



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN  
DALAM MENGAMBIL KREDIT KPR PT. BANK TABUNGAN NEGARA  
(PERSERO) CABANG JEMBER.  
(STUDI PADA PERUMAHAN PONDOK GEDE PERMAI JEMBER)**

**SKRIPSI**

Oleh

**UMI FARICHAH BASCHA  
NIM 080810201022**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**Analisis Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam  
Mengambil Kredit KPR PT. Bank Tabungan Negara (Persero)  
Cabang Jember  
(Studi Pada Perumahan Pondok Gede Permai Jember)**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Progam Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**UMI FARICHAH BASCHA  
NIM 080810201110**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : **Umi Farichah Bascha**  
NIM : **080810201022**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Konsentrasi : **PEMASARAN**  
Judul Skripsi : **Analisis Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen  
Dalam Mengambil Kredit KPR PT. Bank Tabungan Negara  
(Persero) Cabang Jember. (Studi Pada Perumahan Pondok  
Gede Permai Jember)**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah di ajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 07 Agustus 2012



Yang Menyatakan,

**Umi Farichah Bascha**  
**NIM. 080810201022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen  
Dalam Mengambil Kredit KPR PT. Bank Tabungan  
Negara (Persero) Cabang Jember. (Studi Pada Perumahan  
Pondok Gedé Permai Jember)

Nama Mahasiswa : Umi Farichah Bascha

NIM : 080810201022

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Bambang Irawan, S.E., M.Si**  
**NIP. 19610317 198802 1 001**

**Siti Aliyati, S.E., M.Si**  
**NIP. 19720909 199003 2 001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

**Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si.**  
**NIP. 19661020 199002 2 001**

**JUDUL SKRIPSI**

**Analisis Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam  
Mengambil Kredit KPR PT. Bank Tabungan Negara (Persero)  
Cabang Jember (Studi Pada Perumahan Pondok Gede Permai  
Jember)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Safrina Ayunita Purnamasari

NIM : 080810201132

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

12 September 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas  
Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si : .....  
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris: Siti Aliyati, S.E., M.Si : .....  
NIP. 19720909 199003 2 001

Anggota : Dr. Bambang Irawan, S.E., M.Si : .....  
NIP. 19610317 198802 1 001

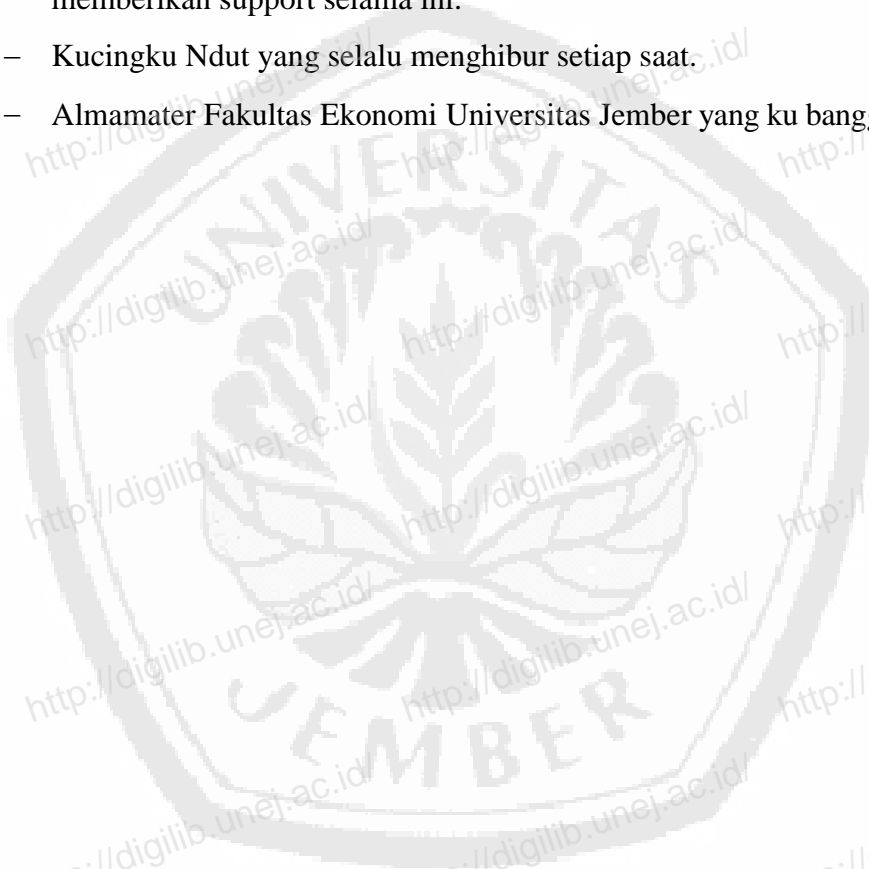
Mengetahui,  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc  
NIP. 19560831 198403 1 002

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Orang Tua ku, Terima kasih untuk semua dukungan, doa dan kasih sayang. Maaf tidak bisa menyelesaikan kuliah dengan cepat.
- Buya dan Mbah yang selalu mendoakan saat aku berangkat bimbingan dan ujian agar cepat acc dan lulus dengan baik.
- Tante, Om, Budhe, Pakdhe, kakak dan adik sepupu yang telah memberikan support selama ini.
- Kucingku Ndut yang selalu menghibur setiap saat.
- Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang ku banggakan.



## **Moto**

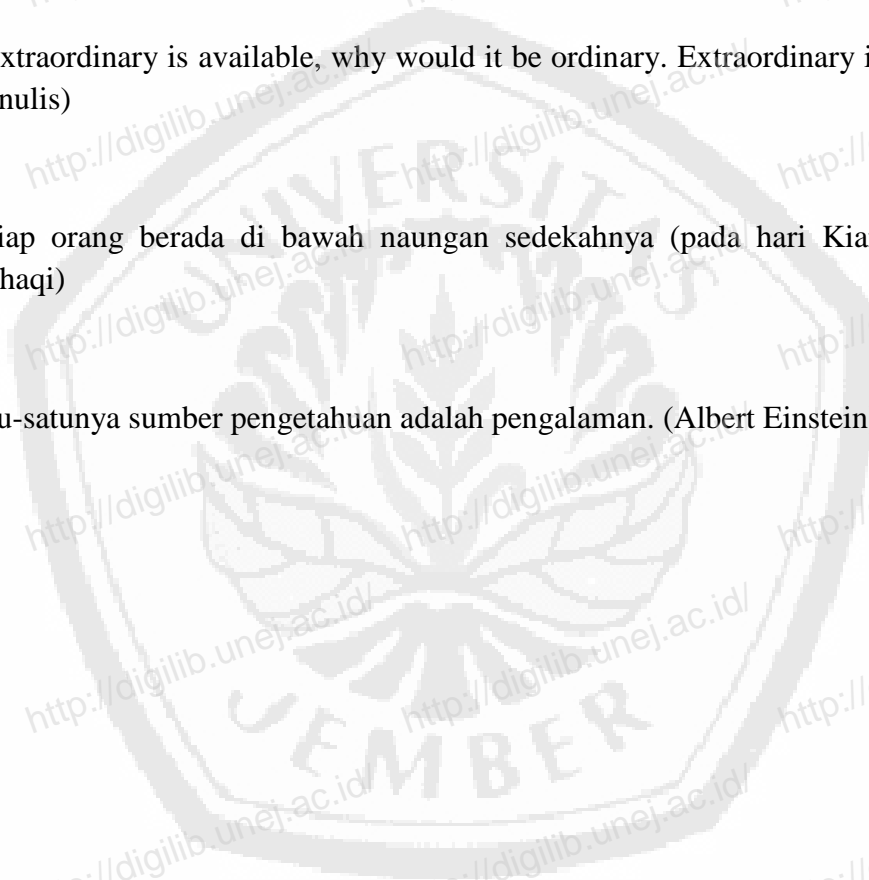
Bersabarlah karena Allah pasti mengabulkan permintaanmu pada saat yang tepat.  
(Penulis)

Although “Don’t Judge by it’s cover” quote is exist, but people’s first impressions is by the look. So, make sure you are quite good looking. (Penulis)

If extraordinary is available, why would it be ordinary. Extraordinary is my style.  
(Penulis)

Setiap orang berada di bawah naungan sedekahnya (pada hari Kiamat). (HR. Baihaqi)

Satu-satunya sumber pengetahuan adalah pengalaman. (Albert Einstein)



## RINGKASAN

**Analisis Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Kredit Kpr Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. (Studi Pada Perumahan Pondok Gede Permai Jember);** Umi Farichah Bascha; 080810201022; 2012; 63 Halaman; Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Pembangunan perumahan di Indonesia khususnya pembangunan perumahan sederhana dilaksanakan dengan bantuan langsung maupun dengan bantuan tidak langsung dari pemerintah. Bantuan pemerintah secara langsung yaitu dengan menunjuk perusahaan umum Pembangunan Perumahan Nasional (perumnas). Bantuan pemerintah secara tidak langsung dilakukan oleh developer swasta yang dibiayai dari dana bank. Salah satu bank yang ditunjuk pemerintah adalah PT. Bank Tabungan Negara (Persero). Penyediaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dimanfaatkan oleh perusahaan pengembang untuk bekerjasama dalam menyediakan hunian bagi masyarakat.

PT Gunung Batu Utama adalah salah satu perusahaan pengembang perumahan yang menyediakan pelayanan kredit rumah kepada masyarakat Jember. Eksplorasi terhadap bauran pemasaran sangat penting karena akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Artinya, perilaku konsumen terjadi atas modal yang diberikan perusahaan akan dibentuk oleh bagaimana perusahaan tersebut merencanakan bauran pemasaran yang tepat. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang tepat, perusahaan perlu menganalisa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam tiap tahap pembelian.

Penelitian ini menitikberatkan pada analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen mengambil KPR sehingga dari analisis tersebut dapat diteliti faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Tujuan dari penelitian ini ada dua, yaitu: (1) Mengetahui dan menganalisis faktor perilaku konsumen yang memengaruhi dalam mengambil kredit KPR PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember, (2) Mengetahui dan menganalisis faktor perilaku konsumen yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen mengambil kredit KPR PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember.

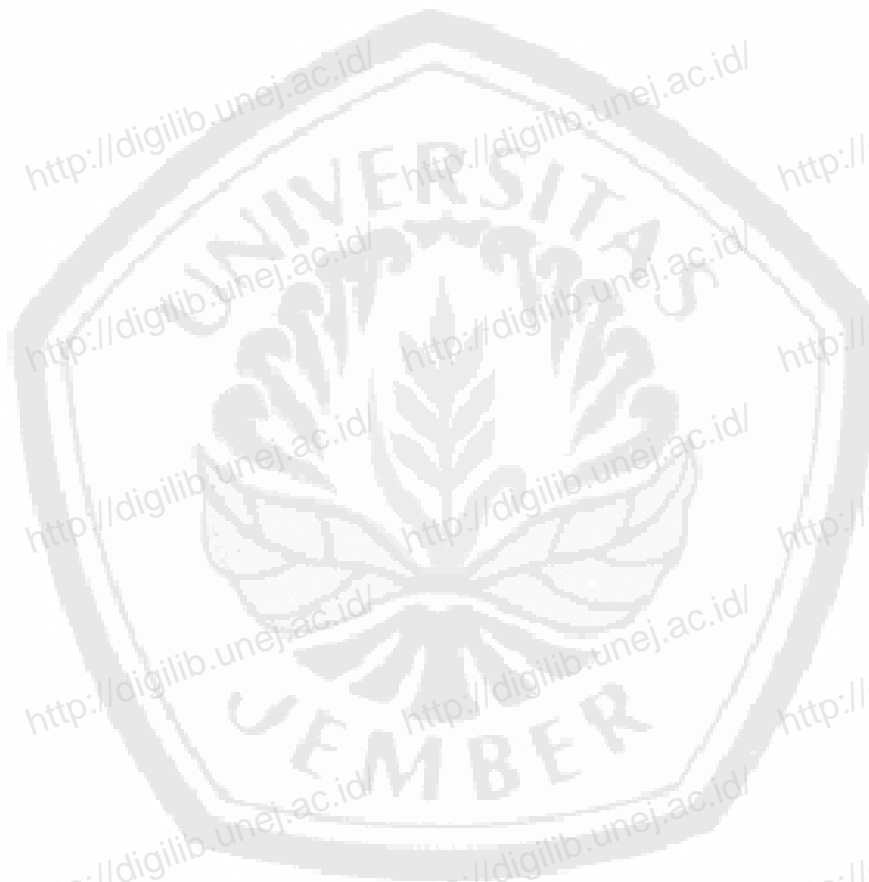
Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 17 variabel manifes (14 variabel bebas dan 3 variabel terikat). Variabel bebas terdiri dari beberapa faktor yaitu faktor 7P bauran pemasaran, faktor pribadi dan faktor budaya, sedangkan variabel terikat merupakan keputusan membeli rumah.

Populasi penelitian ini adalah orang yang mengambil KPR PT. Bank Tabungan Negara pada perumahan Pondok Gede Permai. Jumlah responden sebanyak 80 diambil dengan metode *non probability sampling* menggunakan



pertimbangan 4-5 kali jumlah 17 variabel manifes yaitu (antara 68 – 85 responden).

Data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi pendekatan konfirmatori. Hasil analisis mendukung tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu bauran pemasaran berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah, faktor pribadi berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah dan faktor budaya berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian rumah.



## PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Kredit Kpr Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Jember. (Studi Pada Perumahan Pondok Gede Permai Jember)*, yang merupakan tugas akhir dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Bambang Irawan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, dan Siti Aliyati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan saran, kritik, petunjuk, pengarahan dan dengan penuh kesabaran yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen yang memberikan ilmu serta kesabarannya kepada para mahasiswanya.
3. Drs. Achmad Ichwan, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menjadi mahasiswa.
4. Karyawan dan penggerak administrasi Manajemen, Mas Yuli, Mbak Linda, Mas Nono, dan Mbak Nita terimakasih atas bantuannya;
5. Segenap Dosen di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan pendidikan, bimbingan dan bantuan kepada penulis selama berkuliah.
6. Kedua orang tuaku, Suwito, SE dan Umi Hanik yang memberikan doa, kasih sayang yang tidak pernah putus, dan memberikan semua yang penulis inginkan.
7. Nyongar'z yang menjadi keluarga kedua dari SMA hingga sekarang. Ayu Sekarini, Dini Aprliyanti, yang menjadi teman sekelas dari kelas 1 hingga kelas 3, Dian kartikasari, Nickyta Cholida, Yanti Megawati dan segenap keluarga nyongar'z lainnya. Semoga hubungan kita tidak terputus, dan berhasil mengadakan reuni tahun 2018 nanti.

8. Sahabat-sahabatku Aish, Nickyta, Lia, Dinar, Tatit, Tria terima kasih telah menyediakan tempat, waktu, kebersamaan dan kesempatan bagi penulis untuk mencoba dan mengenal mengenal hal-hal baru.
9. Terima kasih kepada D'B&it (the bandit), Robiet Ubaydillah, SE (Obiet), Sayyidul Aziz, SE (Ofan), dan khususnya soulmate Yanti Megawati, SE yang telah mengajari dengan sabar dan ikut sibuk selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Tanpa berbicara kita sudah tahu apa yang dimaksud satu sama lain, itulah kekuatan soulmate.
10. Para Guru serta teman-teman SD Al-qur'an Metro Lampung Tengah yang masih berkomunikasi hingga saat ini, terima kasih atas pengalaman dan perhatiannya.
11. Para Guru dan teman-teman SMP N 1 Cipocok Jaya Serang Banten terima kasih telah memberikan ilmu dan pengalaman yang Luar Biasa. Kepada ABAS (Anak basket) CJ terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk membela tim sekolah bersama.
12. Untuk kucingku (Ndut), terima kasih telah menjadi penghiburku disaat penat.
13. Teman-teman Manajemen angkatan 2008, terima kasih untuk pertemanannya selama ini.
14. Semua pihak yang telah membantu memperlancar proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin disebutkan satu per satu, terima kasih banyak.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar bahwa skripsi ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat luas.

Jember, Agustus 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
RINGKASAN .....	vii
PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1. Landasan Teori</b>	
<b>2.1.1. Pengertian Rumah .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.2. Pengertian Kredit .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.3. Syarat Kredit .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.4. Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.5. Bauran Pemasaran .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.6. Model Perilaku konsumen .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.7. Pengertian Perilaku Konsumen .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.9. Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.10. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>20</b>

<b>2.2. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3. Hipotesis .....</b>	<b>24</b>

### **BAB 3 METODELOGI PENELITIAN**

<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Jenis Dan Sumber Data .....</b>	<b>25</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>26</b>
<b>3.4 Identifikasi Variable dan Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>27</b>
<b>3.4.1 Identifikasi Variable .....</b>	<b>27</b>
<b>3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Teknik Pengukuran Data .....</b>	<b>31</b>
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>31</b>
<b>3.7 Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>3.7.1 Uji Validitas .....</b>	<b>32</b>
<b>3.7.2 Uji Reabilitas .....</b>	<b>32</b>
<b>3.8 Metode analisis .....</b>	<b>33</b>
<b>3.8.1 Uji asumsi analisis konfirmatori .....</b>	<b>33</b>
<b>3.9 Analisis Regresi Dengan Pendekatan Konfirmatori .....</b>	<b>34</b>
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>39</b>

### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

<b>4.1. Gambaran Umum Perusahaan Pengembang .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1.1. Kegiatan dan Platform Usaha PT. Gunung Batu Utama .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1.2. Sturktur Organisasi .....</b>	<b>42</b>
<b>4.1.3. Visi dan Misi PT. Gunung Batu Utama .....</b>	<b>44</b>
<b>4.2. Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
<b>4.2.1. Karakteristik Responden .....</b>	<b>45</b>
<b>4.2.2. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....</b>	<b>49</b>

<b>4.3. Uji Asumsi Analisis Konfirmatori .....</b>	<b>52</b>
<b>4.4. Analisis Regresi Dengan Pendekatan Confirmatory .....</b>	<b>53</b>
<b>4.5. Pembahasan .....</b>	<b>57</b>
<b>4.5.1. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian</b>	
<b>Produk .....</b>	<b>57</b>
<b>4.5.2. Pengaruh Pribadi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian</b>	
<b>Produk .....</b>	<b>58</b>
<b>4.5.3. Pengaruh Budaya Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian</b>	
<b>Produk .....</b>	<b>60</b>
<b>4.6. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>62</b>

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>63</b>
<b>5.2. Saran .....</b>	<b>63</b>

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **KUESIONER**

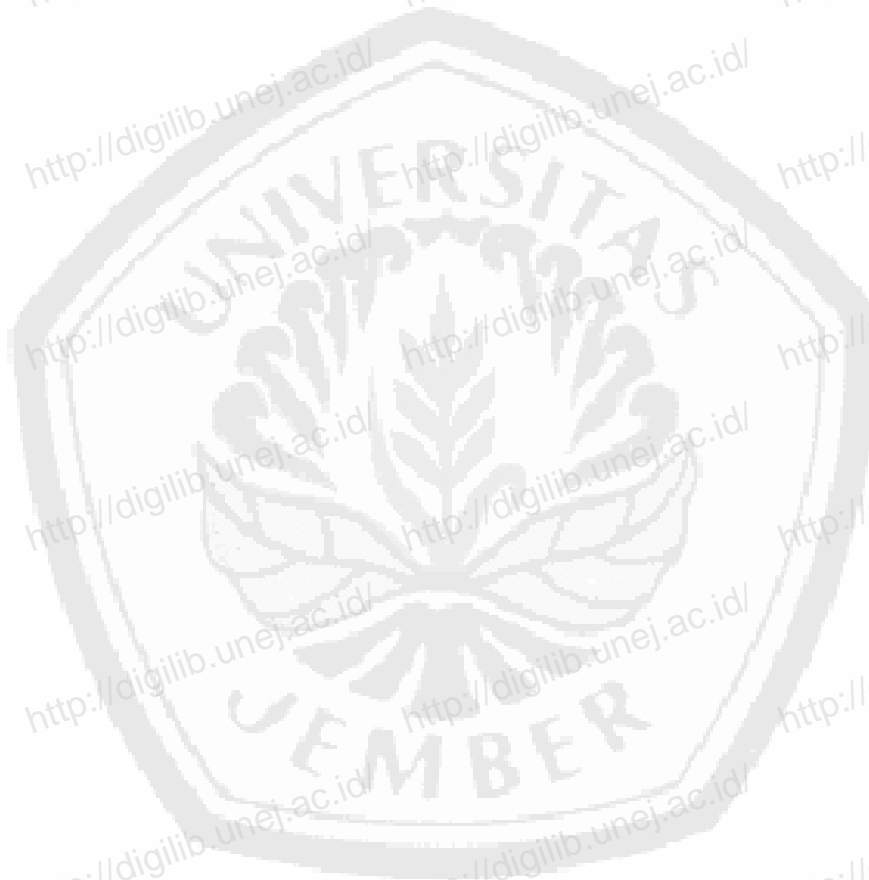
## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen .....	14
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya .....	22
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	45
4.2 Usia Responden .....	46
4.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	46
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Bauran Pemasaran .	47
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Pribadi .....	48
4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Budaya.....	48
4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian Produk.....	49
4.8 Hasil Uji Validitas.....	50
4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.10 Indeks Kesesuaian Regresi dengan pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	55
4.11 Hasil Uji Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual .....	23
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	39
4.1 Hasil Analisis SEM .....	57





## DAFTAR LAMPIRAN

- 1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)
- 3 Hasil Analisis Regresi dengan Pendekatan *Confirmatory*

