

TUGAS AKHIR

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI SUKU BUNGA, KEMUDAHAN PROSES TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA PRODUK KPR BANK BTN DI (CABANG PEMUDA SURABAYA)

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Universitas Narotama Surabaya*



Oleh :

NAURA ZAAHIRA HARDIANASTUTI

NIM : 01221032

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI KAMIS, TANGGAL 23 JANUARI 2025

Judul Tugas Akhir

**“PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI SUKU BUNGA, KEMUDAHAN PROSES
TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA PRODUK KPR BANK BTN DI
(CABANG PEMUDA SURABAYA)”**

Disusun Oleh : Naura Zaahira Hardianastuti
NIM : 01221032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama

Dihadapan Tim Penguji

Drs. Ec. R. Agus Baktiono, M.M.

Dr. Sengguruh Nilowardono S.E., M.Si

Elok Damayanti, S.E., M.M.

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI SUKU BUNGA, KEMUDAHAN PROSES TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA PRODUK KPR BANK BTN DI (CABANG PEMUDA SURABAYA)

DIAJUKAN OLEH:
Naura Zaahira Hardianastuti
01221032

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



(Dr. SENGGURUH NILOWARDONO S.E., M.Si.)

TANGGAL 20 Maret 2025



KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,



(Dr. SENGGURUH NILOWARDONO S.E., M.Si.)

TANGGAL 20 Maret 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naura Zaahira Hardianastuti
NIM : 01221032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI SUKU BUNGA, KEMUDAHAN PROSES
TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA PRODUK KPR BANK BTN DI (CABANG
PEMUDA SURABAYA)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

Surabaya, 20 Maret 2025

Pembuat Pernyataan,



METERAI
TEMPEL
19AMX237878929

Naura Zaahira Hardianastuti
01221032

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

“Pengaruh Promosi, Persepsi Suku Bunga, Kemudahan Proses Terhadap Niat Pembelian Pada Produk KPR Bank BTN (di Cabang Pemuda Surabaya)”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Musofa Yazid dan Almh. Ibu Puji Astuti yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr Arasy Alimudin, SE., MM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Dr. Sengguruh Nilowardono S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Dr. Sengguruh Nilowardono S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan: Dewi Pratiwi, dan Kintan Sholichah Dzakia Nuri. Terima

kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.

8. Keluarga Besar Bapak Soedarso tercinta yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Teman-teman saya: Fitria, Nova, Dini dan Bunga, Reza, Nanda yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 20 Maret 2025



Naura Zaahira Hardianastuti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, persepsi suku bunga, dan kemudahan proses terhadap niat pembelian produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Bank BTN Cabang Pemuda Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah 400 calon pembeli produk KPR BTN, dan sampel penelitian diambil sebanyak 161 responden menggunakan teknik Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, persepsi suku bunga, dan kemudahan proses berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk KPR BTN baik secara parsial maupun simultan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi niat pembelian adalah persepsi suku bunga dengan koefisien regresi sebesar 0,453, diikuti oleh promosi (0,375) dan kemudahan proses (0,280). Nilai R^2 sebesar 79,8% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjelaskan sebagian besar variasi dalam niat pembelian konsumen terhadap produk KPR BTN. Temuan ini memberikan implikasi bagi BTN untuk meningkatkan daya saing produk KPR mereka melalui strategi promosi yang lebih efektif, kebijakan suku bunga yang lebih menarik, serta penyederhanaan proses pengajuan KPR guna meningkatkan minat konsumen.

Kata kunci: *Promosi, Persepsi Suku Bunga, Kemudahan Proses, Niat Pembelian, KPR, Bank BTN.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, interest rate perception, and process ease on the purchase intention of the Mortgage Credit (KPR) product at Bank BTN, Pemuda Surabaya Branch. The research employs a quantitative method with a descriptive approach. The population consists of 400 prospective buyers of BTN's KPR product, and a sample of 161 respondents was selected using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS 22 software. The results show that promotion, interest rate perception, and process ease significantly influence the purchase intention of BTN's KPR product, both partially and simultaneously. The most dominant variable affecting purchase intention is interest rate perception, with a regression coefficient of 0.453, followed by promotion (0.375) and process ease (0.280). The R^2 value of 79.8% indicates that these three variables collectively explain most of the variation in consumer purchase intention for BTN's KPR product. These findings suggest that BTN should enhance the competitiveness of its mortgage products through more effective promotional strategies, attractive interest rate policies, and streamlined mortgage application processes to increase consumer interest.

Keywords: *Promotion, Interest Rate Perception, Process Ease, Purchase Intention, BTN Mortgage*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 Promosi.....	11
2.1.2 Persepsi Suku Bunga	14
2.1.3 Kemudahan Proses.....	17
2.1.4 Niat Pembelian.....	19
2.2 Tinjauan Empiris.....	21
2.3 Kerangka Berpikir.....	45

2.3.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	45
2.3.2 Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Pendekatan Penelitian	47
3.2 Objek Penelitian	47
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	48
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Jenis Data.....	49
3.4.2 Sumber Data	50
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	52
3.5.1 Variabel Penelitian.....	52
3.5.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Uji Instrumen.....	57
3.6.2 Statistik Deskriptif	58
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	61
3.6.5 <i>Uji Goodness of Fit</i>	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Deskripsi Penelitian	63
4.2 Pengujian Persyaratan Statistik	69
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	69
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3 Pengujian Hipotesis.....	77
4.3.1 Uji Statistik F.....	77
4.3.2 Analisis Regresi Liner Berganda	78
4.3.3 Uji Statistik t.....	79
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

4.4 Pembahasan.....	82
4.4.1 Pengaruh promosi terhadap keputusan niat pembelian produk KPR Bank BTN	82
4.4.2 Pengaruh persepsi suku bunga terhadap keputusan niat pembelian produk KPR Bank BTN	83
4.4.3 Pengaruh kemudahan proses terhadap keputusan niat pembelian produk KPR Bank BTN	84
4.4.4 Pengaruh promosi, persepsi suku bunga, dan kemudahan proses secara simultan terhadap niat pembelian produk KPR Bank BTN Cabang Surabaya	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89



DAFTAR TABEL

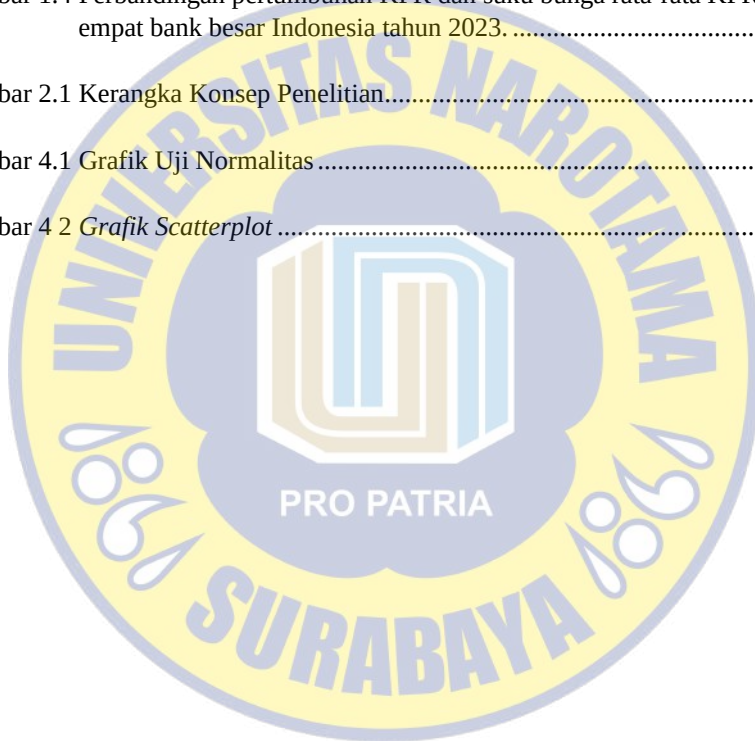
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Skorer Tanggapan Responden	52
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Promosi	53
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Persepsi Suku Bunga	54
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Kemudahan Proses	55
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Niat Pembelian	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Rumah	65
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Keinginan Memiliki Rumah	66
Tabel 4.8 Deskripsi Bank terpercaya menurut responden untuk pengajuan KPR	66
Tabel 4.9 Deskripsi responden mengenal produk KPR dari Bank BTN	67
Tabel 4.10 Deskripsi responden menerima informasi produk KPR Bank BTN	67
Tabel 4.11 Deskripsi kemudahan pengajuan produk KPR Bank BTN menurut responden	68
Tabel 4.12 Deskripsi sumber iklan produk BTN	68
Tabel 4.13 Uji Validitas	69
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Y	71

Tabel 4.15 Uji Reliabilitas X1	71
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas X2	71
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas X3	72
Tabel 4.18 Uji Normalitas	72
Tabel 4.19 Ringkasan Hasil Uji Autokorelas	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolineritas	76
Tabel 4.22 Hasil Uji F	77
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 24 Hasil Uji T	80
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bank Tabungan Negara	2
Gambar 1.2 Logo Properti Bank Tabungan Negara	3
Gambar 1.3 Perbandingan tingkat pertumbuhan produk KPR di beberapa bank besar di Indonesia pada tahun 2023.	5
Gambar 1.4 Perbandingan pertumbuhan KPR dan suku bunga rata-rata KPR di empat bank besar Indonesia tahun 2023.	6
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas	73
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Curriculum Vitae</i>	96
Lampiran 2. Form Bimbingan Skripsi	97
Lampiran 3. Hasil Plagiasi	98
Lampiran 4. Sertifikat Conference	99
Lampiran 5. Kusioner	100
Lampiran 6. Tabulasi Data	106
Lampiran 7. Data Interval	107
Lampiran 8. Hasil Output SPSS	110

