

PENGARUH *MARKETING MIX* (7PS) TERHADAP *PURCHASE INTENTION* TABUNGAN MUDHARABAH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KPR SYARIAH DI BANK ACEH SYARIAH

TESIS



Muhammad Iqbal Fajri

NIM 2201081001

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Iqbal Fajri

NIM : 2201081001

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 Februari 2022

Halaman Pengesahan

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Iqbal Fajri

NIM : 2201081001

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : Pengaruh *Marketing Mix* (7Ps) terhadap *Purchase Intention* Tabungan Mudharabah dan Implikasinya terhadap KPR Syariah di Bank Aceh Syariah

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Jerry Heikal, S.T., M.M., Dr. (*Jheikal*)

Penguji : Arief B. Suharko, BSSE, MSEE, PhD (*Arief*)

Penguji : BP. Kusumo Bintoro, Dr., Ir., M.B.A., IPM (*Bintoro*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Januari 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister, program studi Magister Manajemen di Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Pihak Bank Aceh Syariah yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
3. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral;
4. Sophia Munarisa, S.H., dan Muhammad Arjun Iqbal selaku istri dan anak saya yang telah menyemangati dan memberikan bantuan moral; dan
5. Keluarga mertua saya yang juga telah memberikan dukungan moral.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 1 Februari 2022

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Iqbal Fajri

NIM : 2201081001

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Riset Bisnis (*Business Research*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Marketing Mix (7Ps) Terhadap Purchase Intention Tabungan Mudharabah dan Implikasinya Terhadap KPR Syariah Di Bank Aceh Syariah

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 1 Februari 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Iqbal Fajri

PENGARUH MARKETING MIX (7PS) TERHADAP *PURCHASE INTENTION* TABUNGAN MUDHARABAH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KPR SYARIAH MURABAHAH DI BANK ACEH SYARIAH

Muhammad Iqbal Fajri

ABSTRACT

This research examines the influence of Marketing Mix (7Ps) on consumer purchase intention on Islamic banking products such as savings with Mudharabah type, and the implication to the purchase intention to have mortgages (PKR Sejahtera) which will give the impact to the increment of net profit.

This research used quantitative method with the population is the customer of Bank Aceh Syariah and analyzed by using SmartPLS version 3. The population then simplified with found out the sample by using Tabachnick & Fidel, which results the sample is 106 people and surveyed with a Likert scale.

This research found out that Place are significant factors to purchase intention to have sharia savings account at Bank Aceh Syariah. While, Promotion is the only significant factor that impact the purchase intention to have sharia mortgage account.

Keyword: 7Ps, Bank Aceh Syariah, Marketing Mix, Place, Promotion, Purchase Intention, Mudharabah, PKR Sejahtera

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti pengaruh dari marketing mix (7ps) dalam *purchase intention* untuk membuka tabungan mudharabah dan implikasinya terhadap *purchase intention* dalam membuka akun PKR Sejahtera di Bank Aceh Syariah, yang dimana kedua produk diharapkan akan meningkatkan laba perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitative dengan pengambilan sampel sebanyak 106 orang dari populasi nasabah Bank Aceh Syariah dengan menggunakan rumus dari Tabachnik & Fidell, serta menggunakan kuesioner dengan model skala likert untuk mendapatkan datanya. Data diolah menggunakan model SEM-PLS yang dibantu dengan piranti lunak yakni smartPLS versi ke-tiga.

Penelitian ini menemukan bahwa *place* merupakan factor yang signifikan dan juga positif terhadap *purchase intention* dalam membuka akun tabungan di Bank Aceh Syariah. Sementara itu, *promotion* merupakan factor yang dapat mempengaruhi *purchase intention* secara positif dan signifikan dalam membuka akun PKR Sejahter di Bank Aceh Syariah.

Kata kunci: 7Ps, Bank Aceh Syariah, Marketing Mix, Place, Promotion, Purchase Intention, Mudharabah, PKR Sejahtera

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat akademis/ teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat praktis.....	7
BAB II.....	8
2.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	8
2.2 Deskripsi Industri.....	9
2.2.1 Tinjauan Bank Aceh Syariah.....	9
2.3 Tinjauan Customer dan Pasar.....	18
2.4 Pesaing Bank Aceh Syariah.....	18
BAB III.....	20
3.1 Kajian Teoritis.....	20
3.1.1 <i>Purchase decision</i>	20
3.1.2 Marketing Mix & 7Ps Model.....	23
3.2 Penelitian Terdahulu.....	28
3.3 Kerangka Pemikiran.....	34
3.4 Pengembangan Hipotesis.....	35
3.5 Desain Penelitian.....	37
3.6 Lokasi Penelitian.....	39

3.7 Populasi dan Sampel	39
3.7.1 Populasi.....	39
3.7.2 Sampel	39
3.8 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.8.1 Jenis Data.....	39
3.8.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.9 Operasionalisasi Variabel.....	40
3.10 Uji Instrumen.....	42
3.10.1 Uji Validitas	42
3.10.2 Uji Reliabilitas	43
3.11 Teknik Analisis Data	43
3.11.1 Tahap analisis data deskriptif	43
3.11.2 Tahap analisis statistik inferensial	43
BAB IV	48
4.1 Profiling Responden	48
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	48
4.1.2 Umur Responden	48
4.1.3 Status Pernikahan Responden.....	49
4.1.4 Pekerjaan Responden.....	50
4.1.5 Daerah Tinggal Responden.....	50
4.1.6 Income Per Bulan Responden.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Uji Instrumen	52
4.2.2 Evaluasi Outer Model	53
4.2.3 Indicator Reliability	53
4.2.4 Discriminant Validity	53
4.2.5 Internal Consistency	54
4.3 Evaluasi Inner Model	54
4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	54
4.3.2 R-Square	55
4.3.3 Uji Hipotesis	56
4.4 Pembahasan	63
BAB V.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64

5.2 Rekomendasi/Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Table 1 Perkembangan Positif	3
Table 2 Net Profit Bank Aceh Syariah	3
Table 3 Perkembangan Tabungan Mudharabah.....	4
Table 4 PKR Sejahtera 2016-2020.....	4
Table 5 Visi Misi dan Motto Bank Aceh	13
Table 6 Neraca (Laporan Keuangan) Per 31 Oktober 2021	16
Table 7 Penelitian Terdahulu	29
Table 8 Operasional Variabel	41
Table 9 Interval Koefisien.....	46
Table 10 Uji Validitas.....	52
Table 11 Indicator Reliability	53
Table 12 Internal Consistency	54
Table 13 Uji Multikolinearitas	55
Table 14 Koefisien Determinasi	56
Table 15 Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Figure 1 Market Share Bank Aceh Terhadap Perbankan Aceh	2
Figure 2 Jumlah Karyawan Bank Aceh Syariah.....	15
Figure 3 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian.....	21
Figure 4 Model Penelitian	35
Figure 5 Jenis Kelamin Responden.....	48
Figure 6 Umur Responden	49
Figure 7 Status Pernikahan	49
Figure 8 Pekerjaan Responden	50
Figure 9 Daerah Tinggal Responden	51
Figure 10 Income Per Bulan	52
Figure 11 Discriminant Validity	53
Figure 12 Model SEM-PLS	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Marketing Mix 7Ps	69
Lampiran 2. Kuesioner Purchase Intention (AIDA)	73
Lampiran 3. Kuesioner Demography Respondent	75
Lampiran 4. Tabulasi Data Marketing Mix 7Ps	76
Lampiran 5. Tabulasi Data Purchase Intention (AIDA) Tabungan Mudharabah dan PKR Sejahtera	78
Lampiran 6. Outer Loading	81
Lampiran 7. Construct Reliability and Validity	81
Lampiran 8. Discriminant Validity	81
Lampiran 9. R-square	82
Lampiran 10. VIF Value	82
Lampiran 11. Result SEM-PLS	83