan	Pearson Correlation	,468**	,381**	1	,364**	,479**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Perhatian	Pearson Correlation	,386**	,481**	,364**	1	,475**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Tampilan Fisik atau Berwujud	Pearson Correlation	,488**	,406**	,479**	,475**	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	142	142	142	142	142	142
Kualitas_Layanan	Pearson Correlation	,727**	,716**	,729**	,738**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	142	142	142	142	142	142

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

LAMPIRAN 12

Uji Validitas Data Keputusan Pembelian KPR

Correlations							
		Pengenalan Masalah	Pencarian Informasi	Evaluasi Alternatif	Keputusan Pembelian	Perilaku Pascapembelian	Keputusan_Pembelian_KPR
Pengenalan Masalah	Pearson Correlation	1	,353**	,464**	,475**	,413**	,743**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Pencarian Informasi	Pearson Correlation	,353**	1	,470**	,437**	,336**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Evaluasi Alternatif	Pearson Correlation	,464**	,470**	1	,510**	,292**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,475**	,437**	,510**	1	,490**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	142	142	142	142	142	142
Perilaku Pascapembelian	Pearson Correlation	,413**	,336**	,292**	,490**	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	142	142	142	142	142	142
Keputusan_Pembelian_KPR	Pearson Correlation	,743**	,707**	,744**	,793**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	142	142	142	142	142	142

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

LAMPIRAN 13

Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	142	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	142	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	6

LAMPIRAN 14
Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	142	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	142	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	5

LAMPIRAN 15
Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian KPR

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	142	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	142	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	5

LAMPIRAN 16

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		142
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99361011
Most Extreme Differences	Absolute	,031
	Positive	,030
	Negative	-,031
Test Statistic		,031
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 17

Uji Multikolinieritas

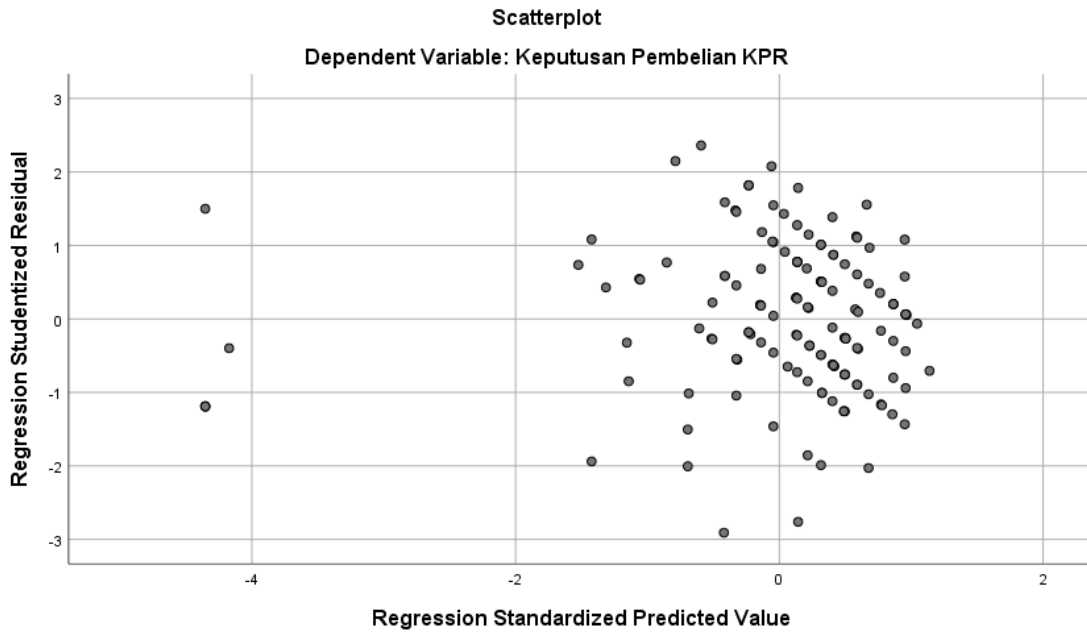
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,893	1,002		2,888	,005		
	Kualitas Produk	,277	,066	,331	4,213	,000	,366	2,736
	Kualitas Layanan	,532	,077	,540	6,875	,000	,366	2,736

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian KPR

LAMPIRAN 18

Uji Heteroskedasitas



LAMPIRAN 19

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,893	1,002		2,888	,005		
	Kualitas Produk	,277	,066	,331	4,213	,000	,366	2,736
	Kualitas Layanan	,532	,077	,540	6,875	,000	,366	2,736

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian KPR

LAMPIRAN 20
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 ^a	,686	,682	2,00790

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian KPR

LAMPIRAN 21
Uji t (X₁ Terhadap Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,014	1,099		4,561	,000
	Kualitas_Produk	,636	,046	,761	13,895	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_KPR

LAMPIRAN 22
Uji t (X₂ Terhadap Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,247	1,004		4,230	,000
	Kualitas_Layanan	,792	,050	,804	15,994	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_KPR

LAMPIRAN 23

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1226,253	2	613,127	152,078	,000 ^b
	Residual	560,402	139	4,032		
	Total	1786,655	141			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian_KPR

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan, Kualitas_Produk

LAMPIRAN 24
BIODATA PENELITIAN



Nama Lengkap : Haderanie Muhammad
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 21 Oktober 2001
Alamat Asal : Dsn. Pesantren RT.29 RW.04 Kec. Peterongan Kab. Jombang
Alamat di Malang : Jl. Joyo Suko Gg.01 No.5c Merjosari, Lowokworu, Kota Malang
Telepon/HP : 085707511182
E-mail : Haderaniemuhammad21@gmail.com

Pendidikan Formal

2007-2013 : MIN 4 Jombang
2013-2016 : MTsN 2 Jombang
2016-2019 : SMK Telekomunikasi Darul ‘Ulum Jombang
2019-Sekarang : Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

2019-2020 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) UIN Malang
2020-2021 : English Language Center (ELC) UIN Malang

Pengalaman Organisasi

2019-2020 :
a. Anggota IMADU (Ikatan Mahasiswa Alumni Darul Ulum)
b. Anggota IMJ (Ikatan Mahasiswa Jombang)
2021-2022 : Div. Publikasi El-Dinar Fakultas Ekonomi UINMA

LAMPIRAN 25
Translate Abstrak Bahasa Inggris

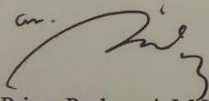
ABSTRACT

Haderanie, Muhammad. 2023. UNDERGARDUATE THESIS. "The Effect of Product and Services Quality on KPR (House Ownership Credit) Purchase Decisions at BTN KCS Malang"
Advisor : Khusnudin, M.E.I
Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchasing Decision, KPR, BTN KCS Malang

As a service provider, a Sharia Bank in Indonesia, especially BTN Syariah, in Malang city in particular, generally optimizes all of the customers' needs in the economic sector of the community. It is known that BTN KCS Malang has begun to grow rapidly since 2005 by creating products based on Sharia principles. One of the products that continues to be developed is House Financing Credit, which aims to help people who do not have a place to live. Therefore, until now, BTN KCS Malang is still innovating all its products to be the best Sharia Bank in Indonesia.

This study aims to determine the effect of product and service quality both partially and simultaneously on KPR (House Ownership Credit) purchase decisions at BTN KCS Malang. It is a quantitative study using a descriptive approach. The population used was 220 KPR customers at BTN KCS Malang since the year of 2020 to 2022. This study employs a purposive sampling techniques using the slovin formula. There were 142 respondents included in the sample of the study. The data used are primary data, and the data collection methods used are the distribution of questionnaires to some KPR customers during 2020 to 2022. The analysis method used is multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistics 26.

The results of the study indicate that product and service quality had partially a positive and significant effect on KPR purchase decisions at BTN KCS Malang. Simultaneously, the product and service quality have a significant effect on KPR purchase decisions at BTN KCS Malang.

Translator,  Prima Purbasari, M.Hum NIDT 19861103201608012099	Date  July 11 2023 Prof. Dr. H. M. Abdul Hamid, MA NIDT 198011032011998031007
---	--

LAMPIRAN 26

Translate Abstrak Bahasa Arab

مستخلص البحث

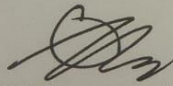
هيدران، محمد. ٢٠٢٣. البحث الجامعي. "تأثير جودة المنتج وجودة الخدمات على قرار شراء ائتمان حقوق الملكية العقارية (KPR) في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج". المشرف: حسن الدين، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: جودة المنتج، جودة الخدمة، قرار الشراء، ائتمان حقوق الملكية العقارية، المكتب الفرعي بنك BTN مالانج.

بشكل عام، يقوم البنك الإسلامي في إندونيسيا، وخاصة بنك BTN الإسلامي، وخاصة في مدينة مالانج، بتحسين جميع احتياجات العملاء في القطاع الاقتصادي للمجتمع كمزود الخدمة. ومن المعروف، أنه منذ عام ٢٠٠٥ في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج بدأت تنمو بسرعة من خلال إنتاج أو إنشاء منتجات على أساس مبادئ الشريعة. أحد المنتجات التي يستمر تطويرها هو ائتمان حقوق الملكية العقارية في محاولة لمساعدة الأشخاص الذين ليس لديهم المسكن. لذلك، حتى الآن، لا يزال المكتب الفرعي بنك BTN مالانج يبتكر جميع منتجاته لجعل أفضل بنك إسلامي في إندونيسيا.

يهدف هذا البحث إلى تحديد معرفة جودة المنتج وجودة الخدمات جزئياً ومتزامناً على قرار شراء ائتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج. هذا البحث هو نوع من البحث الكمي مع منهج وصفي. كان عدد السكان المستخدمين ٢٢٠ عميل ائتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج للفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٢، باستخدام تقنية أخذ العينات الحادثة مع حساب صيغة السلوفاين، كان هناك ١٤٢ مستجيباً مدرجاً في عينة البحث. البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية وطريقة جمع البيانات من خلال توزيع الاستبانة على بعض عملاء ائتمان حقوق الملكية العقارية خلال الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٢. طريقة التحليل المستخدمة هي تحليل الانحدار الخطي المتعدد باستخدام البرنامج الإحصائي IBM SPSS Statistics.

أظهرت النتائج أن جودة المنتج وجودة الخدمات كان لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء ائتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج جزئياً. في الوقت نفسه، يكون لجودة المنتج وجودة الخدمات تأثير كبير على قرار شراء ائتمان حقوق الملكية العقارية في المكتب الفرعي بنك BTN مالانج متزامناً.

Penerjemah,  M. Mubasysyir Munir, MA NIDT: 19860513201802011215	Tanggal 06/07/2023	Validasi Kepala PPB,  Prof. Dr. H. M. Abdul Hanif NIP: 19730201 1998031007
---	-----------------------	---



LAMPIRAN 27

Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

6/10/23, 8:01 AM

Print Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Haderanie Muhammad
NIM : 19540109
Konsentrasi : Keuangan
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR Pada BTN KCS Malang

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originality report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	10%	11%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Juni 2023

UP2M



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO,
Lc., M.Si

LAMPIRAN 28

Hasil Cek Turnitin

Cek Skripsi			
ORIGINALITY REPORT			
24%	23%	10%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%	
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
3	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%	
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%	
5	media.neliti.com Internet Source	1%	
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%	
7	ojs.polmed.ac.id Internet Source	1%	
8	docplayer.info Internet Source	<1%	
9	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%	

LAMPIRAN 29

Jurnal Bimbingan

7/5/23, 10:18 AM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 19540109
 Nama : Haderanie Muhammad
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Dosen Pembimbing : Khusnudin, M.E.I
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KPR PADA BTN KCS MALANG

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	14 Maret 2023	Jurnal rujukan untuk proposal skripsi	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	17 Maret 2023	BAB 1 latar belakang masalah masih kurang fenomena yang terjadi sebagai penguat data	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	21 Maret 2023	Penambahan gap research pada latar belakang sebagai pembanding penelitian	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	23 Maret 2023	1. Koreksi BAB 2 mengenai kajian teori kurang dalil keislaman. 2. Koreksi BAB 3 mengenai teknik pengambilan sampel dan definisi operasional variabel	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	28 Maret 2023	Bimbingan koreksi hasil seminar proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	5 April 2023	1. Penambahan gap research pada hipotesis. 2. Pembetulan pada jenis dan pendekatan penelitian	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
7	27 April 2023	Bimbingan BAB 4 tentang hasil penelitian	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	9 Mei 2023	Koreksi deskriptif responden mendapat tambahan penjelasan atau interpretasinya	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
9	17 Mei 2023	Penambahan penjelasan lebih terperinci mengenai pembahasan pada pengaruh variabel	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
10	29 Mei 2023	Poin yang ditambah pada BAB 4 mengenai integritas keislaman indikator variabel	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

<https://eaccess.fis.uin-malang.ac.id/public/print/bimbingan/450>

1/2

7/5/23, 10:18 AM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi

11	1 Juni 2023	Kurang dalil pada pembahasan dalam perspektif islam	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
12	12 Juni 2023	Koreksi bimbingan BAB 5 mengenai kesimpulan dan saran	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

Malang, 12 Juni 2023
 Dosen Pembimbing



Khusnudin, M.E.I

LAMPIRAN 30

Pertanyaan Kuisioner Kualitas Produk

Pertanyaan Jawaban **15** Setelan

Pernyataan Kualitas Produk (X1)

Jawaban dapat dipilih berdasarkan skala likert sebagai berikut:

1: Sangat Tidak Setuju (STS)

2: Tidak Setuju (TS)

3: Netral (N)

4: Setuju (S)

5: Sangat Setuju (SS)

1. Produk KPR di BTN KCS Malang mempunyai kualitas yang baik. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

2. Produk KPR di BTN KCS Malang kokoh dan kuat. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

3. Produk KPR di BTN KCS Malang mempunyai karakteristik fungsi produk sendiri. *

B I U ☞ ✎

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

4. Produk KPR di BTN KCS Malang mudah dalam perawatan. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

5. Produk KPR di BTN KCS Malang nyaman untuk dihuni dan dijadikan tempat tinggal. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

6. Produk KPR di BTN KCS Malang menjadikan anda terpenuhi kebutuhannya. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

LAMPIRAN 31

Pertanyaan Kuisioner Kualitas Layanan

Pertanyaan
Jawaban
12
Setelan

Pernyataan Kualitas Layanan (X2) ⌵ ⌵

Jawaban dapat dipilih berdasarkan skala likert sebagai berikut:

1: Sangat Tidak Setuju (STS)

2: Tidak Setuju (TS)

3: Netral (N)

4: Setuju (S)

5: Sangat Setuju (SS)

1. Pelayanan produk KPR di BTN KCS Malang sudah sesuai dengan yang yang diharapkan. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐
☐
☐
☐
☐

Sangat Setuju

2. Respon dan informasi yang diberikan pada produk KPR di BTN KCS Malang sangat cepat dan tepat. *

B I U ↻ ✖

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐
☐
☐
☐
☐

Sangat Setuju

3. Jaminan keamanan produk KPR di BTN KCS Malang diberikan dengan baik. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐
☐
☐
☐
☐

Sangat Setuju

4. BTN KCS Malang memberikan perhatian lebih dan mengutamakan kepentingan anda sebagai nasabah. *

B I U ↻ ✖

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐
☐
☐
☐
☐

Sangat Setuju

5. Kondisi dan fasilitas yang diberikan pada layanan produk KPR di BTN KCS Malang professional dan sesuai yang diharapkan. *

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐
☐
☐
☐
☐

Sangat Setuju

PertanyaanJawaban149Setelan

Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

B I U ↺ ↻

Jawaban dapat dipilih berdasarkan skala likert sebagai berikut:

1: Sangat Tidak Setuju (STS)

2: Tidak Setuju (TS)

3: Netral (N)

4: Setuju (S)

5: Sangat Setuju (SS)

B I U ↺ ↻

1. Kebutuhan anda terhadap produk KPR di BTN KCS Malang sangat tinggi.

12345

Sangat Tidak Setuju○○☐○○○Sangat Setuju

2. Anda tertarik terhadap produk KPR di BTN KCS Malang.

B I U ↺ ↻

12345

Sangat Tidak Setuju○☐○○○○Sangat Setuju

3. Produk KPR di BTN KCS Malang menjadi alternatif yang anda pilih.

B I U ↺ ↻

12345

Sangat Tidak Setuju○☐○○○○Sangat Setuju

4. Anda merasa yakin dengan keputusan pembelian pada produk KPR di BTN KCS Malang.

B I U ↺ ↻

12345

Sangat Tidak Setuju○☐○○○○Sangat Setuju

5. Anda sangat puas dengan produk KPR di BTN KCS Malang.

12345

Sangat Tidak Setuju○☐○○○○Sangat Setuju