

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *FUNDING* PADA BMT UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Strata Satu  
pada Prodi Muamalat Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

**Gesang Udi Waluyo**

NPM: 20110730107

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**PRODI MUAMALAT**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Gesang Udi Waluyo**

NIM : 20110730107

Program Studi : Ekonomi dan Perbankan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Funding* Pada BMT UMY”**

” ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 November 2016

**Gesang Udi Waluyo**

**20110730107**

MOTTO

"Sesuatu mungkin mendatangi mereka yang mau menunggu,  
namun

hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat  
mengejanya"

(Abraham Lincoln)

Hasil tidak akan mengkhianati proses,  
nikmati proses itu dengan penuh keyakinan dan harapan

(Penulis)

*Our passion is our strength*

(keinginan kita adalah kekuatan kita)

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga saya dapat menyelesaikan karya tulis ini.

Saya persembahkan rasa cinta kepada keluarga saya, kepada yang tersayang Bapak Slamet Suyadi dan Ibu Sukilah yaitu kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan do'a tanpa henti. Kedua orang tua saya yang berusaha keras demi cita-cita anak-anaknya supaya bisa terwujud. Semoga kelak bisa menjadi anak yang dibanggakan kedua orangtua. Serta kepada keluarga besar dan saudara-saudara yang turut memberikan semangat serta do'a.

Terimakasih kepada sahabat satu perjuangan selama di bangku kuliah, Paijo (Rizky Zul), Jati, Adit, Dendi, Galuh yang selalu berjuang bersama-sama berbagi cerita dan selalu memberikan solusi terbaik. Terimakasih kepada teman-teman KKN 21, Ferry, Fitria, Bowo, Fikri, Asri, Eva, Renis, Yudit, Eki, Robin, Aji, Iqbal, Adi, Iwid dan yang telah memberikan kebersamaan yang tidak akan terlupakan. Semoga kita semua bisa terus mencapai apa yang dicita-citakan. Terimakasih kepada teman-teman Kontrakan, Ahmad Rasyid Gandi, Dwi Anggoro Deskianto, Yusuf Sudrajat, kalian semua menyenangkan!

Untuk teman-teman Key in Bersamasekaligus teman lintas angkatan EPI, Paijo, Galuh, Jati, Adit, Dendi, Meita, Indah, Ayunda, Alvionita, Atmojo, Fuji, Hanif, Danang dan Mas Teguh yang selalu membantu dan memberikan

semangatskripsi. Semoga ilmunya berguna dan diberi kelancaran dalam meneruskan gelar Sarjana Ekonomi Islam.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semuanya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan kalian. Amin!

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>xix</b>
<b>TRANSLITERASI</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI</b>	
A. Tinjauan Pustaka .....	12

B. Kerangka Teori.....	17
1. Pemasaran .....	17
a. Pengertian Pemasaran .....	17
b. Konsep Pemasaran .....	18
c. Pemasaran Dalam Islam.....	19
2. Perilaku Konsumen .....	23
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	23
b. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	23
c. Pengambilan Keputusan.....	28
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	29
a. Produk .....	31
b. Harga.....	33
c. Lokasi.....	35
d. Promosi .....	36
e. Karyawan .....	40
f. Proses .....	41
g. Bukti Fisik.....	42
4. Pengertian BMT .....	43
a. Pengertian.....	43
b. Tujuan .....	43
c. Penghimpunan Dana .....	48
d. Sumber Dana BMT .....	48
e. Produk Funding BMT .....	52

f. Produk BMT UMY .....	53
-------------------------	----

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	56
B. Sifat Penelitian .....	56
C. Subyek dan Objek Penelitian .....	56
D. Populasi dan Sampel .....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Angket.....	58
F. Definisi Operasional Variabel.....	59

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum BMT UMY .....	76
1. Sejarah Berdirinya BMT UMY.....	76
2. Profil BMT UMY.....	76
3. VisidanMisi BMT UMY .....	78
4. Produk-Produk BMT UMY .....	81
B. Karakteristik Responden .....	84
1. Jenis Kelamin.....	84
2. Usia Responden.....	85
3. Pendidikan Responden .....	86
4. Pekerjaan Responden .....	86
5. Lama Menjadi Nasabah.....	87
6. Produk Simpanan Responden .....	88
C. Uji Instrumen .....	88



1. Uji Validitas .....	88
2. Uji Reliabilitas .....	92
D. Uji Asumsi Klasik .....	93
1. Uji Normalitas .....	93
2. Uji Heteroskedastisitas .....	94
3. Uji Autokorelasi .....	95
4. Uji Multikolinearitas .....	96
5. Uji Linearitas .....	97
E. Metode Analisis .....	98
1. Regresi Linear Berganda .....	98
2. Uji Determinasi Ganda ( $R^2$ ) .....	100
3. Uji F (Simultan) .....	102
4. Uji t (Parsial) .....	103
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	112
B. Saran .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
<b>SARAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perkembangan BMT .....	5
Tabel 1.2 Target Pencapaian BMT .....	5
Tabel 1.4. Data Perkembangan BMT .....	6
Tabel 3.1 Skala Likert .....	68
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Nasabah .....	87
Tabel 4.2 Usia Responden.....	88
Tabel 4.3 Pendidikan Responden .....	88
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	89
Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah.....	90
Tabel 4.6 Produk Simpanan Yang Digunakan.....	90
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Produk .....	91
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Harga.....	92
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Lokasi.....	92
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Promosi .....	93
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Karyawan .....	93
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Proses .....	94
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Bukti Fisik .....	94
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Keputusan Membeli .....	95
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4.16 Uji Normalitas .....	96
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas .....	97

Tabel 4.18 Uji Autokorelasi .....	98
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas .....	99
Tabel 4.20 Uji Linearitas .....	100
Tabel 4.21 Uji Analisis Regresi.....	101
Tabel 4.22 Uji Determinasi Ganda ( $R^2$ ).....	103
Tabel 4.23 Uji F (Simultan) .....	104
Tabel 4.24 Uji t (Parsial) .....	105