

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN FITUR TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KPR BERSUBSIDI : STUDI KASUS
PADA BTN SYARIAH KCPS MAJAPAHIT SEMARANG**

SKRIPSI



Diajukan oleh :
Maulana Rizky Hidayat
NIM : 2005036077

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Km.10.3 Ngaliyan Semarang 50183 Telp./Fax. (024) 7524034
Website: www.uin-walisongo.ac.id Email: kasi@uinsw.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Maulana Rizky Hidayat

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Maulana Rizky Hidayat
NIM : 2005036077
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "PENGARUH LOKASI, HARGA DAN FITUR TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KPR BERSUBSIDI : STUDI KASUS PADA BTN SYARIAH KCPS MAJAPAHIT SEMARANG"

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 16 Desember 2024

Pembimbing I

Dr. Ratno Aghyanto, CA., CPA.
NIP. 198001282008011010

Pembimbing II

Kartika Marella Vanni, ME
NIP. 199304212019032028

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Maulana Rizky Hidayat
NIM : 2005036077
Judul : Pengaruh Lokasi, Harga dan Fitur Terhadap Pengambilan Keputusan KPR
Bersubsidi : Studi Kasus Pada BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal :

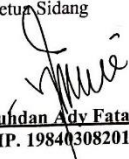
30 Desember 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025.


Semarang, 01 Januari 2025

DEWAN PENGUJI


Ketua Sidang


Zuhdan Ady Fataron, M.M.
NIP. 198403082015031003

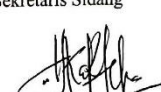
Penguji I


Dr. Farah Amalia, M.M
NIP. 199401182019032026

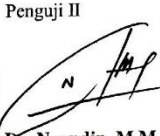
Pembimbing I


Dr. Ratno Agriyanto, M.Si.,Akt
NIP. 198001282008011010


Sekretaris Sidang


Kartika Marella Vanni, M.E
NIP. 199304212019032028

Penguji II


Dr. Nurudin, M.M
NIP. 199005232015031004

Pembimbing II


Kartika Marella Vanni, M.E
NIP. 199304212019032028

MOTTO

“ tunjukilah kami jalan yang lurus”

“ (yaitu) jalan orang-orang yang telah engkau beri nikmat kepadanya, bukan jalan mereka yang dimurkai dan bukan pula jalan mereka yang sesat”

~QS Al-Fatihah : 6-7~

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan rasa syukur dan kerendahan hati atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis ingin mempersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Nursalim dan Ibu Muamanah. Terimakasih sudah senantiasa mendoakan dan selalu memberikan dukungan moral serta materil dalam setiap perjalanan penulis meraih cita-cita. Semoga bapak dan ibu selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang agar dapat kebersamai penulis dan menyaksikan semua pencapaian-pencapaian penulis.
2. Kakak kandung saya, Mba Ihda Nazaliatul Laili dan suami nya yaitu Mas Bagas Kurnianto serta anaknya yang bernama Nuansa Nejra Jennaira si bocil gemoy serta keluarga besar saya. Terimakasih atas segala doa, dukungan, materil serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman sekelas PBAS C 2020 dan Angkatan S1 Perbankan Syariah 2020, Terimakasih sudah menemani dari awal semester hingga akhir semester ini dengan segala ilmu dan pengalaman yang berharga. Terimakasih sudah berjuang tanpa kenal lelah, semoga kelak diberikan kesuksesan. Terimakasih atas segala canda tawanya.
4. Teman-teman organisasi saya, HMJ S1 Perbankan Syariah. Terimakasih atas segala pengalaman dari mulai susah, senang, hingga jatuh bersama. Terimakasih atas segala pembelajarannya diluar bangku perkuliahan.
5. Teman-teman saya di lingkup kampus UIN Walisongo Semarang, dari mulai teman beda jurusan, hingga beda fakultas. Terimakasih atas segala kebersamaan yang terjalin selama ini. Semoga kelak kita akan mendaptkan keberkahan.
6. Teruntuk diri sendiri, terimakasih sudah mau berjuang hingga titik akhir ini. Banyak sekali hal-hal yang sudah dilalui. Banyak hal yang terjadi dan pada akhirnya penulis bisa membuktikan bahwa penulis juga bisa menyelesaikannya. Tetap berkah dan berkahi.

DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulana Rizky Hidayat

NIM : 2005036077

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH LOKASI, HARGA DAN FITUR TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KPR BERSUBSIDI : STUDI KASUS PADA BTN SYARIAH KCPS MAJAPAHIT SEMARANG

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian serta merupakan karya saya sendiri dan ditulis dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab. Skripsi ini asli dan belum pernah ditulis dan diterbitkan di manapun dan oleh siapapun dengan bagian tertentu yang telah tertera rujukan sumber penulisannya.

Semarang, 16 Desember 2024

Deklarator,

A handwritten signature in black ink is written over a 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METALIK'. The serial number '3067BALX' is also visible on the stamp.

Maulana Rizky Hidayat

NIM. 2005036077

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam Transliterasi ini sebagian dilambangkan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf Latin.

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | ba | b | be |
| ت | ta | t | te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | jim | J | je |
| ح | ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha | kh | ka dan ha |
| د | dal | d | de |
| ذ | žal | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | ra | r | er |
| ز | zai | z | zet |
| س | sin | s | es |
| ش | syin | sy | es dan ye |
| ص | šad | š | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|----|--------|----------|-----------------------------|
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain |‘... | koma terbalik di atas |
| غ | gain | g | ge |
| ف | fa | f | ef |
| ق | qaf | q | ki |
| ك | kaf | k | ka |
| ل | lam | l | el |
| م | mim | m | Em |
| ن | nun | n | en |
| و | wau | w | we |
| هـ | ha | h | ha |
| ء | hamzah | ..!.. | apostrof |
| ي | ya | y | ye |

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| َ | Fathah | a | a |
| ِ | Kasrah | i | i |
| ُ | Dammah | u | u |

Contoh:

كتب - kataba

فعل - fa‘ala

ذكر - žukira

يذهب - yažhabu
 سنل -suila

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan huruf | Nama |
|-----------------|----------------|----------------|---------|
| ى... / | Fathah dan ya | ai | a dan i |
| و... / | Fathah dan wau | au | a dan u |

Contoh:

كيف - kaifa
 هول - haula

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| ى... /... / | Fathah dan alif atau ya | Ā | a dan garis di atas |
| ى... / | Kasroh dan ya | Ī | i dan garis di atas |
| و... /.. / | Dammah dan waw | Ū | u dan garis di atas |

Contoh:

قال - qāla
 رمي - ramā
 قيل - qīla
 يقول - yaqūlu

d) Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasroh dan

dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

- روضة الاطفال - raudatul al-atfal
- raudatu al-atfal
- المدينة المنورة - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul Munawwarah

e) Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut. Contoh:

- ربنا - rabbanā
- نزل - nazzala
- البر - al-birr
- نعم - nu'ima
- الحج - al-hajju

ABSTRAK

Keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis sebagai suatu cara pemecahan masalah. Setiap Masyarakat tentunya menginginkan kehidupan yang nyaman dan aman, seperti mempunyai rumah. Tetapi tidak semua dapat membeli rumah dengan mudah karena adanya keterbatasan dana. Disisi lain adanya pertimbangan tentang lokasi yang diinginkan serta fitur yang mudah dan sesuai. BTN Syariah KCPS Majapahit melalui skema KPR Bersubsidi menjadikan solusi untuk mendapatkan rumah yang diinginkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan fitur terhadap pengambilan keputusan KPR bersubsidi : studi kasus pada BTN syariah KCPS majapahit semarang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah sampling cluster. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer berbentuk kuesioner dengan 100 responden. Data dianalisis menggunakan pengujian validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik (Normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedastistas), Uji hipotesis (Uji R Square, Uji T dan Uji F) dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan fitur berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

Kata Kunci : *Lokasi, Harga, Fitur, Pengambilan Keputusan, KPR Bersubsidi, BTN Syariah*

ABSTRACT

Decision is a process of selecting the best alternative from several alternatives systematically as a way of solving problems. Every society certainly wants a comfortable and safe life, such as having a house. But not everyone can buy a house easily because of limited funds. On the other hand, there are considerations about the desired location and easy and appropriate features. BTN Syariah KCPS Majapahit through the Subsidized KPR scheme provides a solution to get the desired house.

This study aims to determine the effect of location, price and features on subsidized KPR decision making: a case study at BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang. This type of research is quantitative research. The sampling technique used is cluster sampling. The type of data used in this study is primary data in the form of a questionnaire with 100 respondents. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests (Normality, Multicollinearity and Heteroscedasticity), Hypothesis tests (R Square Test, T Test and F Test) and multiple linear regression analysis using SPSS 25 software.

The results of this study indicate that the variables of location, price and features have a positive and significant effect partially on the decision making of Subsidized Mortgages.

Keywords: *Location, Price, Features, Decision Making, Subsidized Mortgages, BTN Syariah*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT. Yang maha pengasih lagi maha penyayang yang telah memberikan rahmat-Nya serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa sholawat serta salam kita ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan ridho Allah SWT. Serta doa dan dukungan dari orang tua akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Lokasi, Harga dan Fitur terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi : Studi Kasus pada BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang**”. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 di jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Maka dari itu penulis menyadari tanpa adanya pihak-pihak terkait skripsi ini tidak akan terwujud dan terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc selaku Kepala Prodi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Mardhiyaturrositaningsih, M.E selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta jajarannya.
4. Ibu Ana Zahrotun Nihayah, M.A selaku wali dosen yang selalu memberikan arahan, semangat dan motivasi selama proses perkuliahan.
5. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M.Si., A.Kt. selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Kartika Marella Vanni, M.E. selaku dosen pembimbing dua yang senantiasa mencurahkan waktu, tenaga, pikiran serta motivasi untuk mendukung dan memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
6. Segenap dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Kepala Kantor BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang yaitu Umi Anne, Ibu Aulia selaku Financing Service, Mas Yayan, Bu Imma, Mba Amanda, Mas Hari, Mas Andi,

Pak Mei serta semua karyawan yang telah memberikan izin penelitian dan membantu proses penyelesaian skripsi ini.

8. Segenap teman-teman prodi S1 Perbankan Syariah dan almamater UIN Walisongo Semarang yang telah menjadi keluarga dan memberikan semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Nursalim dan Ibu Muamanah yang senantiasa mendukung apapun hal yang dilakukan oleh penulis dalam berjuang meraih cita-cita.
10. Kakak kandung saya, Mba Ihda Nazaliatul Laili dan suaminya yaitu Mas Bagas Kurnianto serta anaknya yang bernama Nuansa Nejra Jennaira si bocil gemoy serta keluarga besar saya. Terimakasih atas segala doa, dukungan, materil serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan penulisan skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan berlipat-lipat atas segala kebaikan yang tercurahkan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat berterima kasih atas keritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Penulis berhadap semoga skripsi ini dapat bermanfaat Bagi yang membaca dan membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 19 Desember 2024

Penulis

Maulana Rizky Hidayat

NIM: 2005036077

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| MOTTO | iii |
| PERSEMBAHAN..... | iv |
| DEKLARASI..... | v |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN..... | vi |
| ABSTRAK..... | x |
| ABSTRACT..... | xi |
| KATA PENGANTAR | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xvii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xviii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4. Sistematika Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Teori Perilaku Konsumen | 8 |
| 2.2. Lokasi..... | 10 |
| 2.3. Harga..... | 12 |
| 2.4. Fitur..... | 15 |
| 2.5. Pengambilan Keputusan..... | 17 |
| 2.6. KPR Subsidi..... | 21 |
| 2.7. Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.8. Kerangka Pemikiran..... | 28 |
| 2.9. Hipotesis | 29 |
| 2.9.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi | 29 |
| 2.9.2 Pengaruh Harga terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi | 30 |
| 2.9.3 Pengaruh Fitur terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi | 30 |

| | |
|---|----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1. Metode Penelitian | 32 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian | 32 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 32 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data..... | 34 |
| 3.5. Definisi Operasional | 34 |
| 3.6. Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 3.6.1 Uji Kesahihan Angket..... | 36 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik..... | 37 |
| 3.6.3 Uji Hipotesis | 38 |
| 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 38 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 40 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... | 40 |
| 4.1.1 Sejarah Bank Tabungan Negara (BTN) | 40 |
| 4.1.2 Core Values dan Enam Nilai Budaya..... | 42 |
| 4.1.3 Pembiayaan Konsumer BTN Syariah | 43 |
| 4.2. Deskripsi Data Responden | 45 |
| 4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 45 |
| 4.2.2 Deskripsi Responden berdasarkan Alamat Perumahan..... | 46 |
| 4.2.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 46 |
| 4.3. Hasil Penelitian | 47 |
| 4.3.1 Uji Kesahihan Angket..... | 47 |
| 4.3.1.1 Uji Validitas | 47 |
| 4.3.1.2 Uji Reliabilitas | 49 |
| 4.3.2 Uji Asumsi Klasik..... | 50 |
| 4.3.2.1 Uji Normalitas..... | 50 |
| 4.3.2.2 Uji Multikolinieritas..... | 52 |
| 4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 53 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis | 54 |

| | |
|---|----|
| 4.3.3.1 Uji Determinan (R Square) | 54 |
| 4.3.3.2 Uji Parsial (Uji T) | 55 |
| 4.3.3.3 Uji simultan (Uji F)..... | 56 |
| 4.3.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda..... | 57 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian | 58 |
| 4.4.1 Pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi | 59 |
| 4.4.2 Pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi | 60 |
| 4.4.3 Pengaruh fitur terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi | 61 |
| BAB V PENUTUP | 64 |
| 5.1 Kesimpulan | 64 |
| 5.2 Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |
| LAMPIRAN..... | 69 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 89 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Data Penyaluran KPR Subsidi | 2 |
| Tabel 1. 2 Laporan Keuangan tanggal 26 Desember 2023 (BTN KCS Semarang) | 3 |
| Tabel 1. 3 Laporan Keuangan tanggal 26 Desember 2023 (BTN KCPS Majapahit) | 3 |
| Tabel 2. 1 Persyaratan Dokumen KPR Subsidi | 23 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu | 25 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel..... | 35 |
| Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden | 45 |
| Tabel 4. 2 Alamat Perumahan Responden | 46 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 47 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Lokasi (X1) | 48 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Harga (X2) | 48 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur (X3)..... | 49 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y) | 49 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y | 50 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas 1 | 51 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas 2 | 52 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas | 53 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 54 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Determinan | 54 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji T)..... | 55 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji F..... | 56 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran..... | 29 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normal P-Plot..... | 50 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keputusan adalah pilihan seseorang untuk menggunakan barang atau jasa yang dianggap memenuhi kebutuhannya dan siap menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan. Pada saat seseorang akan menggunakan produk atau jasa, yang pertama kali menjadi pertimbangan adalah dari sudut pandang ekonomi, hubungannya dengan orang lain sebagai dampak dari hubungan sosial, hasil analisis kognitif yang rasional ataupun lebih kepada ketidakpastian emosi (unsur emosional). Setiap individu pasti akan mengalami yang namanya sebuah pertimbangan meskipun hasil yang akan didapatkan berbeda-beda. Pengambilan keputusan berkaitan dengan suatu seleksi yang dilakukan oleh individu untuk menentukan pilihan dari berbagai alternatif produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan. Dengan demikian suatu kebutuhan akan terpenuhi.¹

Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah rumah, juga dikenal sebagai papan atau tempat tinggal. Di zaman sekarang, sulit untuk membangun rumah secara langsung, terutama di kota-kota besar. Rumah juga merupakan bagian dari bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan berlingkup dari hujan dan matahari. Rumah juga merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi kehidupan manusia. Akan tetapi masih banyak anggota masyarakat yang belum memiliki rumah, khususnya bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah. Masyarakat dengan penghasilan rendah sangat sulit mendapatkan rumah secara tunai. Untuk memiliki sebuah rumah membutuhkan modal yang cukup besar, tidak semua orang mampu membeli rumah dengan cash.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah cara untuk mendapatkan rumah murah yang sesuai dengan pendapatan Anda dan layak huni. Nasabah tersebut memiliki kemampuan untuk mengajukan pembiayaan ke bank syariah. Bank syariah tidak memberikan kredit seperti bank konvensional. Pembiayaan yang disalurkan bank syariah memberikan manfaat bagi bank sendiri, debitur/nasabah dan pemerintah. Manfaat pembiayaan bagi bank berupa pendapatan margin keuntungan atau bagi hasil sesuai akad pembiayaan yang diperjanjikan sebelumnya antara bank syariah dengan debitur, peningkatan profitabilitas bank, serta kegiatan pembiayaan dapat mendorong peningkatan kemampuan pegawai bank dalam memahami secara rinci aktivitas usaha para debitur diberbagai sektor usaha.² Keuntungan

¹ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet, *Menggagas Bisnis Islam*, i (Depok: Gema Insani, 2002), 165.

² Kartika Marella Vanni, "Sosialisasi Pembiayaan Bank Syariah Melalui Platform Digital," *Malik Al-Shalih: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 66–73, <https://doi.org/10.52490/malikalshalih.v1i1.680>.

yang akan didapat oleh masyarakat dengan mengajukan pembiayaan pemilikan rumah (KPR) di bank syariah diantaranya yaitu tidak mengalami perubahan pada angsurannya atau sifatnya fixed (tetap atau tidak terpengaruh oleh naik turunnya suku bunga) karena pada bank syariah transaksinya menggunakan akad transaksi jual beli, bank syariah membeli lunas rumah tersebut kemudian nasabah membeli dan membayarnya secara angsur. Keuntungan yang akan didapat lainnya adalah ketika nasabah melakukan transaksi akad jual beli rumah dengan bank syariah maka bisa dipastikan dokumen yang dibutuhkan sudah lengkap karena sebelum terjadi jual beli rumah dokumen terkait harus sudah dikuasai pihak bank sehingga nasabah yang menggunakan KPR pada bank syariah dapat langsung menempati rumah tersebut tanpa mengawatirkan lagi penyelesaian dokumen KPR pada developernya.

BTN Syariah fokus pada menawarkan kredit rumah bersubsidi dan tidak bersubsidi, meringankan permintaan rumah secara syariah, dan memudahkan masyarakat mendapatkan kredit rumah melalui berbagai prosedur yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. KPR Subsidi adalah suatu kredit yang diperuntukkan pada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang disubsidikan khusus oleh pemerintah yang bekerjasama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan. Berdasarkan peraturan menteri yaitu Peraturan Menteri Pekerjaan Umum (PU) Rakyat Republik Indonesia Nomor 21 / PRT / M / 2016 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, masyarakat yang berpenghasilan rendah mendapatkan dukungan kepemilikan atas rumah melalui kebijakan kemudahan, bantuan pembangunan dan perolehan rumah.³ Berikut adalah tabel penyaluran KPR Subsidi oleh BTN.

Tabel 1. 1 Data Penyaluran KPR Subsidi

| No | Tahun | Nominal |
|-----------|----------------|-------------------|
| 1. | 2019 (Rp-juta) | 17.311.658 |
| 2. | 2020 (Rp-juta) | 14.336.884 |
| 3. | 2021 (Rp-juta) | 15.149.382 |
| 4. | 2022 (Rp-juta) | 19.940.148 |

Sumber : Laporan tahunan BTN pada tahun 2019,2020,2021 dan 2022

Berdasarkan tabel diatas, pada tahun 2019 penyaluran KPR subsidi oleh BTN sebesar 17.311.658. Pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 14.336.884

³ Berpenghasilan Rendah, “Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 21/PRT/M/2016 Tentang Kemudahan Dan/Atau Bantuan Perolehan Ruman Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah,” 2016.

dikarenakan masa covid-19. Setelah masa pemulihan covid-19, penyaluran KPR subsidi oleh BTN sebesar 15.149.382 yang terjadi pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2022 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 19.940.148.

Tabel 1. 2 Laporan Keuangan tanggal 26 Desember 2023 (BTN KCS Semarang)

| No. | Nama Produk | Total (dalam milyar) |
|-----|-------------|----------------------|
| 1 | Subsidi | 280.384 |
| 2 | Non Subsidi | 76.134 |
| 3 | Non KPR | 3.190 |
| 4 | Giro | 103.575 |
| 5 | Tabungan | 437.410 |
| 6 | Deposito | 304.578 |

Tabel 1. 3 Laporan Keuangan tanggal 26 Desember 2023 (BTN KCPS Majapahit)

| No. | Nama Produk | Total |
|-----|-------------|-----------------|
| 1 | Subsidi | 34.359 (milyar) |
| 2 | Non Subsidi | 16.965 (milyar) |
| 3 | Non KPR | 87 (juta) |
| 4 | Giro | 34.027 (milyar) |
| 5 | Tabungan | 26.948 (milyar) |
| 6 | Deposito | 47.139 (milyar) |

Sumber : Laporan Keuangan BTN Syariah KCS Semarang dan KCPS Majapahit pada tanggal 26 Desember 2023

Tabel diatas merupakan laporan keuangan BTN KCS Semarang dan KCPS Majapahit Semarang. Laporan Keuangan tersebut merupakan laporan keuangan per tanggal 26 Desember 2023. Produk produk pembanding nya yaitu ada Subsidi, Non Subsidi, Non KPR, Giro, Tabungan dan Deposito. Produk Subsidi pada BTN KCS Semarang yaitu 280.384 milyar, sedangkan pada BTN KCPS Majapahit Semarang yaitu 34.359 milyar. Selanjutnya produk non subsidi pada BTN KCS Semarang yaitu 76.134 milyar, sedangkan pada BTN KCPS Majapahit Semarang yaitu 16.965 milyar. Kemudian produk Non KPR pada BTN KCS Semarang yaitu 3.190 milyar, sedangkan pada BTN KCPS Majapahit Semarang yaitu 87 juta. Selain itu, produk Giro pada BTN KCS Semarang yaitu 103.575 milyar, sedangkan pada KCPS Majapahit Semarang yaitu 34.027 milyar. Produk

selanjutnya yaitu produk Tabungan. Produk Tabungan pada BTN KCS Semarang yaitu 437.410 milyar, sedangkan pada BTN KCPS Majapahit Semarang yaitu 26.948 milyar. Yang terakhir adalah produk Deposito. Produk deposito pada BTN KCS Semarang yaitu 304.578 milyar, sedangkan pada BTN KCPS Majapahit Semarang yaitu 47.139 milyar.

Pemerintah menyalurkan subsidi perumahan ini melalui lembaga keuangan (perbankan) baik melalui lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan syariah. Hal yang sama diutarakan oleh pimpinan BTN Syariah KCPS majapahit yaitu Ibu Anne mengenai fakta dilapangan bahwasanya masyarakat membutuhkan sekitar 1.000.000 rumah layak huni. Hal ini dikarenakan sulit kiranya untuk membeli rumah secara cash dengan harga tanah dan rumah yang semakin naik. Maka dari itu pemerintah melalui skema KPR Bersubsidi mengharapkan 3.000.000 rumah yang dapat dihuni untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Sehingga kebijakan dari BTN KCPS Majapahit ikut membantu mensukseskan program dari pemerintah.⁴

Hal hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih rumah melalui skema KPR Bersubsidi yakni ada beberapa faktor. Salah satu hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan ialah faktor lokasi. Lokasi sangat berpengaruh dalam seseorang mengambil sebuah keinginan yang sesuai. Lokasi yang berada di area strategis seperti dapat diakses dengan mudah, akan dapat menambah keuntungan sendiri sehingga bisa dikatakan lokasi nya baik. Faktor lain yang dapat dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi ialah visibilitas, lalu lintas di daerah tersebut, ekspansi dan tentunya lingkungan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriano Dwi Mardani, Ahmad Yani dan Siti Napisah yaitu lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁵ Hasil penelitian lain yaitu dilakukan oleh Taufan Hidayat dengan hasil pada variabel lokasi terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁶ Penelitian ketiga dilakukan oleh Muhammad Wahyu Hamijaya¹ dan Restu A Suryaman yaitu variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat beli Skema Pembiayaan Milenial.⁷

⁴ “Harapan Dan Fakta Tentang KPR Bersubsidi” (Semarang, 2024).

⁵ Andriano Dwi Mardani, Ahmad Yani, and Siti Napisah, “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Stiepertiba* 6 (2020): 96–104, <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/94>.

⁶ Taufan Hidayat, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 17, no. 2 (2020): 95–105.

⁷ Jurnal Riset et al., “Jurnal Riset Ilmu Ekonomi,” *Jurnal Riset Ilmu Ekonom* 3, no. 1 (2023): 23–35.

Selain faktor lokasi, ada pula faktor lain yang mempengaruhi yaitu faktor harga. Harga yang murah serta harga yang mahal akan sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hairudin dan Hasbullah memiliki kesimpulan harga berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan.⁸ Kemudian penelitian selanjutnya oleh M Raviqy Vaqod Vaz dan Bambang Sutedjo memiliki hasil yaitu harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.⁹ Penelitian ketiga dilakukan oleh Annisa Rahima memiliki hasil yaitu Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) berpengaruh secara negatif signifikan terhadap pemberian KPR pada tingkat $\alpha = 5$ persen.¹⁰

Selanjutnya ada faktor ketiga dalam pengambilan keputusan yaitu fitur. Fitur ini berkaitan dengan pelayanan yang diberikan, kemudahan dalam bertransaksi dan produk yang ditawarkan. Hasil penelitian yang pertama diungkapkan oleh Irham Natsir Kelana dan Welis Raldianingrat dengan hasil yaitu produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe.¹¹ Penelitian selanjutnya diungkapkan oleh Humaidi, Setio Utomo dan Dinda Lestari dengan hasil yaitu fitur layanan memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.¹² Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana dan Ambar Lukitaningsih memiliki hasil yaitu Kualitas Layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.¹³

Ada 2 (dua) aspek yang saling berkaitan yakni Promosi dan keputusan. Promosi dalam perspektif ekonomi islam memiliki nilai-nilai kejujuran serta tidak mengandung

⁸ Hairudin Hairudin and Hasbullah Hasbullah, "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti," *Jurnal Revenue: Jurnal Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 715–26.

⁹ M Raviqy, Vaqod Vaz, and Bambang Sutedjo, "Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal)," *SEIKO : Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 2022–2275, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2011>.

¹⁰ Annisa Rahima, "Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pertimbangan Konsumen Dalam Menggunakan Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah," *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 10, no. 2 (2021): 102, <https://doi.org/10.32833/majem.v10i2.207>.

¹¹ Irham Natsir Kelana and Welis Raldianingrat, "Pengaruh Harga , Produk , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe)," *Jurnal Ilmiah Dikdaya* Vol. 12, no. September (2022): 596–603, <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v12i2.365>.

¹² Humaidi Humaidi, Setio Utomo, and Dinda Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)," *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 11, no. 1 (2022): 23, <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>.

¹³ Budiarno Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19, no. 02 (2022): 226–33, <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>.

penipuan, sehingga dalam prakteknya perlu media dan sarana sebagai penunjang dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁴ Untuk membuat nasabah tertarik dalam pengambilan keputusan KPR bersubsidi diperlukan informasi produk yang transparan dan terbuka sehingga kualitas produk dapat tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis mengambil judul tentang Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fitur Terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi : Studi Kasus Pada BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi?
3. Bagaimana pengaruh fitur terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.
3. Untuk menganalisis pengaruh fitur terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

1.4. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan penjelasan dan pemahaman pada hasil penelitian ini, maka penulis harus menyusun sistematika penulisan supaya dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik. Adapun sistematika penelitian ini terdiri dari 5 Bab yang terdiri sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan penelitian ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka penelitian ini berisi mengenai teori tentang ungkapan tentang penelitian sebelumnya dan kaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian membahas mengenai terkait jenis penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

¹⁴ Yusuf Asyahi, "Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Kredit Perumahan Rakyat (KPR) Bersubsidi," *Qonun Iqtishad El Madani* 1, no. 2 (2022): 62–67, <http://journal.marwah-madani-riau.id/index.php/QIIMJ/article/view/34%0Ahttps://journal.marwah-madani-riau.id/index.php/QIIMJ/article/download/34/31>.

Pembahasan menjelaskan terkait deskripsi data, analisis data, serta pembahasan yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data dan pembahasan, serta beberapa saran yang direkomendasikan kepada pihak yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Perilaku Konsumen

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, perilaku konsumen diartikan “Those actions directly involved in obtaining, consuming, and disposing of products and services, including the decision processes that precede and follow this action”. Perilaku konsumen merupakan tindakan– tindakan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Lalu, menurut Hawkins, Best dan Coney Merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi melakukan proses pemilihan, pengamanan, penggunaan dan penghentian. produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya terhadap konsumen dan masyarakat. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk studi yang mengkaji bagaimana individu membuat sebuah keputusan membelanjakan sumber daya yang tersedia dimiliki (waktu, uang dan usaha) untuk mendapatkan barang atau jasa yang akan dikonsumsi.¹⁵

Teori konsumen berguna untuk menjelaskan dan meramalkan produk-produk yang akan dipilih oleh konsumen (rumah tangga), pada tingkat pendapatan dan harga tertentu. Teori ini juga digunakan untuk mendapatkan kurva permintaan. Adapun beberapa teori perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1) Teori Ekonomi Mikro

Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsi, di mana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan marginal utility yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain.

2) Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung;

3) Teori Antropologis

Teori ini juga menekankan perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkungannya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya.

¹⁵ Indah Wahyu Utami, *Perilaku Konsumen : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*, Edisi (Surakarta: CV PUSTAKA BENGAWAN, 2017).

Dalam teori perilaku konsumen, konsumen bisa berperan dalam berbagai peran yaitu:

1. Initiator adalah individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu.
2. Influencer adalah individu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Informasi mengenai kriteria yang diberikan akan dipertimbangkan baik secara sengaja atau tidak.
3. Decider adalah yang memutuskan apakah akan membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana membelinya.
4. Buyer adalah individu yang melakukan transaksi pembelian sesungguhnya.
5. User yaitu individu yang mempergunakan produk atau jasa yang dibeli.

Pada dasarnya perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu:

1. Rasional adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum seperti: kebutuhan utama/primer, kebutuhan mendesak, dan daya guna produk itu sendiri kepada konsumen pembelinya. Berikut ini beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional:

- a. Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan.
- b. Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.
- c. Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin dan harganya sesuai dengan kemampuan konsumen.

2. Irrasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan atau kepentingan. Berikut ini beberapa ciri-ciri dari Perilaku Konsumen yang bersifat irrasional:

- a. Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik.
- b. Konsumen memilih barang-barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas.
- c. Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain (Kotler & Keller, 2012):

1. Faktor Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan tingkah laku yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Dalam hal ini perilaku konsumen yang satunya akan berbeda-beda dengan

perilaku konsumen lainnya karena tidak ada homogenitas dalam kebudayaan itu sendiri.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial juga mempengaruhi tingkah laku pembeli. Pilihan produk amat dipengaruhi oleh kelompok kecil, keluarga, teman, peran dan status sosial konsumen.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup (*product life cycle*), pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsumen.

4. Faktor Psikologis

Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu: motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa persepsi termasuk salah satu sub faktor psikologi yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.¹⁶

2.2. Lokasi

Peter berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi yang baik akan mengacu pada berbagai aktivitas suatu pemasaran yang berusaha agar memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran suatu barang atau jasa dan dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan dan fokus strategis. Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.¹⁷

Penentuan lokasi harus diperhatikan oleh para pelaku usaha karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, sebagaimana yang dijelaskan dalam Firman Allah SWT dalam Q.S. Al A'raf ayat 56 :

¹⁶ Edwin Zusrony, *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN* (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, n.d.).

¹⁷ Syahidin Syahidin and Adnan Adnan, "Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon," *Gajah Putih Journal of Economics Review* 4, no. 1 (2022): 20–32, <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ
مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: *Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.* (Q.S. Al-A'raf ayat 56)¹⁸

Dalam ayat ini Allah melarang manusia agar tidak membuat kerusakan di muka bumi. Larangan membuat kerusakan ini mencakup semua bidang, seperti merusak pergaulan, jasmani dan rohani orang lain, kehidupan dan sumber-sumber penghidupan (pertanian, perdagangan, dan lain-lain), merusak lingkungan dan lain sebagainya. Bumi ini sudah diciptakan Allah dengan segala kelengkapannya, seperti gunung, lembah, sungai, lautan, daratan, hutan dan lain-lain, yang semuanya ditujukan untuk keperluan manusia, agar dapat diolah dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk kesejahteraan mereka. Oleh karena itu, manusia dilarang membuat kerusakan di muka bumi. Selain itu, Allah juga menurunkan agama dan mengutus para rasul untuk memberi petunjuk agar manusia dapat hidup dalam kebahagiaan, keamanan dan kedamaian. Sebagai penutup kenabian, Allah mengutus Rasulullah saw yang membawa ajaran Islam sebagai rahmat bagi semesta alam. Bila manusia mengikuti ajaran Islam dengan benar, maka seluruhnya akan menjadi baik, manusia menjadi baik, bangsa menjadi baik, dan negara menjadi baik pula. Sesudah Allah melarang manusia membuat kerusakan, maka di akhir ayat ini diungkap lagi tentang etika berdoa. Ketika berdoa untuk urusan duniawi atau ukhrawi, selain dengan sepenuh hati, khusuk dan suara yang lembut, hendaknya disertai pula dengan perasaan takut dan penuh harapan.

Teori lokasi dari August Losch melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar). Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Menurut Kotler, salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan

¹⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Surat Al-A'raf Ayat 56," TafsirWeb, 2024, <https://tafsirweb.com/2510-surat-al-araf-ayat-56.html>.

ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.¹⁹ Indikator lokasi menurut Fandy Tjiptono yaitu sebagai berikut :

1. Akses
Kemudahan untuk menjangkau suatu tempat meliputi waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat.
2. Visibilitas
Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic)
Banyaknya orang atau kendaraan yang lalu lalang di lokasi tersebut.
4. Tempat parkir
Tempat parkir yang memadai untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi
Perluasan wilayah tertentu.
6. Lingkungan
Daerah sekitar yang mendukung bisnis yang ditawarkan.
7. Persaingan (lokasi pesaing)
Terdapat bisnis lain yang sama disekitar lokasi.
8. Peraturan pemerintah
Adanya peraturan pemerintah yang berkaitan dengan bisnis.²⁰

2.3. Harga

Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran. Harga memainkan peran penting dalam pemasaran untuk penjual dan pembeli. Menurut Kotler dan Armstrong mendefinisikan bahwa harga adalah jumlah dari semua nilai-nilai yang konsumen tebus sehingga mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Sedangkan menurut Buchari Alma meyebutkan bahwa harga adalah sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan bentuk uang.²¹ Menurut Husein Umar, harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau

¹⁹ AFRIAN RACHMAWATI, "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2020): 1–20, <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>.

²⁰ Agustini Tanjung, "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 05, no. 03 (2020): 1–18.

²¹ Ike Venessa and Zainul Arifin, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 Dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P," *Jurnal Administrasi Bisnis* 51, no. 1 (2017): 44–48.

menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Selain itu menurut Harini, harga adalah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.²² Menurut Alma, harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Harga merupakan satu-satunya dari unsur bauran pemasaran (marketing mix) yang menghasilkan pendapatan sementara unsur-unsur lainnya menimbulkan biaya.²³

Berdasarkan perspektif islam dalam penetapan harga haruslah sesuai dengan yang disyariatkan oleh agama islam karena tidak ada yang merasa dirugikan dari adanya kesepakatan tersebut. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah ayat 41, yaitu :

وَأْمِنُوا بِمَا أَنْزَلْتُ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَكُمْ وَلَا تَكُونُوا أُولَٰ كَافِرٍ بِهِ ۗ وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا
قَلِيلًا وَإِنِّي فَاتَّخُونَ

Artinya : *Dan berimanlah kamu kepada apa yang telah Aku turunkan (Al Quran) yang membenarkan apa yang ada padamu (Taurat), dan janganlah kamu menjadi orang yang pertama kafir kepadanya, dan janganlah kamu menukarkan ayat-ayat-Ku dengan harga yang rendah, dan hanya kepada Akulah kamu harus bertakwa. (Q.S. Al-Baqarah : 41)*²⁴

Tuntunan pada ayat di atas dipertegas lagi dengan mengajak mereka memeluk Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad. Dan berimanlah kamu kepada apa, yakni Al-Qur'an, yang telah Aku turunkan kepada Nabi Muhammad yang membenarkan apa, yakni Taurat, Zabur, dan lain-lain, yang ada pada kamu, dan janganlah kamu menjadi orang yang pertama, yakni yang paling gigih dan paling keras mengingkari dan kafir kepadanya. Janganlah kamu jual, campakkan, atau tukar ayat-ayat Ku dengan kemegahan duniawi dan dengan harga yang pada hakikatnya murah walaupun tampak mahal, dan bertakwalah

²² Nurul Wahyu Faroh, "Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook 'Perawatan Wajah')," *Journal Ilmiah Prodi Manajemen* 4, no. 2 (2017): 3–24.

²³ Arys Firmansyah, "Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya," *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 5, no. 2 (2020): 182, <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1086>.

²⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Surat Al-A'raf Ayat 56."

hanya kepada-Ku, sebab dengan itu kamu akan dapat menjalankan perintah-Ku dan meninggalkan larangan-Ku, sehingga kamu tidak terjerumus dalam kesesatan.

Harga dapat digunakan sebagai indikator nilai bilamana indikator tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Maka disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Harga memiliki dua peranan utama dalam pengambilan keputusan para pembeli yaitu :

- a. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperolehnya manfaat yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli dapat membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang akan dikehendakinya.
- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam memberitahu konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang baik.²⁵

Harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Harga juga berarti sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Untuk pelanggan yang sensitif terhadap harga, harga yang murah biasanya adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi. Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga

²⁵ Syahidin and Adnan, "Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon."

tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dimensi harga produk yaitu :

- (1) Keterjangkauan harga, sejauh mana sesuatu yang terjangkau, yang diukur dengan biaya relative terhadap jumlah yang membeli mampu membayar.
- (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, keseimbangan antara harga produk yang ditawarkan dengan kualitas produk yang diterima.
- (3) Daya saing harga, kekuatan harga yang ditawarkan dalam pemasaran suatu produk.
- (4) Kesesuaian harga dengan manfaat, keseimbangan antara harga produk ditawarkan dengan manfaat yang diterima oleh konsumen.²⁶

2.4. Fitur

Fitur adalah suatu hal yang dipertimbangkan pula oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang pada produk dengan taksiran yang ditawarkan.²⁷ Fitur ialah karakteristik pelengkap yang dimiliki oleh setiap produk barang dan jasa yang memiliki ciri khas tertentu pada setiap produknya agar memiliki perbedaan dari masing-masing produk perusahaan. Fitur layanan merupakan suatu hal yang dapat dipertimbangkan pula oleh bagi seseorang jika menggunakan suatu produk. Seseorang dapat menyelaraskan fitur yang ada pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. Kemudahan penggunaan adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan pengguna layanan mobile. Fitur layanan merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur layanan konsumen dapat memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya. Fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya. Agar konsumen merasa puas dengan fitur layanan maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan para pengguna. Berikut adalah beberapa indikator dari fitur layanan yaitu:

- 1) Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa.
- 2) Keberagaman layanan transaksi.

²⁶ Silvia Sari Sitompul, "Model Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 2, no. 2 (2019): 322–34, <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.611>.

²⁷ Amatun Nur Makmuriyah and Kartika Marella Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)," *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37–44.

3) Keberagaman fitur.

4) Inovasi produk.²⁸

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Didalam prinsip pelayanan dalam islam pun juga mengajarkan beberapa hal seperti pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum. Adapun prinsip nya yaitu Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun), Prinsip Memberi Kemudahan (At-taysir), Prinsip Persamaan (Musawah), Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah), Prinsip Lemah Lembut (Allayin), Prinsip Kekeluargaan (Ukhuwah). Hal ini sesuai dengan Surat Al-Baqarah ayat 267 yaitu :

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

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (Q.S Al-Baqarah : 267)*²⁹

Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk bersedekah dengan harta terbaik yang mereka dapatkan dan yang Allah berikan dari hasil bumi, seperti pertanian, perkebunan, dan barang tambang. Dan Allah melarang mereka sengaja berinfak dengan harta yang buruk, sebab jika mereka diberi harta yang demikian, merekapun tidak mau menerimanya kecuali dengan hati yang enggan. Tentunya seorang pelayan publik harus bisa memberi pelayanan terhadap masyarakat sepenuh hati sesuai standar yang telah ditentukan, sebagai pelayan publik harus mempunyai iman yang kuat, bagaimana pelayan publik harus mempunyai jiwa yang adil, jujur, akuntabel, transparan semua itu kunci dari keberhasilan pelayanan agar indeks kepuasan masyarakat terpenuhi.

Menurut Kotler, service (layanan) merupakan suatu kegiatan yang memberikan keuntungan pada organisasi dan telah memberikan kepuasan walaupun hasilnya tidak sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan menurut Atep Adya Barata menyatakan bahwa service merupakan suatu daya tarik yang bisa digunakan untuk promosi supaya nasabah

²⁸ Ika Aisyah, Raden Agrosamdhyo, and Ely Mansur, "Persepsi Nasabah Pada Fitur Layanan Top Up E-Wallet BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kuta," *Jurnal Nirta : Studi Inovasi* 3, no. 1 (2023): 01–13, <https://doi.org/10.61412/jnsi.v3i1.31>.

²⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Surat Al-Baqarah Ayat 267," TafsirWeb, 2024, <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html%0A>.

minat dalam menggunakan suatu produk. Menurut Parasuraman indikator service quality meliputi Bukti fisik (tangible), Keandalan (reliability), Ketanggapan (responsiveness) dan Jaminan (assurance).³⁰

Dalam teori pemasaran, fitur merupakan salah satu elemen dari atribut produk. Fitur dapat dikatakan sebagai aspek sekunder dari suatu produk. Fitur identik dengan sesuatu yang unik, khas, dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya. Fitur sering diasosiasikan dengan kemanfaatan atau fungsionalitas dari suatu produk. Menurut Dewi dan Jatra, fitur merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau menyempurnakan fungsi produk. Indikator yang digunakan untuk mengukur fitur adalah sebagai berikut :

- Kelengkapan fitur
- Kebutuhan fitur
- Ketertarikan fitur
- Kemudahan dalam penggunaan.

Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Berbagai produk yang serupa dapat dilihat berbeda oleh konsumen dari perbandingan fitur di dalamnya yaitu perbandingan kelengkapan fitur, kecanggihan fitur atau keistimewaan yang ditonjolkan dari satu fitur di suatu produk dibandingkan dengan produk lain. Menurut Thom W. A. Isliko, fitur produk diukur melalui tiga indikator yaitu :

- (1) Keragaman fitur
- (2) Fitur sesuai dengan harapan
- (3) Fitur memiliki keunggulan.³¹

2.5. Pengambilan Keputusan

Keputusan secara harfiah berarti pilihan. Pilihan yang dimaksud disini adalah pilihan dari dua kemungkinan atau lebih, tetapi juga dapat dikatakan keputusan yang diambil setelah mempertimbangkan dengan memilih salah satu kemungkinan pilihan. Sebagaimana dikemukakan oleh Gito Sudarmo, keputusan berkaitan dengan keputusan atau penentuan

³⁰ Yulia Widi Astuti, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi, "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 19, no. 3 (2020): 134–58, <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>.

³¹ Sitompul, "Model Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru."

suatu pilihan yang diinginkan. Definisi di atas mengandung pengertian, dalam keputusan yaitu :

- (1) ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
- (2) ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik
- (3) ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.³²

Menurut Steiner (1998) pengambilan keputusan didefinisikan sebagai suatu proses manusiawi yang didasari dan mencakup baik fenomena individu maupun sosial, didasarkan pada premis nilai dan fakta, menyimpulkan sebuah pilihan dari antar alternatif dengan maksud bergerak menuju suatu situasi yang diinginkan. Pengertian ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah. Steers mengemukakan bahwa “decision making is a process of selecting among available alternatives”. Artinya bahwa pengambilan keputusan menyangkut pilihan dari berbagai macam alternatif yang ada dalam organisasi. Selanjutnya Koontz (1998) mengatakan bahwa pengambilan keputusan merupakan seleksi berbagai alternatif tindakan yang akan ditempuh merupakan inti perencanaan.³³

Dalam proses pengambilan keputusan ada banyak pertimbangan. Proses pengambilan keputusan terkait dengan ketepatan pendekatan yang digunakan. Setiap pendekatan mempunyai kelebihan yang berbeda-beda tergantung pada jenis permasalahan yang dihadapi. Oleh karena itu, penggunaan suatu pendekatan yang tidak efektif mengakibatkan tidak akan memecahkan masalah yang dihadapi. Di dalam islam, pengambilan keputusan juga diterangkan dalam ayat suci Al-Qur’an secara umum dan dapat diterapkan dalam keaktifitas sehari-hari. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur’an surat Ali ‘Imran ayat 159 yang berbunyi :

فَقِيمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّيْسَ لَهُمْ شُورٌ لَّوْ كُنْتُمْ فِطْرًا غَالِبِينَ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ
فَأَعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun*

³² Herson Anwar, “Proses Pengambilan Keputusan Untuk Mengembangkan Mutu Madrasah,” *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2014): 37–56, <https://doi.org/10.21580/nw.2014.8.1.569>.

³³ Ahmad Rifa’i, “Prosesn Pengambilan Keputusan,” *Research Gate*, 2019, 1–12.

bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali-Imran : 159)³⁴

Penjelasan dari ayat diatas yaitu setelah memberi kaum mukmin tuntunan secara umum, Allah lalu memberi tuntunan secara khusus dengan menyebutkan karuniaNya kepada Nabi Muhammad. Maka berkat rahmat yang besar dari Allah, engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka yang melakukan pelanggaran dalam Perang Uhud. Sekiranya engkau bersikap keras, buruk perangai, dan berhati kasar, tidak toleran dan tidak peka terhadap kondisi dan situasi orang lain, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah, hapuslah kesalahan-kesalahan mereka dan mohonkanlah ampunan kepada Allah untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, yakni urusan peperangan dan hal-hal duniawi lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, dan kemasyarakatan. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad untuk melaksanakan hasil musyawarah, maka bertawakkallah kepada Allah, dan akuilah kelemahan dirimu di hadapan Allah setelah melakukan usaha secara maksimal. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakkal.

Pada hakikatnya pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap hakikat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data. Penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan baik merupakan tindakan yang paling tepat. Pengertian ini menurut peneliti mengandung lima hal yang esensi yaitu sebagai berikut :

- a) Dalam proses pengambilan keputusan tidak ada hal yang terjadi secara kebetulan
- b) Pengambilan keputusan tidak dapat dilakukan secara “sembarangan” karena cara pendekatan kepada pengambilan keputusan harus didasarkan atas kemampuan organisasi, tenaga kerja yang tersedia, dan situasi lingkungan
- c) Bahwa sebelum sesuatu masalah data dipecahkan dengan baik, hakikat daripada masalah ini harus diketahui dengan jelas
- d) Pemecahan masalah tidak dapat dilakukan melalui “ilham” atau dengan mengarang yang berdasarkan data-data yang telah didapatkan
- e) Keputusan yang baik adalah keputusan yang telah dipilih dari berbagai alternatif yang ada setelah dianalisis dengan matang.

Terkait dengan fungsi tersebut, maka tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan :

³⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Surat Ali ‘Imran Ayat 159,” TafsirWeb, 2024, <https://tafsirweb.com/1291-surat-ali-imran-ayat-159.html%0A>.

(1) Tujuan yang bersifat tunggal.

Tujuan pengambilan keputusan yang bersifat tunggal terjadi apabila keputusan yang dihasilkan hanya menyangkut satu masalah, artinya bahwa hanya sekali diputuskan, tidak ada kaitannya dengan masalah lain

(2) Tujuan yang bersifat ganda.

Tujuan pengambilan keputusan yang bersifat ganda terjadi apabila keputusan yang dihasilkan menyangkut lebih dari satu masalah, artinya keputusan yang diambil itu sekaligus memecahkan dua (atau lebih) masalah yang bersifat kontradiktif atau yang bersifat tidak kontradiktif.³⁵

Ada 6 indikator memengaruhi pengambilan keputusan :

1. Fisik

Berdasarkan sensasi yang dirasakan tubuh, dan ketidak nyamanan. kecenderungan menghindari perilaku yang menghasilkan ketidakpuasan dan sebaliknya memilih perilaku yang mendatangkan kegembiraan

2. Emosional

Orang merespons situasi secara subyektif, berdasarkan perasaan dan sikap mereka. Emosi merupakan amarahkuat yang diungkapkan oleh seseorang atau sesuatu, dan emosi adalah responsterhadap suatu objek atau peristiwa.

3. Rasional

Orang mengumpulkan informasi berdasarkan informasi yang didapat, memahami situasi dan konsekuensinya.

4. Latihan

Keterampilan dan prestasi individu digunakan untuk menilai kekuatan diri dan kepercayaan diri melalui prestasi

5. Interpesonal

Berdasarkan jejaring sosial yang ada, hubungan dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Jaringan sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari simpul-simpul (biasanya individu atau organisasi) yang dihubungkan oleh satu atau lebih hubungan spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, dan akar keluarga.

6. Struktural

Berdasarkan lingkungan sosial, ekonomi dan politik, lingkungan dapat menghasilkan baik mendukung atau mengkritik tindakan tertentu.³⁶

³⁵ Anwar, "Proses Pengambilan Keputusan Untuk Mengembangkan Mutu Madrasah."

³⁶ Aulia Dwi Wahyuni et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja, Pengambilan Keputusan : Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi (Literature Review Pengambilan Keputusan

Oleh karena itu, pengambilan keputusan pada tatanan yang lebih tinggi, apalagi pada masa transisi kebijakan perlu diperhitungkan masak-masak semua akibat yang mungkin timbul dari berbagai segi sedemikian rupa, sehingga diusahakan sejauh mungkin tidak ada pihak-pihak yang dirugikan diusahakan seminimal mungkin.

2.6. KPR Subsidi

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah kredit yang digunakan untuk membeli rumah atau untuk kebutuhan konsumtif lainnya dengan jaminan/agunan berupa Rumah. Walaupun penggunaannya mirip, KPR berbeda dengan kredit konstruksi dan renovasi. Kredit Pemilikan Rumah adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli rumah.³⁷ KPR atau Kredit Kepemilikan Rumah merupakan salah satu jenis pelayanan kredit yang diberikan oleh bank kepada para nasabah yang menginginkan pinjaman khusus untuk memenuhi kebutuhan dalam pembangunan rumah atau renovasi rumah. KPR sendiri muncul karena adanya kebutuhan memiliki rumah yang semakin lama semakin tinggi harganya tanpa diimbangi daya beli yang memadai oleh Masyarakat.³⁸

KPR merupakan salah satu cara untuk membantu kita dalam pembelian rumah. Dalam tinjauan syaria^h, sistem murabahah (jual beli) menjadi kata kunci dari pada setiap transaksi yang berbasis syariah dan terhindar dari unsur-unsur ribawi. Hal ini sesuai dengan Surat Al Baqarah Ayat 275 yaitu :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli*

Manajerial),” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4, no. 6 (2023): 975–89, <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i6.1616>.

³⁷ Arif Rochman, Dharu Triasih, and Agus Saiful Abib, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Transaksi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) Semarang,” *Hukum Dan Masyarakat Madani* 7, no. 3 (2019): 167, <https://doi.org/10.26623/humani.v7i3.1425>.

³⁸ Muhammad Rizal Satria, “Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah,” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2018): 105–18, <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.2880>.

dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Q.S. Al-Baqarah : 275)³⁹

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memperingatkan dari akibat buruk di dunia dan di akhirat dari memakan harta riba -yakni bunga dari hutang piutang atau jual beli-. Allah mengabarkan bahwa orang-orang yang berinteraksi dengan riba akan bangkit dari kubur mereka di akhirat seperti orang yang kerasukan setan; hal ini akibat perkataan mereka bahwa jual beli sama dengan riba, keduanya halal. Maka Allah membantah mereka dengan menjelaskan perbedaan antara keduanya, Dia menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, sebab dalam jual beli terdapat manfaat bagi manusia sedangkan riba mengandung kezaliman dan kebangkrutan. Barangsiapa yang mematuhi larangan riba maka tidak ada dosa baginya, dan urusannya yang telah lalu kembali kepada kehendak Allah. Dan barangsiapa yang kembali berinteraksi dengan riba karena menganggapnya halal maka dia sungguh telah jauh dari kebenaran dan akan kekal di neraka selamanya.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah suatu fasilitas kredit yang diberikan oleh perbankan kepada para nasabah perorangan yang akan membeli atau memperbaiki rumah. Di Indonesia, saat ini dikenal ada 2 jenis KPR :

1. KPR Subsidi, yaitu suatu kredit yang diperuntukan kepada masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah dalam rangka memenuhi kebutuhan perumahan atau perbaikan rumah yang telah dimiliki. Bentuk subsidi yang diberikan berupa : Subsidi meringankan kredit dan subsidi menambah dana pembangunan atau perbaikan rumah. Kredit subsidi ini diatur tersendiri oleh Pemerintah, sehingga tidak semua masyarakat yang mengajukan kredit dapat diberikan fasilitas ini. Secara umum batasan yang ditetapkan oleh Pemerintah dalam memberikan subsidi adalah penghasilan pemohon dan maksimum kredit yang diberikan.
2. KPR Non Subsidi, yaitu suatu KPR yang diperuntukan bagi seluruh masyarakat. Ketentuan KPR ditetapkan oleh bank, sehingga penentuan besarnya kredit maupun suku bunga dilakukan sesuai kebijakan bank yang bersangkutan.⁴⁰

³⁹ Kementrian Agama Republik Indonesia, "Surat Al-Baqarah Ayat 275," TafsirWeb, 2024, <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html%0A>.

⁴⁰ OJK, "Kredit Pemilikan Rumah," 2024, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Category/47>.

KPR BTN Bersubsidi iB merupakan pembiayaan yang ditujukan untuk program kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah yang bekerjasama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dalam rangka kemudahan kepemilikan rumah, dengan akad “Murabahah” (jual beli) yang memberikan berbagai macam manfaat seperti :

- a) Angsuran ringan dan tetap sampai dengan lunas
- b) Bebas PPN
- c) Jaringan kerjasama yang luas dengan developer di seluruh Indonesia
- d) Perlindungan asuransi jiwa dan asuransi kebakaran
- e) Subsidi bantuan uang muka sebesar 4 juta rupiah khusus rumah tapak
- f) Jangka waktu sampai dengan 20 tahun

Syarat dan Ketentuan dalam pengambilan KPR Bersubsidi sebagai berikut :

- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Memiliki e-KTP
- Usia minimal 21 tahun atau telah menikah
- Pada saat pembiayaan lunas usia tidak lebih dari 65 tahun
- Minimum masa kerja/usaha 1(satu) tahun
- Tidak memiliki kredit/pembiayaan bermasalah (IDI BI clear)
- Penghasilan pokok:
 - Tapak < Rp4,000.000,00
 - Rusun < Rp7,000,000,00
- Pemohon maupun pasangan (suami/isteri) tidak memiliki rumah dan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah
- Menyampaikan NPWP dan SPT Tahunan PPh orang pribadi sesuai perundang-undangan yang berlaku

Biaya Layanan yang ditetapkan yaitu :

- ✓ Biaya Administrasi
- ✓ Biaya Appraisal
- ✓ Biaya Notaris
- ✓ SKMHT/APHT

Persyaratan Dokumen untuk pribadi sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Persyaratan Dokumen KPR Subsidi

| No. | Kelengkapan | Karyawan | Wiraswasta | Profesional |
|-----|------------------------|----------|------------|-------------|
| 1. | Formulir Pengajuan | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. | FC KTP/Kartu Identitas | ✓ | ✓ | ✓ |

| | | | | |
|-----|---|---|---|---|
| 3. | FC Kartu Keluarga | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4. | FC Surat Nikah/Cerai | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5. | FC SK Pegawai | ✓ | - | - |
| 6. | FC Slip Gaji | ✓ | - | - |
| 7. | Surat Keterangan Penghasilan | - | ✓ | ✓ |
| 8. | Rek. Koran 3 Bulan Terakhir | ✓ | ✓ | ✓ |
| 9. | Laporan Keuangan 3 Bulan Terakhir | - | ✓ | - |
| 10. | FC NPWP dan SPT Tahunan PPh orang pribadi | ✓ | ✓ | ✓ |
| 11. | FC Ijin Usaha, SIUP, TDP, APP | - | ✓ | - |
| 12. | FC Ijin Praktek | - | - | ✓ |
| 13. | Mengisi Surat pernyataan KPR BTN Bersubsidi iB. | ✓ | ✓ | ✓ |

Sumber : Website BTN Syariah

Cara nasabah dalam mendaftar KPR Subsidi yaitu :

- Siapkan dokumen yang lengkap
- Berkas permohonan akan diproses dan diverifikasi oleh Bank BTN Syariah
- Jika permohonan disetujui, pemohon mempersiapkan kecukupan dana di tabungan BTN iB
- Melakukan akad pembiayaan
- Dan mulai proses pencairan permohonan⁴¹

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Tentunya dengan kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang penulis kaji :

⁴¹ BTN, "KPR BTN Bersubsidi IB," BTN Syariah, 2024, <https://www.btn.co.id/id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/pembiayaan/Pembiayaan-Perumahan/KPR--BTN-Bersubsidi-iB>.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

| No. | Jurnal | Variabel | Hasil |
|-----|---|---|---|
| 1. | Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang | X1 : Lokasi X2 : Harga X3 : Brand Image Y : Keputusan Pembelian | Lokasi, harga dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ⁴² |
| 2. | Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian | X1 : Produk X2 : Harga X3 : Promosi X4 : Lokasi Y : Keputusan Pembelian | Terdapat pengaruh positif pada variabel produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. ⁴³ |
| 3. | Determinan Minat Beli KPR Generasi Urban Milenial Di Kota Bandung | X1 : Atribut Produk X2 : Komunikasi Pemasaran X3 : Lokasi Y : Minat Beli | Atribut produk (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli Skema Pembiayaan Milenial. Besarnya kontribusi bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0,931 atau 93,1%, artinya variable Komunikasi Pemasaran (X2) mempunyai pengaruh terhadap Minat beli (Variabel Y) sebesar 93,1% dan sisanya sebesar 5,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Lokasi (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat |

⁴² Mardani, Yani, and Napisah, "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang."

⁴³ Hidayat, "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang."

| | | | |
|----|---|--|---|
| | | | beli skema pembiayaan milenial. ⁴⁴ |
| 4. | Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti | X1 : Promosi X2 : Harga X3 : Lokasi Y : Keputusan Pembelian | Secara parsial dinyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; Secara parsial dinyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; Secara parsial dinyatakan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. ⁴⁵ |
| 5. | Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal). | X1 : Kepercayaan X2 : Corporate Image X3 : Persepsi Harga Y : Keputusan Pembelian | Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan PT. Muliamas Land Kendal. Corporate Image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan PT. Muliamas Land Kendal. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan PT. Muliamas Land Kendal.. ⁴⁶ |

⁴⁴ Riset et al., "Jurnal Riset Ilmu Ekonomi."

⁴⁵ Hairudin and Hasbullah, "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti."

⁴⁶ Raviqy, Vaz, and Sutedjo, "Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal)."

| | | | |
|----|---|--|---|
| 6. | Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pertimbangan Konsumen Dalam Menggunakan Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah | X1 : Indeks Harga Properti Residensial X2 : Suku Bunga Kredit Pinjaman X3 : Produk Domestik Bruto Y : Pemberian Kpr | Indeks harga properti residensial (ihpr) berpengaruh secara negatif signifikan terhadap pemberian kpr pada tingkat $\alpha = 5$ persen. Suku bunga pinjaman berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pemberian KPR pada tingkat $\alpha = 5$ persen. Dari hasil regresi didapatkan bahwa Produk Domestik Bruto berpengaruh secara positif tidak signifikan terhadap pemberian KPR. ⁴⁷ |
| 7. | Pengaruh Harga, Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe) | X1 : Harga X2 : Produk X3 : Promosi X4 : Lokasi Y : Pembelian Rumah | Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe. Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan satria nusantara kabupaten konawe. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. ⁴⁸ |

⁴⁷ Rahima, "Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pertimbangan Konsumen Dalam Menggunakan Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah."

⁴⁸ Kelana and Raldianingrat, "Pengaruh Harga , Produk , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe)."

| | | | |
|----|--|--|---|
| 8. | Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fisip UIm Di Kota Banjarmasin) | X1 : Persepsi Manfaat X2 : Persepsi Kemudahan Penggunaan X3 : Fitur Layanan Y : Keputusan Pembelian | Variabel persepsi manfaat memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi kemudahan pengguna memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Variabel fitur layanan memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. ⁴⁹ |
| 9. | Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan | X1 : Kualitas Layanan X2 : Kualitas Produk Y : Kepuasan Pelanggan | Variabel kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan tidak diterima. variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan diterima. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan diterima. ⁵⁰ |

2.8. Kerangka Pemikiran

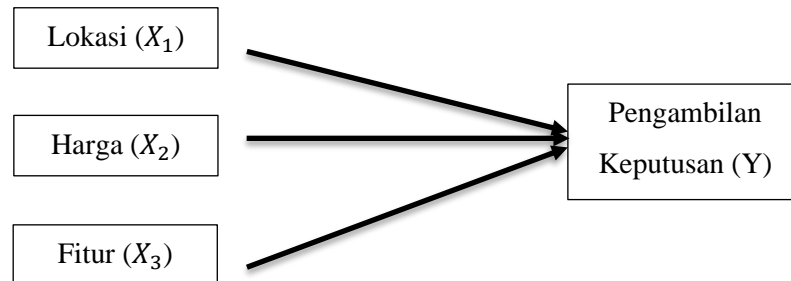
Berdasarkan pada penjelasan landasan teori yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini akan menganalisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan

⁴⁹ Humaidi, Utomo, and Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)."

⁵⁰ Budiarno, Udayana, and Lukitaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan."

Fitur Terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi : Studi Kasus Pada BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang, sehingga dapat digambarkan dengan alur hubungan variabel yang akan diteliti sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran



Keterangan Gambar :

—————→ : Pengaruh secara parsial

2.9. Hipotesis

Menurut Rogers, Hipotesis adalah dugaan tentatif tunggal digunakan menyusun teori atau eksperimen dan diuji. Abdullah, Hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian. Sehingga dengan demikian, substansi hipotesis adalah pernyataan sementara berbasis norma-norma terkait pada suatu fenomena atau kasus penelitian dan akan diuji dengan suatu metode atau statistika yang tepat.⁵¹ Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran teoritik maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.9.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi

Peter berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi yang baik akan mengacu pada berbagai aktivitas suatu pemasaran agar mempermudah penyaluran suatu barang atau jasa dan dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.⁵²

Hipotesis pertama mengenai variabel lokasi (X1) pada penelitian yang dilakukan oleh Andriano Dwi Mardani, Ahmad Yani dan Siti Napisah memiliki

⁵¹ Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, “Hipotesis Penelitian Kuantitatif,” *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2021): 96–102, <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.

⁵² Syahidin and Adnan, “Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.”

kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁵³ Hasil penelitian lain yaitu dilakukan oleh Taufan Hidayat dengan hasil pada variabel lokasi terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁵⁴ Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah :

H_1 : Lokasi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi

2.9.2 Pengaruh Harga terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi

Menurut Husein Umar, harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Selain itu menurut Harini, harga merupakan uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.⁵⁵

Hipotesis kedua mengenai variabel harga (X2) pada penelitian yang dilakukan oleh Hairudin dan Hasbullah memiliki kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan.⁵⁶ Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh M Raviqy Vaqod Vaz dan Bambang Sutedjo memiliki hasil yaitu harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.⁵⁷ Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H_2 : Harga berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi

2.9.3 Pengaruh Fitur terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi

Fitur adalah suatu hal yang dipertimbangkan pula oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang pada produk

⁵³ Mardani, Yani, and Napisah, "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang."

⁵⁴ Hidayat, "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang."

⁵⁵ Faroh, "Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook 'Perawatan Wajah')."

⁵⁶ Hairudin and Hasbullah, "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti."

⁵⁷ Raviqy, Vaz, and Sutedjo, "Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal)."

dengan taksiran yang ditawarkan.⁵⁸ Kemudahan penggunaan adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan pengguna layanan mobile.⁵⁹

Hipotesis yang ketiga mengenai variabel fitur (X3) dengan hasil penelitian yang pertama diungkapkan oleh Irham Natsir Kelana dan Welis Raldianingrat yaitu produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe.⁶⁰ Penelitian selanjutnya diungkapkan oleh Humaidi, Setio Utomo dan Dinda Lestari dengan hasil yaitu fitur layanan memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.⁶¹ Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah :

H_3 : Fitur berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi

⁵⁸ Nur Makmuriyah and Marella Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)."

⁵⁹ Ika Aisyah, Raden Agrosamdyo, and Ely Mansur, "Persepsi Nasabah Pada Fitur Layanan Top Up E-Wallet BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kuta."

⁶⁰ Kelana and Raldianingrat, "Pengaruh Harga , Produk , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe)."

⁶¹ Humaidi, Utomo, and Lestari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)."

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian adalah kegiatan ilmiah yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan yang akurat tentang suatu subjek. Jenis pengetahuan yang dikumpulkan dapat mencakup fakta, konsep, generalisasi, dan teori. Maka dari itu, untuk penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Nantinya variabel ini akan diukur dengan instrument penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian ini, informasi yang didapat yaitu dengan menggunakan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku.⁶²

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat dilaksanakannya suatu penelitian sedangkan waktu penelitian adalah jangka waktu lamanya penelitian itu berlangsung. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di BTN KCPS Majapahit Semarang dan beberapa perusahaan perumahan yang bekerja sama seperti Kanaya Land 6, Kanaya Land 8, Kanaya Land 9, Kanaya Land 10, Flamboyan 5, Griya Nusa Asri, Puri Delta Asri, Kota Kita dan Griya Sakinah. Penelitian ini dilakukan dengan jangka waktu tiga bulan.

3.3. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek penelitian yang memiliki atribut dan kualitas tertentu yang ditentukan, diperiksa, dan diambil kesimpulan.⁶³ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli rumah melalui skema KPR Subsidi ke BTN KCPS Majapahit Semarang yang jumlahnya 1014.⁶⁴

⁶² Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.

⁶³ Pembelian Pada et al., "Economics and Digital Business Review Peranan Promosi Produk Calcetrat Terhadap Keputusan" 5, no. 1 (2024): 452–60.

⁶⁴ Ibu Aulia selaku Financing Service, "Wawancara BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang," 2023.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶⁵ Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Probability Sampling. Teknik probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam teknik probability sampling ada beberapa cara yaitu salah satunya cluster sampling. Cluster sampling adalah teknik yang digunakan bila obyek yang akan diteliti sangat luas.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang membeli rumah melalui skema KPR Bersubsidi pada BTN KCPS Majapahit Semarang. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Prakiraan tingkat kesalahan (0,1 atau 10%)

Populasi yang terdapat yaitu 1014. Dengan tingkat kesalahan yaitu 0,1 atau 10 %. Maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{1014}{1 + 1014(0,1)^2} \\n &= \frac{1014}{1 + 10,14} \\n &= \frac{1014}{11,14} \\n &= 91,02\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan n = 91,02 maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden dalam penelitian ini.

⁶⁵ Pada et al., "Economics and Digital Business Review Peranan Promosi Produk Calcetrat Terhadap Keputusan."

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu metode angket. Metode angket merupakan suatu metode penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya meyangkut kepentingan umum atau orang banyak, dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan berupa formulir-formulir yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban atau respon. Skala pengukuran yang digunakan di dalam kuesioner adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁶ Skala Likert memerlukan seorang responden untuk mengindikasikan derajat setuju atau tidak setuju dengan sebuah varietas pernyataan yang berhubungan dengan perilaku atau objek. Dalam skala ini angka-angka digunakan untuk membuat peringkat objek dan menunjukkan nilai pada atribut yang diukur. Skala Likert yang digunakan terdiri dari 5 point, yaitu dari skala 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skala 5 (sangat setuju). Kuesioner ini menggunakan Skala Likert untuk pertanyaan ini yang memiliki penilaian sebagai berikut :

| | |
|---------------------|-----|
| Sangat Setuju | = 5 |
| Setuju | = 4 |
| Cukup Setuju | = 3 |
| Tidak Setuju | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju | = 1 |

Untuk pengumpulan data itu sendiri dilakukan dengan cara wawancara secara langsung menggunakan kuesioner tersebut dengan lembar pertanyaan yang sudah disiapkan. Wawancara ini dilakukan dengan mendatangi nasabah yang telah membeli rumah melalui skema KPR Bersubsidi di BTN KCPS Majapahit. Lalu menjelaskan pertanyaan apa saja yang peneliti bahas. Dan diakhir sesi peneliti meminta izin untuk dokumentasi.

3.5. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:61). Sedangkan menurut Arikunto

⁶⁶ Ria Sukmawati and M. Irfan Tarmizi, "Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Lion Supermarket Di Kota Praya," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 27, no. 2 (2022): 58–66, <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>.

(2010:161) variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.⁶⁷ Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

| No. | Variabel | Penjelasan Variabel | Indikator |
|-----|------------------|---|---|
| 1. | Lokasi (X_1) | Lokasi yang baik akan mengacu pada berbagai aktivitas suatu pemasaran yang berusaha agar memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran suatu barang atau jasa dan dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. ⁶⁸ | 1) Akses 2) Visibilitas 3) Lalu lintas (traffic) 4) Tempat parkir 5) Ekspansi 6) Lingkungan 7) Persaingan (lokasi pesaing) 8) Peraturan pemerintah ⁶⁹ |
| 2. | Harga (X_2) | Menurut Husein Umar dalam Rachman, harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. ⁷⁰ | 1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat. ⁷¹ |

⁶⁷ Sofyan Dwi Ariyanto, "Pengaruh Antara Motivasi Belajar Siswa Dan Tingkat Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas X Jurusan Teknik Gambar," *Scaffolding UNNES* 1, no. 1 (2012): 61–68.

⁶⁸ Syahidin and Adnan, "Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon."

⁶⁹ Tanjung, "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian."

⁷⁰ Faroh, "Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook 'Perawatan Wajah')."

⁷¹ Sitompul, "Model Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru."

| | | | |
|----|---------------------------|--|---|
| 3. | Fitur (X_3) | Fitur ialah karakteristik pelengkap yang dimiliki oleh setiap produk barang dan jasa yang memiliki ciri khas tertentu pada setiap produknya agar memiliki perbedaan dari masing-masing produk perusahaan. ⁷² | 1) Keragaman fitur 2) Fitur sesuai dengan harapan 3) Fitur memiliki keunggulan. ⁷³ |
| 4. | Pengambilan Keputusan (Y) | Pengambilan keputusan didefinisikan sebagai suatu proses manusiawi yang didasari dan mencakup baik fenomena individu maupun sosial, didasarkan pada premis nilai dan fakta, menyimpulkan sebuah pilihan dari antar alternatif dengan maksud bergerak menuju suatu situasi yang diinginkan. ⁷⁴ | 1) Fisik 2) Emosional 3) Rasional 4) Latihan 5) Interpesonal 6) Struktural ⁷⁵ |

3.6. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian akan dilakukan adalah :

3.6.1 Uji Kesahihan Angket

Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat valid dari penelitian yang digunakan. Sebuah penelitian dikatakan valid apabila mampu

⁷² Ika Aisyah, Raden Agrosamdhyo, and Ely Mansur, "Persepsi Nasabah Pada Fitur Layanan Top Up E-Wallet BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kuta."

⁷³ Sitompul, "Model Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru."

⁷⁴ Rifa'i, "Prosesn Pengambilan Keputusan."

⁷⁵ Dwi Wahyuni et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja, Pengambilan Keputusan : Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi (Literature Review Pengambilan Keputusan Manajerial)."

mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel-variabel yang diteliti secara tepat.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan perhitungan Alpha Cronbach, yang menunjukkan bahwa variabel yang digunakan untuk mengukur konsep dalam penelitian ini cukup reliable.⁷⁶

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji multikolinieritas

a) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b) Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Pengujian ini biasanya menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov yang mana uji ini termasuk pada golongan non parametrik. Pada uji Kolmogrov-Smirnov dikatakan normal apabila nilai variabel lebih besar dari nilai signifikansi ($\alpha > 0,05$).

c) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear.

⁷⁶ Musrifah Mardiani Sanaky, "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39, <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.

Gejala adanya multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerancinya. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.⁷⁷

3.6.3 Uji Hipotesis

a) Uji Determinan (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen rendah.

b) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2011:98) uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen dengan level of significance 5%.

c) Uji simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2011:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama – sama terhadap variabel dependen dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).⁷⁸

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ response (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah

⁷⁷ GUN - MARDIATMOKO, “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda,” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42, <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.

⁷⁸ Silva Okta Riani and Ivan Gumilar Sambas Putra, “Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan,” *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 4 (2023): 2424–29, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1851>.

arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel - variabel bebasnya.
Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = variable tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

a = konstanta

b₁,b₂,b₃ = nilai koefisien regresi

X₁ = Lokasi

X₂ = Harga

X₃ = Fitur⁷⁹

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametik maupun non parametik dengan basis windows.

⁷⁹ I Made Yuliara, "Modul Regresi Linier Berganda," *Universitas Udayana* 2, no. 2 (2016):

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Tabungan Negara (BTN)

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (Bank BTN) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang Perbankan. BTN berkomitmen menjadi Bank yang melayani dan mendukung pembiayaan sektor perumahan melalui tiga produk utama: perbankan perseorangan, bisnis, dan syariah. BTN adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang berbentuk perseroan terbatas dan bergerak di bidang jasa keuangan perbankan.

Cikal bakal Bank BTN dimulai dengan didirikannya Postspaarbank di Batavia pada tahun 1897, pada masa pemerintah Belanda. Pada 1 April 1942 Postparbank diambil alih pemerintah Jepang dan diganti namanya menjadi Tyokin Kyoku. Setelah kemerdekaan diproklamasikan, maka Tyokin Kyoku diambil alih oleh pemerintah Indonesia, dan namanya diubah menjadi Kantor Tabungan Pos RI. Usai dikukuhkannya, Bank Tabungan Pos RI ini sebagai satu-satunya lembaga tabungan di Indonesia. Pada tanggal 9 Februari 1950 pemerintah mengganti namanya dengan nama Bank Tabungan Pos. Tanggal 9 Februari 1950 ditetapkan sebagai hari dan tanggal Bank BTN. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 4 tahun 1963 Lembaran Negara Republik Indonesia No. 62 tahun 1963 tanggal 22 Juni 1963, maka resmi sudah nama Bank Tabungan Pos diganti namanya menjadi Bank Tabungan Negara. Dalam periode ini posisi Bank BTN telah berkembang dari sebuah unit menjadi induk yang berdiri sendiri.

Kemudian sejarah Bank BTN mulai diukir kembali dengan ditunjuknya oleh Pemerintah Indonesia pada tanggal 29 Januari 1974 melalui Surat Menteri Keuangan RI No. B-49/MK/I/1974 sebagai wadah pembiayaan proyek perumahan untuk rakyat. Sejalan dengan tugas tersebut, maka mulai 1976 mulailah realisasi KPR (Kredit Pemilikan Rumah) pertama kalinya oleh Bank BTN di negeri ini. Berjalannya waktu, akhirnya mengantar Bank BTN sebagai satu-satunya bank yang mempunyai konsentrasi penuh dalam pengembangan bisnis perumahan di Indonesia

melalui dukungan KPR BTN. Saat Bank BTN pun makin melebar pada tahun 1989 Bank BTN sudah mengeluarkan obligasi pertamanya. Pada tahun 1992 status Bank BTN ini menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) karena sukses Bank BTN dalam bisnis perumahan melalui fasilitas KPR tersebut. Status persero ini memungkinkan Bank BTN bergerak lebih luas lagi dengan fungsinya sebagai bank umum (komersial).

Demi mendukung bisnis KPR tersebut, Bank BTN mulai mengembangkan produk-produk layanan perbankan sebagaimana layaknya bank umum (komersial) Sukses Bank BTN dalam bisnis KPR juga telah meningkatkan status Bank BTN sebagai bank Konvensional menjadi Bank Devisa pada tahun 1994. Layanan bank dalam bentuk penerbitan Letter of Credit (L/C), pembiayaan usaha dalam bentuk Dollar, dan lain lain bisa diberikan Bank BTN dengan status tersebut. Dengan status baru ini tidak membuat Bank BTN lupa akan fungsi utamanya sebagai penyedia KPR untuk masyarakat menengah kebawah. Bank BTN pun makin melebar pada tahun 1989 Bank BTN sudah mengeluarkan obligasi pertamanya. Pada tahun 1992 status Bank BTN ini menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) karena sukses Bank BTN dalam bisnis perumahan melalui fasilitas KPR tersebut. Status persero ini memungkinkan Bank BTN bergerak lebih luas lagi dengan fungsinya sebagai bank umum (komersial). Demi mendukung bisnis KPR tersebut, Bank BTN mulai mengembangkan produk-produk layanan perbankan sebagaimana layaknya bank umum (komersial).

Berdasarkan kajian konsultan independent, Price Water House Coopers, Pemerintah melalui menteri BUMN dalam surat No. 5 – 544/MMBU/2002 memutuskan Bank BTN sebagai Bank umum dengan fokus bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi. Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) mengeluarkan pernyataan efektif terhadap produk investasi baru berbasis sekuritisasi. Produk itu adalah EBA Danareksa Sarana Multigriya Finansial I - Kredit Kepemilikan Rumah Bank Tabungan Negara (SMF I-KPR BTN). Di tahun yang sama juga Bank BTN melakukan Penawaran Umum Saham Perdana (IPO) dan listing di Bursa Efek Indonesia. Kepercayaan masyarakat dan pemerintah terhadap Bank BTN telah mengantarkan BTN mendapatkan penghargaan dalam ajang Anugerah Perbankan Indonesia VI 2017 sebagai Peringkat 1 Bank Terbaik Indonesia 2017. Dengan adanya penghargaan tersebut akan mengukuhkan

optimisme perseroan untuk mampu melanjutkan catatan kinerja positif dan mencapai target bisnis perseroan pada tahun tahun berikutnya.

Kantor BTN Syariah di Indonesia cukup banyak. Terlebih di Kota Semarang ada beberapa kantornya, salah satunya yaitu BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang. Kantor BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang berlokasi di Jl. Majapahit No.400, Palebon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50246. Layanan operasional dari BTN syariah KCPS Majapahit Semarang yaitu pada Hari Senin-Jumat pada pukul 08.00-15.00 WIB. Sedangkan pada hari sabtu dan minggu, kantor BTN Syariah KCPS Majapahit tutup. Dalam pelaksanaannya BTN Syariah KCPS Majapahit menerapkan prinsip syariah islam, dengan produk yang dimiliki oleh BTN Syariah. Pinjaman dana yang halal dan menguntungkan serta melakukan layanan segala transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah.

4.1.2 Core Values dan Enam Nilai Budaya

Bank BTN memiliki 6 (Enam) Core Values **AKHLAK** yang menjadi pondasi bagi seluruh BTNers (sebutan Pegawai Bank BTN) dalam berperilaku untuk mencapai visi Bank BTN. 18 (Delapan Belas) Panduan Perilaku AKHLAK bagi BTNers

- **Amanah**
 - Memenuhi janji dan komitmen.
 - Bertanggung jawab atas tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan.
 - Berpegang teguh kepada nilai moral dan etika.
- **Kompeten**
 - Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah.
 - Membantu orang lain belajar.
 - Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik.
- **Harmonis**
 - Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya.
 - Suka menolong orang lain.
 - Membangun lingkungan kerja yang kondusif.
- **Loyal**
 - Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara.

- Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar.
- Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika.
- **Adaptif**
 - Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik.
 - Terus-menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi.
 - Bertindak proaktif.
- **Kolaboratif**
 - Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi.
 - Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah.
 - Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama.

Sedangkan makna enam nilai budaya yaitu :

1) **Amanah**

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.

2) **Kompeten**

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

3) **Harmonis**

Saling peduli dan menghargai perbedaan.

4) **Loyal**

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.

5) **Adaptif**

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

6) **Kolaboratif**

Membangun kerja sama yang sinergis.⁸⁰

4.1.3 Pembiayaan Konsumer BTN Syariah

KPR Subsidi :

- **KPR Sejahtera BTN iB**

⁸⁰ Website BTN yaitu <https://www.btn.co.id/Tentang-Kami> diakses pada 2 januari 2024 pukul 07.40 WIB

KPR Bersubsidi skema FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) yang pengelolaannya dilaksanakan oleh BP Tapera yang diperuntukkan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) non Peserta Tapera dengan pekerjaan formal (fixed income) dan pekerjaan informal (non fixed income) menggunakan akad Murabahah. Keunggulan pembiayaan KPR Sejahtera BTN iB yaitu :

- Uang muka ringan mulai dari 1%
- Angsuran tetap sampai lunas dan ringan dengan margin hanya 5%
- Jaringan kerjasama luas dengan developer di seluruh Indonesia
- Nasabah mendapatkan perlindungan asuransi jiwa dan kebakaran, serta tidak dibebankan Pajak Pertambahan Nilai
- Subsidi bantuan uang muka sebesar Rp4.000.000,- (khusus rumah tapak)
- Jangka waktu pembiayaan hingga 20 tahun

Syarat & Ketentuan

- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Memiliki e-KTP
- Usia minimal 21 tahun atau sudah menikah
- Pada saat pembiayaan lunas usia tidak lebih dari 65 tahun
- Minimum masa usaha (non-fixed income) adalah 1 tahun
- Maksimal penghasilan: Kawin Rp8.000.000,- Tidak kawin Rp7.000.000,-
- Pemohon maupun pasangan (suami/isteri) tidak memiliki rumah dan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah
- Menyampaikan NPWP dan SPT Tahunan PPh orang pribadi sesuai perundang-undangan yang berlaku

- KPR Tapera BTN iB

Rumah Impian Pertama Bagi Keluarga Tapera. Program pembiayaan kepemilikan rumah dari pemerintah yang ditujukan untuk Peserta Tapera yang tergolong Masyarakat Berpenghasilan Rendah, dengan akad Murabahah. Keunggulan pembiayaan KPR Tapera BTN iB yaitu :

- Angsuran tetap sampai lunas dan ringan dengan margin hanya 5%

- Nasabah mendapatkan perlindungan asuransi jiwa dan kebakaran, serta tidak dibebankan Pajak Pertambahan Nilai (PPN)
- Jaringan kerjasama luas dengan developer di seluruh Indonesia
- Nikmati pembiayaan hunian dengan uang muka 0%
- Jangka waktu pembiayaan hingga 30 tahun

Syarat & Ketentuan

- Terdaftar sebagai peserta TAPERA dengan masa kepesertaan paling sedikit 12 bulan
- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Usia minimal 21 tahun atau telah menikah
- Pada saat pembiayaan lunas usia tidak lebih dari 65 tahun
- Maksimal penghasilan sebesar Rp8.000.000,-
- Pemohon maupun pasangan (suami/istri) tidak memiliki rumah dan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah
- Menyampaikan fotokopi identitas e-KTP dan NPWP.⁸¹

4.2 Deskripsi Data Responden

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Penyebaran kuesioner tersebut ditujukan untuk 100 responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Pada penjelasan ini, peneliti akan memberikan informasi terkait perihal responden yang digunakan dalam penelitian.

4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|----------------------|---------------|-------------------|
| Laki-laki | 58 | 58% |
| Perempuan | 42 | 42% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa jumlah responden keseluruhan yaitu 100 responden. Untuk responden pria berjumlah 58 responden atau 58%, sedangkan untuk responden perempuan berjumlah 42 responden atau 42%.

⁸¹ BTN, "Pembiayaan Konsumer BTN Syariah," BTN Syariah, accessed December 13, 2024, <https://www.btn.co.id/Syariah>.

4.2.2 Deskripsi Responden berdasarkan Alamat Perumahan

Tabel 4. 2 Alamat Perumahan Responden

| Perumahan | Jumlah | Presentae |
|------------------------|---------------|------------------|
| Flamboyan 5 | 2 | 2% |
| Griya Nusa Asri | 45 | 45% |
| Griya Sakinah | 2 | 2% |
| Kanaya Land 6 Tahap IV | 6 | 6% |
| Kanaya Land 8 | 2 | 2% |
| Kanaya Land 9 | 11 | 11% |
| Kota Kita | 23 | 23% |
| Puri Delta Asri 9 | 9 | 9% |
| Jumlah | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, diketahui jumlah responden yaitu 100. Jumlah responden dari perumahan Flamboyan 5 yaitu 2 responden dengan presentase 2%. Lalu jumlah responden dari perumahan Griya Nusa Asri yakni 45 responden dengan presentase 45%. Kemudian jumlah responden dari perumahan griya sakinah yaitu 2 responden dengan presentase 2%. Jumlah responden dari perumahan Kanaya Land 6 Tahap IV sebesar 6 responden dengan presentase 6%. Jumlah responden dari perumahan Kanaya Land 8 yaitu 2 responden dengan presentase 2%. Kemudian jumlah responden dari perumahan Kanaya Land 9 yaitu 11 responden dengan presentase 11%. Lalu jumlah responden dari perumahan Kota Kita yaitu 23 responden dengan presentase 23%. Sedangkan jumlah responden dari perumahan Puri Delta Asri 9 yaitu 9 responden dengan presentase 9%.

4.2.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif ini dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (mean), tertinggi (max), terendah (min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Mengenai hasil uji statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| LOKASI | 100 | 30,00 | 40,00 | 37,3400 | 2,55533 |
| HARGA | 100 | 14,00 | 20,00 | 17,8400 | 1,80750 |
| FITUR | 100 | 10,00 | 15,00 | 13,5400 | 1,29037 |
| PENGAMBILAN KEPUTUSAN | 100 | 22,00 | 30,00 | 27,9700 | 1,94601 |
| Valid N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

1. Variabel Lokasi (X1), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 30 sedangkan nilai maksimum sebesar 40. Untuk rata-rata lokasi sebesar 37,3400 dan standar deviasi data lokasi yaitu 2,55533.
2. Variabel Harga (X2), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 14 sedangkan nilai maksimum sebesar 20. Untuk rata-rata harga sebesar 17,8400 dan standar deviasi data harga yaitu 1,80750.
3. Variabel Fitur (X3), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 10 sedangkan nilai maksimum sebesar 15. Untuk rata-rata fitur sebesar 13,5400 dan standar deviasi data fitur yaitu 1,29037.
4. Variabel Pengambilan Keputusan (Y), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 22 sedangkan nilai maksimum sebesar 30. Untuk rata-rata pengambilan keputusan sebesar 27,9700 dan standar deviasi data pengambilan keputusan yaitu 1,94601.

4.3. Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Kesahihan Angket

Uji ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas data berguna untuk memahami valid atau tidaknya pernyataan-pernyataan kuesioner dari variabel. Suatu pernyataan dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05. Validitas dapat diukur

menggunakan df (degree of freedom) memakai rumus $df = n-2$. Jumlah responden yang diuji yakni 30 responden, maka $30-2=28$ dengan alpha 5% maka diperoleh r tabel 0,361. Berikut merupakan rincian hasil uji validitas data :

1) Variabel Lokasi (X1)

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Lokasi (X1)

| Lokasi (X1) | R Tabel | R Hitung | Keterangan |
|-------------|---------|----------|------------|
| X1_1 | 0,361 | 0,726 | Valid |
| X1_2 | 0,361 | 0,806 | Valid |
| X1_3 | 0,361 | 0,766 | Valid |
| X1_4 | 0,361 | 0,735 | Valid |
| X1_5 | 0,361 | 0,639 | Valid |
| X1_6 | 0,361 | 0,624 | Valid |
| X1_7 | 0,361 | 0,684 | Valid |
| X1_8 | 0,361 | 0,524 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, hasil uji validitas diperoleh bahwa kedelapan item pernyataan pada variabel lokasi memiliki nilai R-hitung lebih besar dibandingkan R-tabel, maka semua item pernyataan diungkapkan valid serta bisa dipergunakan untuk penelitian ini.

2) Variabel Harga (X3)

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Harga (X2)

| Harga (X2) | R Tabel | R Hitung | Keterangan |
|------------|---------|----------|------------|
| X2_1 | 0,361 | 0,761 | Valid |
| X2_2 | 0,361 | 0,842 | Valid |
| X2_3 | 0,361 | 0,840 | Valid |
| X2_4 | 0,361 | 0,683 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, hasil uji validitas diperoleh bahwa keempat item pernyataan pada variabel harga memiliki nilai R-hitung lebih besar dibandingkan R-tabel, maka semua item pernyataan diungkapkan valid serta bisa dipergunakan untuk penelitian ini.

3) Variabel Fitur

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Fitur (X3)

| Fitur (X3) | R Tabel | R Hitung | Keterangan |
|-------------------|----------------|-----------------|-------------------|
| X3_1 | 0,361 | 0,817 | Valid |
| X3_2 | 0,361 | 0,837 | Valid |
| X3_3 | 0,361 | 0,831 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, hasil uji validitas diperoleh bahwa ketiga item pernyataan pada variabel fitur memiliki nilai R-hitung lebih besar dibandingkan R-tabel, maka semua item pernyataan diungkapkan valid serta bisa dipergunakan untuk penelitian ini.

4) Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

| Pengambilan keputusan (Y) | R Tabel | R Hitung | Keterangan |
|----------------------------------|----------------|-----------------|-------------------|
| Y_1 | 0,361 | 0,570 | Valid |
| Y_2 | 0,361 | 0,778 | Valid |
| Y_3 | 0,361 | 0,875 | Valid |
| Y_4 | 0,361 | 0,628 | Valid |
| Y_5 | 0,361 | 0,824 | Valid |
| Y_6 | 0,361 | 0,609 | Valid |

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, hasil uji validitas diperoleh bahwa keenam item pernyataan pada variabel pengambilan keputusan memiliki nilai R-hitung lebih besar dibandingkan R-tabel, maka semua item pernyataan diungkapkan valid serta bisa dipergunakan untuk penelitian ini.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kekonsistenan responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas data sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | Keterangan |
|---------------------------|------------------------|------------|
| Lokasi (X1) | 0,841 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,788 | Reliabel |
| Fitur (X3) | 0,760 | Reliabel |
| Pengambilan Keputusan (Y) | 0,815 | Reliabel |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

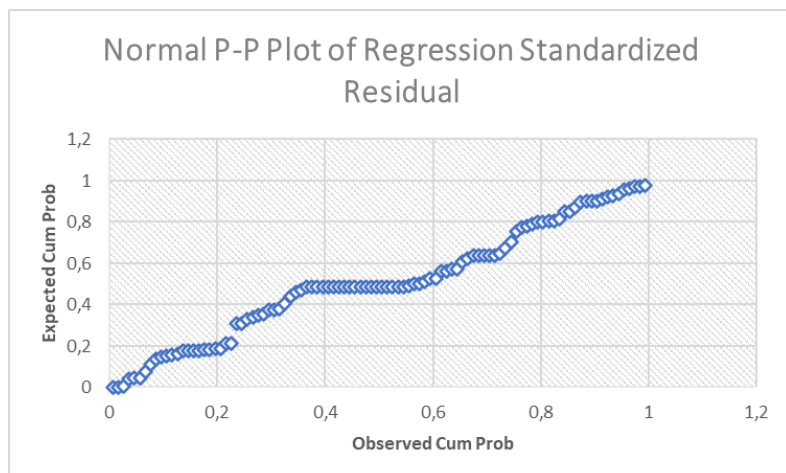
Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa variabel Lokasi, Harga, Fitur dan Pengambilan Keputusan memperoleh nilai Cronbach's Alpha diatas 0,60. Berdasarkan keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari variabel tersebut telah teruji realibilitasnya atau reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent yakni Lokasi, Harga, Fitur serta variabel dependen yakni Pengambilan Keputusan berdistribusi normal.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normal P-Plot



Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 25, 2024

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, dapat diketahui model regresi pada garis tersebut dikatakan tidak normal, dikarenakan dalam grafik normal plot terlihat adanya titik-titik yang menyebar

menjauh garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas 1

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|---|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,00207929 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,118 |
| | Positive | 0,093 |
| | Negative | -0,118 |
| Test Statistic | | 0,118 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .001 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode KolmogorovSmirnov pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai Asymp, sig 0,001 yang lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Karena hasil uji normalitas pada penelitian ini tidak berdistribusi normal, maka perlu dilakukan olah data. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan metode Monte Carlo.

Uji Monte Carlo bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dari sampel penelitian yang datanya terlalu ekstrim. Berikut hasil uji normalitas dengan uji Monte Carlo.⁸²

⁸² Willan Ruari, Rita Ayu Yolandia, and Ernita Prima Noviyani, "Hubungan Pengetahuan, Lama Pemakaian Kontrasepsi, Jenis Kontrasepsi Suntik Terhadap Gangguan Menstruasi Pada Akseptor Kb Suntik Di Pmb Setiawati Kotawaringin Timur Tahun 2023," *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 3, no. 5 (2024): 2262–75, <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2727>.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas 2

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | |
|--|-------------------------|-------------|-------------------------|
| | | | Unstandardized Residual |
| N | | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0,0000000 | |
| | Std. Deviation | 1,00207929 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,118 | |
| | Positive | 0,093 | |
| | Negative | -0,118 | |
| Test Statistic | | | 0,118 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .001 ^c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .114 ^d |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | 0,106 |
| | | Upper Bound | 0,122 |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| b. Calculated from data. | | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | | |
| d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000. | | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Setelah dilakukan uji monte carlo pada tabel 4.9 diperoleh bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi dengan normal. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai signifikan yang semula 0,001 setelah dilakukan uji monte carlo naik menjadi 0,114. Menandakan bahwa nilai signifikan 0,114 sudah lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi dengan normal.

4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya model regresi yang memiliki korelasi (hubungan yang

kuat) antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independent atau tidak terjadi multikolonieritas. Salah satu cara yang akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya suatu gejala multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflationary Faktor (VIF), sebagai berikut :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas

| Coefficients^a | | | |
|--|--------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | LOKASI | 0,444 | 2,252 |
| | HARGA | 0,308 | 3,248 |
| | FITUR | 0,341 | 2,933 |
| a. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN | | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.11 diatas diketahui bahwa ketiga variabel independent yakni lokasi, harga dan fitur memperoleh nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF dibawah 10. Jadi, kesimpulannya yaitu model regresi dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinieritas (tidak terjadi gejala multikolinieritas).

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Tidak terjadi heteroskedastisitas merupakan salah satu syarat untuk memenuhi regresi data yang baik.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients ^a | | | | | | |
|----------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5,106 | 0,930 | | 5,488 | 0,000 |
| | Lokasi | -0,068 | 0,037 | -0,251 | -1,847 | 0,068 |
| | Harga | 0,009 | 0,063 | 0,023 | 0,144 | 0,886 |
| | Fitur | -0,147 | 0,083 | -0,274 | -1,770 | 0,080 |
| a. Dependent Variable: ABS | | | | | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diketahui bahwa tidak ada variabel independent (bebas) yang mendapatkan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu anggapan ataupun asumsi benar maupun salah yang berkenaan dengan sesuatu hal yang telah dibuat dan perlu untuk di cek secara lebih lanjut.

4.3.3.1 Uji Determinan (R Square)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk memahami sebanyak manakah kontribusi nilai dalam bentuk persentase variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel 4. 13 Hasil Uji Determinan

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .857 ^a | 0,735 | 0,727 | 1,018 |
| a. Predictors: (Constant), Fitur, Lokasi, Harga | | | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas hasil uji koefisien determinasi dapat diperoleh dari dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,727 atau 72,7% yang artinya bahwa kemampuan variabel lokasi (X1),

harga (X2), dan fitur (X3) terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi secara simultan memberikan kontribusi sebesar 72,7%. Sisanya sebanyak 27,3% dipengaruhi dengan variabel yang lainnya kecuali lokasi (X1), harga (X2), dan fitur (X3).

4.3.3.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel-variabel independent (bebas) secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen (terikat). Nilai signifikansi yang digunakan pada uji ini sebesar 0,05. Untuk menuntukan rumus nilai T tabel yaitu:

$$Df : N - K - 1$$

$$: 100 - 3 - 1$$

$$: 96$$

Kemudian menggunakan rumus di excel yaitu

$$=TINV(0,05;96) = 1,984984$$

Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji T)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6,902 | 1,509 | | 4,575 | 0,000 |
| | Lokasi | 0,209 | 0,060 | 0,275 | 3,481 | 0,001 |
| | Harga | 0,307 | 0,102 | 0,285 | 3,007 | 0,003 |
| | Fitur | 0,575 | 0,135 | 0,383 | 4,260 | 0,000 |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, menyimpulkan hasil uji t (secara parsial), yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan (H1)

Diperoleh nilai signifikansi bagi pengaruh lokasi (X1) terhadap pengambilan keputusan (Y) yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,481 > t$ tabel 1,984 sehingga diartikan bahwa H1 diterima yaitu terdapat pengaruh lokasi (X1) terhadap pengambilan keputusan (Y).

2. Pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan (H2)

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X2) terhadap pengambilan keputusan (Y) adalah sebesar $0,003 < 0,05$ dan t hitung $3,007 > t$ tabel $1,984$ sehingga dapat diartikan bahwa H2 diterima yaitu terdapat pengaruh harga (X2) terhadap pengambilan keputusan (Y).

3. Pengaruh fitur terhadap kepuasan nasabah (H3)

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh fitur (X3) terhadap pengambilan keputusan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,260 > 1,984$ sehingga dapat diartikan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh fitur (X3) terhadap pengambilan keputusan (Y).

4.3.3.3 Uji simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (lokasi, harga dan fitur) secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan).

Tabel 4. 15 Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 275,498 | 3 | 91,833 | 88,681 | .000 ^b |
| | Residual | 99,412 | 96 | 1,036 | | |
| | Total | 374,910 | 99 | | | |
| a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Fitur, Lokasi, Harga | | | | | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, menunjukkan hasil uji f (secara simultan), sebagai berikut:

1. Jika nilai sig. $< 0,05$, dan nilai F hitung $>$ nilai F tabel maka H1 diterima, artinya ada pengaruh signifikan
2. Jika nilai sig. $> 0,05$ dan nilai F hitung $<$ nilai F tabel maka H1 ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan

Rumus F tabel yaitu:

$$DF \text{ Pembilang (N1)} = k-1 = 4-1 = 3$$

DF Penyebut (N2) = n-k = 100-4 = 96

Maka hasil dari perhitungannya adalah 2,70

Hasil uji-F didapatkan F hitung sebesar 88,681 > F tabel 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel lokasi (X1), harga (X2), dan fitur (X3) memiliki pengaruh positif dan simultan (bersama-sama) pada pengambilan keputusan (Y).

4.3.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hubungan keterkaitan antara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial maupaun simultan besarnya dapat menggunakan uji regresi linear berganda.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|--|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6,902 | 1,509 | | 4,575 | 0,000 |
| | LOKASI | 0,209 | 0,060 | 0,275 | 3,481 | 0,001 |
| | HARGA | 0,307 | 0,102 | 0,285 | 3,007 | 0,003 |
| | FITUR | 0,575 | 0,135 | 0,383 | 4,260 | 0,000 |
| a. Dependent Variable: PENGAMBILAN KEPUTUSAN | | | | | | |

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 25 pada 2024

Dari tabel 4.16, maka uji regresi linear berganda menggunakan model persamaan, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 6,902 + 0,209X_1 + 0,307X_2 + 0,575X_3$$

Keterangan:

Y = Pengambilan Keputusan

α = Konstanta

X1 = Lokasi

X2 = Harga

X3 = Fitur

B = Bilangan koefisien variabel independent

Menurut model regresi yang telah tercantum, dapat diambil kesimpulan hasil analisis data sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 6,902 dengan koefisien yang positif. Tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan jika semua variabel independen meliputi lokasi (X1), harga (X2) dan fitur (X3) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai pengambilan keputusan adalah 6,902.

2. Nilai koefisien (β_1) = untuk variabel lokasi (X1) sebesar 0,209 dengan memiliki nilai positif, menyatakan bahwa jika variabel lokasi (X1) mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel harga dan fitur konstan atau tidak ada/sebesar 0, maka nilai pengambilan keputusan (Y) akan meningkat sebesar 0,209. Disimpulkan bahwa semakin tinggi lokasi maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

3. Nilai koefisien (β_2) = untuk variabel harga (X2) sebesar 0,307 dengan nilai positif, menyatakan bahwa jika variabel harga (X2) mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lokasi dan fitur konstan atau tidak ada/sebesar 0, maka nilai pengambilan keputusan (Y) akan meningkat sebesar 0,307. Diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi nilai harga maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

4. Nilai koefisien (β_3) = untuk variabel fitur (X3) sebesar 0,575 dengan nilai positif, menyatakan bahwa jika variabel fitur (X3) mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lokasi dan harga konstan atau tidak ada/sebesar 0, maka nilai pengambilan keputusan (Y) akan meningkat sebesar 0,575. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai fitur maka semakin tinggi pula pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis penelitian diatas, menunjukan bahwa akan dibahas terkait beberapa informasi tentang hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan menjelaskan bagaimana masing-masing dari variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi (X1), harga (X2), fitur (X3) terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi. Pengujian hipotesis antara variabel

independent dengan variabel dependen dilakukan melalui hasil dari analisis menggunakan aplikasi IMB SPSS versi 25. Pembahasan terhadap masing-masing hipotesis sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi

Berdasarkan hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi, sehingga H1 diterima. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai pengaruh lokasi (X1) terhadap pengambilan keputusan (Y) yaitu nilai *Thitung* dan *Ttabel* sebesar $3,481 > 1,984$ atau $\text{sig } 0,001 < 0,05$ bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Andriano Dwi Mardani, Ahmad Yani dan Siti Napisah (2020) dengan judul “ Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang” yaitu lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸³ Hasil penelitian lain yaitu dilakukan oleh Taufan Hidayat (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” bahwasanya pada variabel lokasi terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁸⁴

Peter berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi yang baik akan mengacu pada berbagai aktivitas suatu pemasaran agar mempermudah penyaluran suatu barang atau jasa dan dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.⁸⁵

Perilaku konsumen merupakan tindakan– tindakan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Lalu, menurut Hawkins, Best dan Coney Merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi melakukan proses pemilihan, pengamanan, penggunaan dan penghentian. produk, jasa, pengalaman atau ide untuk

⁸³ Mardani, Yani, and Napisah, “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang.”

⁸⁴ Hidayat, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang.”

⁸⁵ Syahidin and Adnan, “Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.”

memuaskan kebutuhannya terhadap konsumen dan masyarakat.⁸⁶ Rasional adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum. Berdasarkan ciri perilaku konsumen secara rasional adalah konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan.⁸⁷ Ketika lokasi tersebut strategis dan mudah dijangkau, banyak orang akan memilih Lokasi tersebut. Maka semakin Lokasinya baik maka semakin banyak minat orang mengambil rumah melalui skema KPR Bersubsidi.

4.4.2 Pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi

Berdasarkan hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi, sehingga H2 diterima. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai pengaruh harga (X2) terhadap pengambilan keputusan (Y) yaitu nilai *Thitung* dan *Ttabel* sebesar $3,007 > t \text{ tabel } 1,984$ atau $\text{sig } 0,003 < 0,05$ bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hairudin dan Hasbullah (2023) dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti” memiliki kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan.⁸⁸ Kemudian penelitian selanjutnya oleh M Raviqy Vaqod Vaz dan Bambang Sutedjo (2022) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal)” memiliki hasil yaitu harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.⁸⁹

Menurut Husein Umar, harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Selain itu menurut Harini, harga adalah

⁸⁶ Utami, *Perilaku Konsumen : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*.

⁸⁷ Zusrony, *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*.

⁸⁸ Hairudin and Hasbullah, “Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti.”

⁸⁹ Raviqy, Vaz, and Sutedjo, “Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal).”

uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.⁹⁰

Perilaku konsumen merupakan tindakan– tindakan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Lalu, menurut Hawkins, Best dan Coney Merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi melakukan proses pemilihan, pengamanan, penggunaan dan penghentian. produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya terhadap konsumen dan masyarakat.⁹¹ Rasional adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum. Berdasarkan ciri perilaku konsumen secara rasional adalah konsumen memilih barang yang mutunya terjamin dan harganya sesuai dengan kemampuan konsumen.⁹² Ketika dirasa harga tersebut sesuai dengan yang diinginkan, pastinya nasabah tersebut akan berpikiran untuk mengambil rumah tersebut. Selain itu, manfaat dan kualitas dari rumah yang dibeli yang sesuai dengan harga yang diberikan. Maka dari itu semakin harga rumah kompetitif dengan kualitas yang diberikan, semakin banyak orang yang mengambil rumah melalui skema KPR bersubsidi.

4.4.3 Pengaruh fitur terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi

Berdasarkan hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa variabel fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi, sehingga H3 diterima. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai pengaruh fitur (X3) terhadap pengambilan keputusan (Y) yaitu nilai *Thitung* dan *Ttabel* sebesar $4,260 > 1,984$ atau $\text{sig } 0,000 < 0,05$ bahwa variabel fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Irham Natsir Kelana dan Welis Raldianingrat (2022) dengan judul “Pengaruh Harga, Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe)” hasilnya yaitu produk berpengaruh signifikan terhadap

⁹⁰ Faroh, “Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook ‘Perawatan Wajah’).”

⁹¹ Utami, *Perilaku Konsumen : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.*

⁹² Zusrony, *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN.*

keputusan pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe.⁹³ Penelitian selanjutnya diungkapkan oleh Humaidi, Setio Utomo dan Dinda Lestari (2022) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)” hasilnya yaitu fitur layanan memiliki berpengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.⁹⁴

Fitur adalah suatu hal yang dipertimbangkan pula oleh seseorang jika membeli suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang pada produk dengan taksiran yang ditawarkan.⁹⁵ Kemudahan penggunaan adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan mobile.⁹⁶

Perilaku konsumen merupakan tindakan– tindakan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi, dan membuang suatu produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Lalu, menurut Hawkins, Best dan Coney Merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi melakukan proses pemilihan, pengamanan, penggunaan dan penghentian. produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya terhadap konsumen dan masyarakat.⁹⁷ Rasional adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum. Berdasarkan ciri perilaku konsumen secara rasional adalah barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.⁹⁸ Kemudahan penggunaan adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh nasabah dalam penggunaan jasa layanan perbankan, tidak jarang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan mobile. Disisi lain dari persepsi fitur layanan perumahan dapat memberikan efek yang baik bagi

⁹³ Kelana and Raldianingrat, “Pengaruh Harga , Produk , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe).”

⁹⁴ Humaidi, Utomo, and Lestari, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin).”

⁹⁵ Nur Makmuriyah and Marella Vanni, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang).”

⁹⁶ Ika Aisyah, Raden Agrosamdhyo, and Ely Mansur, “Persepsi Nasabah Pada Fitur Layanan Top Up E-Wallet BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kuta.”

⁹⁷ Utami, *Perilaku Konsumen : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.*

⁹⁸ Zusrony, *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN.*

pemilik rumah. Semakin fiturnya baik, maka semakin banyak pula masyarakat minat membeli rumah dengan skema KPR Bersubsidi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fitur Terhadap Pengambilan Keputusan KPR Bersubsidi : Studi Kasus Pada BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang, maka penulis dapat menarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi memiliki nilai Thitung sebesar 3,481 lebih besar dari Ttabel 1,984 dan tingkat signifikan sebesar 0,001 lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.
2. Variabel harga memiliki nilai Thitung sebesar 3,007 lebih besar dari Ttabel 1,984 dan tingkat signifikan sebesar 0,003 lebih rendah dari 0,05 Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.
3. Variabel fitur memiliki nilai Thitung sebesar 4,260 lebih besar dari Ttabel 1,984 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05 Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan KPR Bersubsidi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran agar dapat mengembangkan kajian penelitian. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan variabel maupun lokasi penelitian, sehingga dapat memberikan penelitian yang lebih variatif dan berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini terbatas pada variabel lokasi, harga dan fitur dan topiknya hanya satu saja
2. Untuk mengembangkan penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat memasukan Teknik tambahan dalam penelitiannya. Dengan mengintegrasikan spektrum data factual yang lebih luas, materi yang dikumpulkan akan mencapai tingkat kelengkapan dan keragaman yang lebih tinggi. Dengan demikian pembahasan pada penelitian selanjutnya akan lebih menarik dibanding dengan penelitian ini.
3. Bagi perusahaan diharapkan dapat lebih mengevaluasi strategi pemasaran agar semua dimensi dan target yang diberikan dapat tercapai. Maka dapat lebih bersinergi untuk

mencapai tujuan yang efektif dan relevan sehingga mampu menambah jumlah nasabah dan ketertarikan akan produk KPR Bersubsidi di BTN Syariah KCPS Majapahit.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Herson. "Proses Pengambilan Keputusan Untuk Mengembangkan Mutu Madrasah." *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2014): 37–56. <https://doi.org/10.21580/nw.2014.8.1.569>.
- Ariyanto, Sofyan Dwi. "Pengaruh Antara Motivasi Belajar Siswa Dan Tingkat Ekonomi Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas X Jurusan Teknik Gambar." *Scaffolding UNNES* 1, no. 1 (2012): 61–68.
- Astuti, Yulia Widi, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 19, no. 3 (2020): 134–58. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>.
- Asyahri, Yusuf. "Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Kredit Perumahan Rakyat (KPR) Bersubsidi." *Qonun Iqtishad El Madani* 1, no. 2 (2022): 62–67. <http://journal.marwah-madani-riau.id/index.php/QIIMJ/article/view/34%0Ahttps://journal.marwah-madani-riau.id/index.php/QIIMJ/article/download/34/31>.
- BTN. "KPR BTN Bersubsidi IB." BTN Syariah, 2024. <https://www.btn.co.id/id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Product-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/pembiayaan/Pembiayaan-Perumahan/KPR--BTN-Bersubsidi-iB>.
- . "Pembiayaan Konsumer BTN Syariah." BTN Syariah. Accessed December 13, 2024. <https://www.btn.co.id/Syariah>.
- Budiarno, Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19, no. 02 (2022): 226–33. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>.
- Dwi Wahyuni, Aulia, Dwi Sapto Bagaskoro, Nauval Ramadhani, Ridwan Nur Pangestu, Surya Ramadhan, and Agustian Zen. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja, Pengambilan Keputusan : Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi (Literature Review Pengambilan Keputusan Manajerial)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4, no. 6 (2023): 975–89. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i6.1616>.
- Faroh, Nurul Wahyu. "Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook 'Perawatan Wajah')." *Journal Ilmiah Prodi Manajemen* 4, no. 2 (2017): 3–24.
- Firmansyah, Arys. "Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya." *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 5, no. 2 (2020): 182. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1086>.
- Hairudin, Hairudin, and Hasbullah Hasbullah. "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti." *Jurnal Revenue: Jurnal Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 715–26.
- "Harapan Dan Fakta Tentang KPR Bersubsidi." Semarang, 2024.
- Hidayat, Taufan. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang." *Jurnal Ilmu Manajemen* 17, no. 2 (2020): 95–105.
- Humaidi, Humaidi, Setio Utomo, and Dinda Lestari. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)." *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 11, no. 1 (2022): 23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>.
- Ibu Aulia selaku Financing Service. "Wawancara BTN Syariah KCPS Majapahit Semarang," 2023.
- Ika Aisyah, Raden Agrosamdhyo, and Ely Mansur. "Persepsi Nasabah Pada Fitur Layanan

- Top Up E-Wallet BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kuta.” *Jurnal Nirta: Studi Inovasi* 3, no. 1 (2023): 01–13. <https://doi.org/10.61412/jnsi.v3i1.31>.
- Kartika Marella Vanni. “Sosialisasi Pembiayaan Bank Syariah Melalui Platform Digital.” *Malik Al-Shalih: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2022): 66–73. <https://doi.org/10.52490/malikalshalih.v1i1.680>.
- Kelana, Irham Natsir, and Welis Raldianingrat. “Pengaruh Harga , Produk , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe (Studi Kasus Pada Perumahan Satria Nusantara Kabupaten Konawe).” *Jurnal Ilmiah Dikdaya* Vol. 12, no. September (2022): 596–603. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v12i2.365>.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. “Surat Al-A’raf Ayat 56.” TafsirWeb, 2024. <https://tafsirweb.com/2510-surat-al-araf-ayat-56.html>.
- . “Surat Al-Baqarah Ayat 267.” TafsirWeb, 2024. <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html%0A>.
- . “Surat Al-Baqarah Ayat 275.” TafsirWeb, 2024. <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html%0A>.
- . “Surat Ali ‘Imran Ayat 159.” TafsirWeb, 2024. <https://tafsirweb.com/1291-surat-ali-imran-ayat-159.html%0A>.
- Mardani, Andriano Dwi, Ahmad Yani, and Siti Napisah. “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Stiepertiba* 6 (2020): 96–104. <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/94>.
- MARDIATMOKO, GUN -. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Nur Makmuriyah, Amatun, and Kartika Marella Vanni. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang).” *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37–44.
- OJK. “Kredit Pemilikan Rumah,” 2024. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Category/47>.
- Pada, Pembelian, Pt Madelyn, Farma Indonesia, Yantarius Zega, and Andriani Lubis. “Economics and Digital Business Review Peranan Promosi Produk Calcetrat Terhadap Keputusan” 5, no. 1 (2024): 452–60.
- RACHMAWATI, AFRIAN. “Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2020): 1–20. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>.
- Rahima, Annisa. “Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pertimbangan Konsumen Dalam Menggunakan Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah.” *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 10, no. 2 (2021): 102. <https://doi.org/10.32833/majem.v10i2.207>.
- Raviqy, M, Vaqod Vaz, and Bambang Sutedjo. “Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal).” *SEIKO: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 2022–2275. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2011>.
- Rendah, Berpenghasilan. “Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 21/PRT/M/2016 Tentang Kemudahan Dan/Atau Bantuan Perolehan Ruman Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah,” 2016.
- Riani, Silva Okta, and Ivan Gumilar Sambas Putra. “Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan.” *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 4 (2023): 2424–29. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1851>.
- Rifa’i, Ahmad. “Prosesn Pengambilan Keputusan.” *Research Gate*, 2019, 1–12.
- Riset, Jurnal, Ilmu Ekonomi, Pengaruh E-service Quality, Ari Susanti, Sekolah Tinggi, and

- Ilmu Ekonomi. "Jurnal Riset Ilmu Ekonomi." *Jurnal Riset Ilmu Ekonom* 3, no. 1 (2023): 23–35.
- Rochman, Arif, Dharu Triasih, and Agus Saiful Abib. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Transaksi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) Semarang." *Hukum Dan Masyarakat Madani* 7, no. 3 (2019): 167. <https://doi.org/10.26623/humani.v7i3.1425>.
- Ruari, Willan, Rita Ayu Yolandia, and Ernita Prima Noviyani. "Hubungan Pengetahuan, Lama Pemakaian Kontrasepsi, Jenis Kontrasepsi Suntik Terhadap Gangguan Menstruasi Pada Akseptor Kb Suntik Di Pmb Setiawati Kotawaringin Timur Tahun 2023." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 3, no. 5 (2024): 2262–75. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2727>.
- Sanaky, Musrifah Mardiani. "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah." *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.
- Satria, Muhammad Rizal. "Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2018): 105–18. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.2880>.
- Sitompul, Silvia Sari. "Model Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 2, no. 2 (2019): 322–34. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.611>.
- Sukmawati, Ria, and M. Irfan Tarmizi. "Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Lion Supermarket Di Kota Praya." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 27, no. 2 (2022): 58–66. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>.
- Syahidin, Syahidin, and Adnan Adnan. "Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon." *Gajah Putih Journal of Economics Review* 4, no. 1 (2022): 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>.
- Tanjung, Agustini. "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa* 05, no. 03 (2020): 1–18.
- Utami, Indah Wahyu. *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Edisi. Surakarta: CV PUSTAKA BENGAWAN, 2017.
- Venessa, Ike, and Zainul Arifin. "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 Dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P." *Jurnal Administrasi Bisnis* 51, no. 1 (2017): 44–48.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. "Hipotesis Penelitian Kuantitatif." *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2021): 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.
- Yuliara, I Made. "Modul Regresi Linier Berganda." *Universitas Udayana* 2, no. 2 (2016): 18.
- Zusrony, Edwin. *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, n.d.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang terhormat Bapak/Ibu, saya Maulana Rizky Hidayat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sedang melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN FITUR TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KPR BERSUBSIDI : STUDI KASUS PADA BTN SYARIAH KCPS MAJAPAHIT SEMARANG**” Penelitian ini merupakan rancangan dalam pembuatan skripsi sebagai salah satu prasyarat dalam penyelesaian program strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Saya berharap Bapak/Ibu bisa lebih leluasa menjawab pernyataan-pernyataan yang saya ajukan sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu rasakan, lakukan dan alami. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Bapak/Ibu mengisi angket ini adalah bantuan yang tak ternilai bagi saya. Dan saya sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

Kuesioner ini menggunakan Skala Likert untuk pertanyaan ini yang memiliki penilaian sebagai berikut:

| | |
|---------------------|-----|
| Sangat Setuju | = 5 |
| Setuju | = 4 |
| Cukup Setuju | = 3 |
| Tidak Setuju | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju | = 1 |

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Berilah tanda checklist pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai.
2. Setiap satu pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dengan memberikan tanda checklist pada kolom yang tersedia

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,
Peneliti

Maulana Rizky Hidayat
NIM : 2005036077

IDENTITAS RESPONDEN :

Nama :

Jenis Kelamin : **L / P**

Alamat :

Blok/Nomor Rumah :

KUESIONER PENELITIAN**Lokasi (X_1)**

| No | Pertanyaan | Skala Likert | | | | |
|----|--|--------------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | CS | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Lokasi mudah diakses. | | | | | |
| 2 | Lokasi mudah dijangkau. | | | | | |
| 3 | Lalu lintas di daerah perumahan padat dan ramai orang. | | | | | |
| 4 | Memiliki tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. | | | | | |
| 5 | Masih tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari. | | | | | |
| 6 | Perumahan berdekatan dengan pemukiman warga. | | | | | |
| 7 | Adanya perumahan lain di daerah sekitar. | | | | | |
| 8 | Terdapat ketentuan peraturan pemerintah yang berkaitan dengan lingkungan perumahan. | | | | | |

Harga (X_2)

| No | Pertanyaan | Skala Likert | | | | |
|----|--|--------------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | CS | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Harga rumah terjangkau untuk semua kalangan. | | | | | |
| 2 | Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang didapat. | | | | | |
| 3 | Saya tertarik dengan harga perumahan tersebut sehingga saya membeli nya. | | | | | |
| 4 | Manfaat yang saya terima sesuai dengan harga yang ditawarkan. | | | | | |

Fitur (X_3)

| No | Pertanyaan | Skala Likert | | | | |
|----|---|--------------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | CS | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Fitur yang diberikan kepada saya sangat beragam. | | | | | |
| 2 | Fitur yang saya rasakan sesuai dengan yang diharapkan. | | | | | |
| 3 | Fitur yang diberikan oleh perumahan memiliki keunggulan dibandingkan dengan perumahan lain. | | | | | |

Pengambilan Keputusan (Y)

| No | Pertanyaan | Skala Likert | | | | |
|----|--|--------------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | CS | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Saya merasa puas atas pengambilan keputusan yang dilakukan. | | | | | |
| 2 | Pengambilan keputusan yang saya lakukan dengan penuh kesadaran dan tanpa keterpaksaan. | | | | | |
| 3 | Saya mengambil keputusan tersebut didasari oleh informasi yang didapat, memahami situasi dan tentunya mengetahui konsekuensinya. | | | | | |
| 4 | Saya memiliki rasa percaya diri dan kekuatan diri dalam pengambilan keputusan. | | | | | |
| 5 | Adanya faktor individu, keluarga, maupun faktor lainnya yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. | | | | | |
| 6 | Dengan lingkungan sosial dan ekonomi yang baik akan mendukung pengambilan keputusan. | | | | | |

Lampiran 2 : Data Responden

| NO | NAMA NASABAH | ALAMAT | BLOK/NOMOR RUMAH | | JENIS KELAMIN |
|----|------------------------------|-----------------|------------------|----|---------------|
| 1 | Mohammad Agus Prayitno | Flamboyan 5 | A | 12 | Laki-Laki |
| 2 | Eko Desi Saputro | Flamboyan 5 | D | 38 | Laki-Laki |
| 3 | Maylaverinda Berdinovinda | Griya Nusa Asri | D2 | 01 | Perempuan |
| 4 | Totok Milurujito | Griya Nusa Asri | D2 | 19 | Laki-Laki |
| 5 | Marcella Berliana Purnama | Griya Nusa Asri | D3 | 05 | Perempuan |
| 6 | Satriyo Argo Prakoso | Griya Nusa Asri | D4 | 02 | Laki-Laki |
| 7 | Dessi Widiana | Griya Nusa Asri | D2 | 07 | Perempuan |
| 8 | Imamah Kiasatina Nur Sabrina | Griya Nusa Asri | D3 | 09 | Perempuan |
| 9 | Nopi Diannita | Griya Nusa Asri | D3 | 15 | Perempuan |
| 10 | Ahmad Fandi | Griya Nusa Asri | D1 | 01 | Laki-Laki |
| 11 | Ayu Retno Aryanti | Griya Nusa Asri | D3 | 12 | Perempuan |
| 12 | Bagas Jodhi Prakoso | Griya Nusa Asri | D1 | 06 | Laki-Laki |
| 13 | Diah Rahmawati Puspitasari | Griya Nusa Asri | D3 | 06 | Perempuan |
| 14 | Eko Dedi Ariyanto | Griya Nusa Asri | D2 | 09 | Laki-Laki |
| 15 | Fitria Andriyani | Griya Nusa Asri | D2 | 03 | Perempuan |
| 16 | Rozaq Hermawan | Griya Nusa Asri | D3 | 08 | Laki-Laki |
| 17 | Alvina Miranda | Griya Nusa Asri | D2 | 10 | Perempuan |
| 18 | Surani Andriani | Griya Nusa Asri | D3 | 11 | Perempuan |
| 19 | Raka Lintang Aditya | Griya Nusa Asri | D3 | 10 | Laki-Laki |
| 20 | Rima Eka Septiana Wiyono | Griya Nusa Asri | D2 | 15 | Perempuan |
| 21 | Desi Widiyawati | Griya Nusa Asri | D2 | 13 | Perempuan |
| 22 | Siti Mei Astuti | Griya Nusa Asri | D3 | 16 | Perempuan |
| 23 | Lailatul Musyarofah | Griya Nusa Asri | D4 | 04 | Perempuan |
| 24 | Edy Susanto | Griya Nusa Asri | D2 | 14 | Laki-Laki |
| 25 | Deni Saputra | Griya Nusa Asri | D1 | 02 | Laki-Laki |
| 26 | Faizal Dwi Kusdiansah | Griya Nusa Asri | D2 | 04 | Laki-Laki |
| 27 | Nurul Rofiani | Griya Nusa Asri | D2 | 05 | Perempuan |
| 28 | Joko Prihatin | Griya Nusa Asri | D2 | 18 | Laki-Laki |
| 29 | Vivi Savita Ardianti | Griya Nusa Asri | D2 | 06 | Perempuan |
| 30 | Adi Utomo | Griya Nusa Asri | D2 | 16 | Laki-Laki |
| 31 | Ahmad Toyib | Griya Nusa Asri | D2 | 17 | Laki-Laki |
| 32 | Rofi Adib Syahputra | Griya Nusa Asri | D3 | 03 | Laki-Laki |
| 33 | Indarwanto Wahyu Cahyo Putro | Griya Nusa Asri | D3 | 17 | Laki-Laki |
| 34 | Saputra Hatama | Griya Nusa Asri | D2 | 20 | Laki-Laki |
| 35 | Ade Rio Nugroho | Griya Nusa Asri | D3 | 2 | Laki-Laki |
| 36 | Dwi Adiwiyono | Griya Nusa Asri | D1 | 7 | Laki-Laki |
| 37 | Tri Any Kurniawan | Griya Nusa Asri | D4 | 3 | Laki-Laki |
| 38 | Ektin Umay Putri Pm | Griya Nusa Asri | B2 | 28 | Perempuan |
| 39 | Ari Ariyanto | Griya Nusa Asri | B1 | 19 | Laki-Laki |
| 40 | Susi Susanti | Griya Nusa Asri | B2 | 33 | Perempuan |
| 41 | Bahrul Fikry | Griya Nusa Asri | B1 | 14 | Laki-Laki |
| 42 | Aziz Lathif Juniarso | Griya Nusa Asri | B2 | 35 | Laki-Laki |

| | | | | | |
|----|-------------------------------|------------------------|----|-----|-----------|
| 43 | Fajar Nur Cahyono | Griya Nusa Asri | B1 | 16 | Laki-Laki |
| 44 | Anggara Januar Putra | Griya Nusa Asri | B4 | 11 | Laki-Laki |
| 45 | Dela Rosita | Griya Nusa Asri | B1 | 12 | Perempuan |
| 46 | Dwi Sri Wahyuni | Griya Nusa Asri | D3 | 14 | Perempuan |
| 47 | Lena Loviana | Griya Nusa Asri | D4 | 010 | Perempuan |
| 48 | Okky Satya Nugraha | Griya Sakinah | Ba | G | Laki-Laki |
| 49 | Derby Arintia Putri | Griya Sakinah | A | 7 | Perempuan |
| 50 | Annisaul Maghfiroh | Kanaya Land 6 Tahap IV | | 32 | Perempuan |
| 51 | Bagus Wahyu Martha Lestari | Kanaya Land 6 Tahap IV | | 31 | Laki-Laki |
| 52 | Apriliano Pujo Waskito | Kanaya Land 6 Tahap IV | | 29 | Laki-Laki |
| 53 | Renaldi Sudibyo | Kanaya Land 6 Tahap IV | | 25 | Laki-Laki |
| 54 | Widiyawati | Kanaya Land 6 Tahap IV | | 28 | Perempuan |
| 55 | Riyadi Wibowo | Kanaya Land 6 Tahap IV | | 13 | Laki-Laki |
| 56 | Dewi Wahyuningsih | Kanaya Land 8 | B | 2 | Perempuan |
| 57 | Ester Mei Diyanti | Kanaya Land 8 | B | 15 | Perempuan |
| 58 | Sugiyanto | Kanaya Land 9 | | 35 | Laki-Laki |
| 59 | Frie Co Anthonio Reinhard | Kanaya Land 9 | 2 | 32 | Laki-Laki |
| 60 | Adi Wicaksono | Kanaya Land 9 | | 44 | Laki-Laki |
| 61 | Kukuh Aprianto | Kanaya Land 9 | | 45 | Laki-Laki |
| 62 | Elsa Annastasia | Kanaya Land 9 | | 43 | Perempuan |
| 63 | Iwan Setiawan | Kanaya Land 9 | | 40 | Laki-Laki |
| 64 | Lintang Bowo Leksono | Kanaya Land 9 | | 52 | Laki-Laki |
| 65 | Cahyadatu Pramesthi Hapsari | Kanaya Land 9 | | 51 | Perempuan |
| 66 | Aryanda Rochibul Mutaqin | Kanaya Land 9 | - | 38 | Laki-Laki |
| 67 | Readhan Rinduwan | Kanaya Land 9 | | 37 | Laki-Laki |
| 68 | Hery Setiawan | Kanaya Land 9 | | 33 | Laki-Laki |
| 69 | Juneyas Titi Ekandari | Kota Kita | B4 | 08 | Perempuan |
| 70 | Sukedi | Kota Kita | B4 | 06 | Laki-Laki |
| 71 | Rohadi | Kota Kita | B5 | 05 | Laki-Laki |
| 72 | Bobby Radja Bunga | Kota Kita | B3 | 03b | Laki-Laki |
| 73 | Riana | Kota Kita | B3 | 18 | Perempuan |
| 74 | Resa Afandi | Kota Kita | B3 | 05 | Laki-Laki |
| 75 | Albertus Dona Adiwijaya | Kota Kita | B3 | 03a | Laki-Laki |
| 76 | Titik Faizah | Kota Kita | B3 | 09 | Perempuan |
| 77 | Hilkia Rio Yudhistira Pribadi | Kota Kita | B3 | 19 | Laki-Laki |
| 78 | Ajeng Kartika Ningrum | Kota Kita | B3 | 17 | Perempuan |
| 79 | Bagus Dimas Wihanantya | Kota Kita | B3 | 02 | Laki-Laki |
| 80 | Karwidi | Kota Kita | B4 | 07 | Laki-Laki |
| 81 | Nurul Hidayah Widyawati | Kota Kita | B3 | 08 | Perempuan |
| 82 | Dinastry Budiharjanto | Kota Kita | B3 | 06 | Perempuan |
| 83 | Fitria Fajarningtyas | Kota Kita | B4 | 11 | Perempuan |
| 84 | Piese Iman Kusuma | Kota Kita | B4 | 03a | Laki-Laki |
| 85 | Yunita | Kota Kita | C5 | 26 | Perempuan |
| 86 | Dimas Haidar Abharina | Kota Kita | B4 | 20 | Laki-Laki |
| 87 | Andri Setiawan | Kota Kita | B3 | 10 | Laki-Laki |

| | | | | | |
|-----|---------------------------|-------------------|----|------|-----------|
| 88 | Gesti Novi Yastuti | Kota Kita | B3 | 23 | Perempuan |
| 89 | Andreas Slamet Gianto | Kota Kita | C5 | 21 | Laki-Laki |
| 90 | Wuragil Purnamasari | Kota Kita | B7 | 003a | Perempuan |
| 91 | Aulia Tesar Salma Jovanka | Kota Kita | B6 | 021 | Perempuan |
| 92 | Hendrik Tri Waluyo | Puri Delta Asri 9 | A7 | 2 | Laki-Laki |
| 93 | Tri Haryani | Puri Delta Asri 9 | A4 | 27 | Perempuan |
| 94 | Dhea Ayu Priananti | Puri Delta Asri 9 | A3 | 1 | Perempuan |
| 95 | Hartadi | Puri Delta Asri 9 | A3 | 12b | Laki-Laki |
| 96 | Untung Pribadi | Puri Delta Asri 9 | A7 | 7 | Laki-Laki |
| 97 | Ricky Hermawan | Puri Delta Asri 9 | A1 | 07 | Laki-Laki |
| 98 | Taufik Rachman Akbar | Puri Delta Asri 9 | A1 | 06 | Laki-Laki |
| 99 | Prilia Kurnia Putri | Puri Delta Asri 9 | A7 | 3 | Perempuan |
| 100 | Febri Budi Saputro | Puri Delta Asri 9 | F1 | 12b | Laki-Laki |

| Statistics | | | |
|------------|---------|--------|---------------|
| | | ALAMAT | JENIS KELAMIN |
| N | Valid | 100 | 100 |
| | Missing | 0 | 0 |

| ALAMAT | | | | | |
|--------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | FLAMBOYAN 5 | 2 | 2,0 | 2,0 | 2,0 |
| | GRIYA NUSA ASRI | 45 | 45,0 | 45,0 | 47,0 |
| | GRIYA SAKINAH | 2 | 2,0 | 2,0 | 49,0 |
| | KANAYA LAND 6 (IV) | 6 | 6,0 | 6,0 | 55,0 |
| | KANAYA LAND 8 | 2 | 2,0 | 2,0 | 57,0 |
| | KANAYA LAND 9 | 11 | 11,0 | 11,0 | 68,0 |
| | KOTA KITA | 23 | 23,0 | 23,0 | 91,0 |
| | PURI DELTA ASRI 9 | 9 | 9,0 | 9,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

| JENIS KELAMIN | | | | | |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-laki | 58 | 58,0 | 58,0 | 58,0 |
| | Perempuan | 42 | 42,0 | 42,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Lampiran 3 : Data Hasil Kuesioner

| NO | LOKASI (X1) | | | | | | | | TOTAL |
|----|-------------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | |
| 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 8 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 11 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 28 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| 30 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 31 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 33 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 40 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 41 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |

| | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 42 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 52 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 53 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 55 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 64 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 65 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 66 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 70 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 72 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 74 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 76 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 37 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 80 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 83 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |

| | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 89 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| 92 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 93 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 94 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 96 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 98 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 100 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |

| NO | HARGA (X2) | | | | TOTAL |
|----|------------|------|------|------|-------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | |
| 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 9 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 |
| 12 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 28 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 29 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 34 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 36 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 43 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 49 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 52 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 57 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 60 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 62 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 63 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 66 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 68 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |

| | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 75 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 77 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 79 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 80 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 83 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 84 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 87 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 93 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 97 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 98 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |

| NO | FITUR (X3) | | | TOTAL |
|----|------------|------|------|-------|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | |
| 1 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 8 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 12 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 13 | 4 | 5 | 4 | 13 |

| | | | | |
|----|---|---|---|----|
| 14 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 15 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 16 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 19 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 23 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 26 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 29 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 31 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 33 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 36 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 38 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 39 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 41 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 47 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 54 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 57 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 14 |

| | | | | |
|-----|---|---|---|----|
| 59 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 60 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 64 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 65 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 66 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 69 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 71 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 72 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 73 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 74 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 77 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 79 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 83 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 84 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 91 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 92 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 96 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 97 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 98 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 100 | 5 | 5 | 4 | 14 |

| NO | PENGAMBILAN KEPUTUSAN (Y) | | | | | | TOTAL |
|----|---------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | |
| 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 12 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 34 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 39 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 42 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |

| | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 45 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 51 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 52 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 55 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 28 |
| 63 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 64 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 65 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 67 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 74 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 77 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 80 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 81 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 82 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 83 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 86 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 89 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 91 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 93 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 94 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 96 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 98 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |

Lampiran 4 : Output Data SPSS

1. UJI VALIDITAS

a) Variabel Lokasi (X1)

| | | Correlations | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X1_1 | X1_2 | X1_3 | X1_4 | X1_5 | X1_6 | X1_7 | X1_8 | TOTAL |
| X1_1 | Pearson Correlation | 1 | .384* | .381* | .472** | 0,308 | .451* | .381* | .602** | .726** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0,036 | 0,038 | 0,008 | 0,097 | 0,012 | 0,038 | 0,000 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_2 | Pearson Correlation | .384* | 1 | .577** | .515** | .653** | .367* | .722** | 0,208 | .806** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,036 | | 0,001 | 0,004 | 0,000 | 0,046 | 0,000 | 0,270 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_3 | Pearson Correlation | .381* | .577** | 1 | .613** | 0,309 | 0,342 | .400* | .617** | .766** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,038 | 0,001 | | 0,000 | 0,097 | 0,064 | 0,029 | 0,000 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_4 | Pearson Correlation | .472** | .515** | .613** | 1 | .499** | .398* | 0,279 | 0,327 | .735** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,008 | 0,004 | 0,000 | | 0,005 | 0,029 | 0,136 | 0,078 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_5 | Pearson Correlation | 0,308 | .653** | 0,309 | .499** | 1 | 0,257 | .463** | 0,048 | .639** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,097 | 0,000 | 0,097 | 0,005 | | 0,171 | 0,010 | 0,803 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_6 | Pearson Correlation | .451* | .367* | 0,342 | .398* | 0,257 | 1 | .489** | 0,106 | .624** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,012 | 0,046 | 0,064 | 0,029 | 0,171 | | 0,006 | 0,578 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_7 | Pearson Correlation | .381* | .722** | .400* | 0,279 | .463** | .489** | 1 | 0,000 | .684** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,038 | 0,000 | 0,029 | 0,136 | 0,010 | 0,006 | | 1,000 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1_8 | Pearson Correlation | .602** | 0,208 | .617** | 0,327 | 0,048 | 0,106 | 0,000 | 1 | .526** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,270 | 0,000 | 0,078 | 0,803 | 0,578 | 1,000 | | 0,003 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .726** | .806** | .766** | .735** | .639** | .624** | .684** | .526** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,003 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b) Variabel Harga (X2)

| | | Correlations | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | | X2_1 | X2_2 | X2_3 | X2_4 | TOTAL |
| X2_1 | Pearson Correlation | 1 | .408* | .567** | .368* | .761** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0,025 | 0,001 | 0,045 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2_2 | Pearson Correlation | .408* | 1 | .704** | .506** | .842** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,025 | | 0,000 | 0,004 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2_3 | Pearson Correlation | .567** | .704** | 1 | 0,340 | .840** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,001 | 0,000 | | 0,066 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2_4 | Pearson Correlation | .368* | .506** | 0,340 | 1 | .683** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,045 | 0,004 | 0,066 | | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .761** | .842** | .840** | .683** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c) Variabel Fitur (X3)

| | | Correlations | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | X3_1 | X3_2 | X3_3 | TOTAL |
| X3_1 | Pearson Correlation | 1 | .488** | .456* | .817** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0,006 | 0,011 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X3_2 | Pearson Correlation | .488** | 1 | .653** | .837** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,006 | | 0,000 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X3_3 | Pearson Correlation | .456* | .653** | 1 | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,011 | 0,000 | | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .817** | .837** | .831** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | 0,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d) Variabel Pengambilan Keputusan

| | | Correlations | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Y_1 | Y_2 | Y_3 | Y_4 | Y_5 | Y_6 | TOTAL |
| Y_1 | Pearson Correlation | 1 | 0,322 | 0,316 | .446* | 0,238 | 0,177 | .570** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0,082 | 0,089 | 0,014 | 0,206 | 0,350 | 0,001 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y_2 | Pearson Correlation | 0,322 | 1 | .582** | 0,328 | .674** | .391* | .778** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,082 | | 0,001 | 0,076 | 0,000 | 0,033 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y_3 | Pearson Correlation | 0,316 | .582** | 1 | .485** | .752** | .559** | .875** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,089 | 0,001 | | 0,007 | 0,000 | 0,001 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y_4 | Pearson Correlation | .446* | 0,328 | .485** | 1 | .376* | 0,118 | .628** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,014 | 0,076 | 0,007 | | 0,040 | 0,534 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y_5 | Pearson Correlation | 0,238 | .674** | .752** | .376* | 1 | .437* | .824** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,206 | 0,000 | 0,000 | 0,040 | | 0,016 | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y_6 | Pearson Correlation | 0,177 | .391* | .559** | 0,118 | .437* | 1 | .609** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,350 | 0,033 | 0,001 | 0,534 | 0,016 | | 0,000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .570** | .778** | .875** | .628** | .824** | .609** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,001 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

2. UJI RELIABILITAS

a) Variabel Lokasi (X1)

| Case Processing Summary | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | 0,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in | | | |
| Reliability | | | |
| Cronbach's Alpha | N of Items | | |
| 0,841 | 8 | | |

b) Variabel Harga (X2)

| Case Processing Summary | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | 0,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in | | | |
| Reliability | | | |
| Cronbach's Alpha | N of Items | | |
| 0,788 | 4 | | |

c) Variabel Fitur (X3)

| Case Processing Summary | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | 0,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in | | | |
| Reliability | | | |
| Cronbach's Alpha | N of Items | | |
| 0,760 | 3 | | |

d) Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

| Case Processing Summary | | | |
|--|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Cases | Valid | 30 | 100,0 |
| | Excluded ^a | 0 | 0,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in | | | |
| Reliability | | | |
| Cronbach's Alpha | N of Items | | |
| 0,815 | 6 | | |

Lampiran 6 : Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Maulana Rizky Hidayat
Tempat, tanggal lahir : Semarang, 11 Januari 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jalan Pedurungan Tengah V No. 20 RT 02 RW 02 Pedurungan
Semarang Jawa Tengah
Telepon : 089501870014
E-mail : maulanarizkyhidayat1101@gmail.com



Pendidikan Formal

1. TK Tunas Mawar (2007 – 2008)
2. MI Taufiqiyah (2008 – 2014)
3. SMP Negeri 39 Semarang (2014 – 2017)
4. SMA Futuhiyyah Mranggen (2017 – 2020)
5. UIN Walisongo Semarang (2020 – 2024)

Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah
2. PMII Rayon Ekonomi UIN Walisongo Semarang
3. Ikatan Mahasiswa Perbankan Syariah Indonesia (IMAPSI)
4. UKM Ebi Sport

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga dapat dipergunakan dengan semestinya