

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum

1. Sejarah berdirinya PT. Bank Tabungan Negara Cabang Syariah Yogyakarta

Berawal dengan adanya perubahan peraturan perundang-undangan perbankan oleh pemerintah dari UU Perbankan No. 7 tahun 1992 menjadi perbankan No. 10 tahun 1998, dunia perbankan nasional semakin marak dengan fenomena boomingnya bank syariah. Persaingan dalam pasar perbankanpun kian ketat. Belum lagi dengan dikeluarkannya PBI No.4/1/PBI/2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum berdasarkan prinsip syariah oleh bank konvensional, jumlah bank syariah pun semakin bertambah dengan banyaknya UUS (Unit Usaha Syariah). Maka manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero), melalui rapat komite pengarah tim implementasi restrukturisasi Bank Tabungan Negara tanggal 12 Desember 2003, manajemen Bank BTN menyusun rencana kerja dan perubahan anggaran dasar untuk membuka UUS agar dapat bersaing di pasar perbankan syariah.

Untuk mengantisipasi kecendrungan tersebut, maka PT Bank Tabungan Negara (Persero) pada Rapat Umum Pemegang Saham tanggal 16 Januari 2004 dan perubahan Anggaran Dasar dengan akta

No. 29 tanggal 27 oktober 2004 oleh Emi Sulistyowati, SH Notaris di Jakarta yang ditandai dengan terbentuknya divisi syariah berdasarkan Ketetapan Direksi No 14/DIR/DSYA/2004. Pembentukan Unit Usaha Syariah ini juga untuk memperkokoh tekad ajaran Bank BTN untuk menjadikan kerja sebagai bagian dari ibadah yang tidak terpisah dengan ibadah-ibadah lainnya. Selanjutnya Bank BTN Unit Usaha Syariah disebut "BTN Syariah" dengan Motto "Maju dan Sejahtera Bersama".

Dalam kegiatannya, Unit Usaha Syariah didampingi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertindak sebagai pengawas, penasehat dan pemberi saran kepada Direksi, Pimpinan Devisi Syariah dan Pimpinan Kantor Cabang Syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan Syariah. Pada bulan November 2004 dibentuk struktur organisasi kantor cabang syariah PT. BTN. Dimana setiap kantor cabang syariah dipimpin oleh satu orang kepada cabang yang bertanggung jawab kepada divisi syariah. Yang pada saat bersamaan Dirut Bank BTN meminta rekomendasi penunjukan DPS dan pada tanggal 3 Desember 2004. Dirut Bank BTN menerima surat rekomendasi DSN/MUI tentang penunjukan DPS bagi BTN Syariah. Yang pada tanggal 18 Maret 2005 resmi ditunjuk oleh DSN/MUI sebagai DPS bagi BTN Syariah, yaitu Drs. H Ahmad Nazri Adlani, DRS. H Mohammad Hidayat, MBA, MBL dan Dr. H. Endy M.

Pada tanggal 15 Desember 2004, Bank BTN menerima surat persetujuan dari BI, surat No. 6/1350/DPbs perihal persetujuan BI mengenai prinsip pembukaan KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank BTN. Maka tanggal inilah yang diperingati secara resmi sebagai hari lahirnya BTN Syariah. Yang secara sinergi melalui persetujuan dari BI dan Direksi PT. BTN maka dibukalah KCS Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005. Diikuti tanggal 25 Februari dengan dibukanya KCS Bandung kemudian 17 Maret 2005 dengan KCS Surabaya dan berturut-turut tanggal 4 dan 11 April 2005 KCS Yogyakarta dan Makasar dan pada bulan Desember 2005 dibukanya KCS Malang dan Solo.

BTN Syariah KCS Yogyakarta merupakan salah satu cabang pembantu yang berdiri sejak tahun 2005. Seiring dengan dibukanya unit usaha syariah dari BTN Syariah . BTN Syariah KCS Yogyakarta resmi didirikan tanggal 4 April 2005 dan termasuk lima cabang terbesar di Indonesia. Awalnya BTN Syariah KCS Yogyakarta ini berempat di Condong Catur. Kemudian pada tanggal 10 Juni 2010, pindah ke jalan Faridan M. Noto No. Kota Baru Gondokusuman Yogyakarta.

Sebagai bagian dari Bank yang merupakan Bank BUMN. BTN Syariah menjalankan fungsi intermediasi dengan menghimpun dana masyarakat melalui produk-produk Giro, Tabungan, Deposito, dan

menyediakan kembali ke sektor riil melalui berbagai produk

pembiayaan KPR, Multiguna, Investasi dan Modal Kerja. Sesuai dengan motonya: “Maju dan Sejahtera Bersama” maka BTN Syariah mengutamakan prinsip keadilan dan kesejahteraan dalam penerapan imbal hasil antara Nasabah dan Bank. www.BTNSyariah.com.rabu/3/2014/09:25.

2. Visi dan Misi PT. Bank Tabungan Negara Cabang Syariah Yogyakarta

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi, dan strategi agar perusahaan tersebut mencapai apa yang diinginkan. Begitu juga dengan PT. Bank Tabungan Negara sebagai salah satu bank yang terkemuka dalam menyukseskan program pemerintah terutama dibidang perumahan tentu memiliki visi dan misi yang jelas demi kepuasan nasabah.

a. Visi

“Menjadi Bank yang terkemuka dan menguntungkan dalam pembiayaan perumahan”.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industry ikatan kepada lapisan masyarakat menengah kebawah serta menyediakan produk jasa

- 2) Menyiapkan dan mengembangkan sumber daya manusia Bank BTN yang berkualitas dan profesionalitas serta memiliki integritasi yang tinggi.
- 3) Mengambil komitmen kepada pemegang saham yaitu menghasilkan laba dan pendapatan persamaan yang tinggi serta ikut mendukung program pembangunan perumahan nasional.
- 4) Mempedulikan kepentingan masyarakat dan lingkungan.

3. Landasan Operasional BTN Syariah Yogyakarta

Landasan operasional BTN Syariah terdiri dari:

- a. Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai landasan utama penerapan prinsip syariah dalam kegiatan perekonomian.
- b. Fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) MUI saat ini ada 49 fatwa tentang Lembaga Keuangan Syariah.
- c. Undang-undang tentang Perbankan UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan terutama pasal 8 mengenai kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip syariah.
- d. PBI No.4/1/PBI/2002 tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah oleh Bank Umum Konvensional
- e. PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) No. 105 tentang Akuntansi Perbankan Syariah tentang Mudharabah

- f. PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) No. 106 tentang Akuntansi Perbankan Syariah tentang Musyarakah
- g. PAPSI (Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia)

4. Nilai Dasar BTN Syariah

- a. Taat melaksanakan dan mengamalkan ajaran Islam secara khusuk.
- b. Selalu untuk menimba ilmu guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya demi kemajuan Bank BTN Syariah.
- c. Mengutamakan kerjasama dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan Bank BTN Syariah dengan kinerja yang terbaik.
- d. Selalu memberikan yang terbaik secara ikhlas bagi Bank BTN syariah dan semua *stakeholders*, sebagai perwujudan dari pengabdian kepada Allah SWT.
- e. Selalu bekerja secara professional yang kompeten dalam bidang tugasnya.

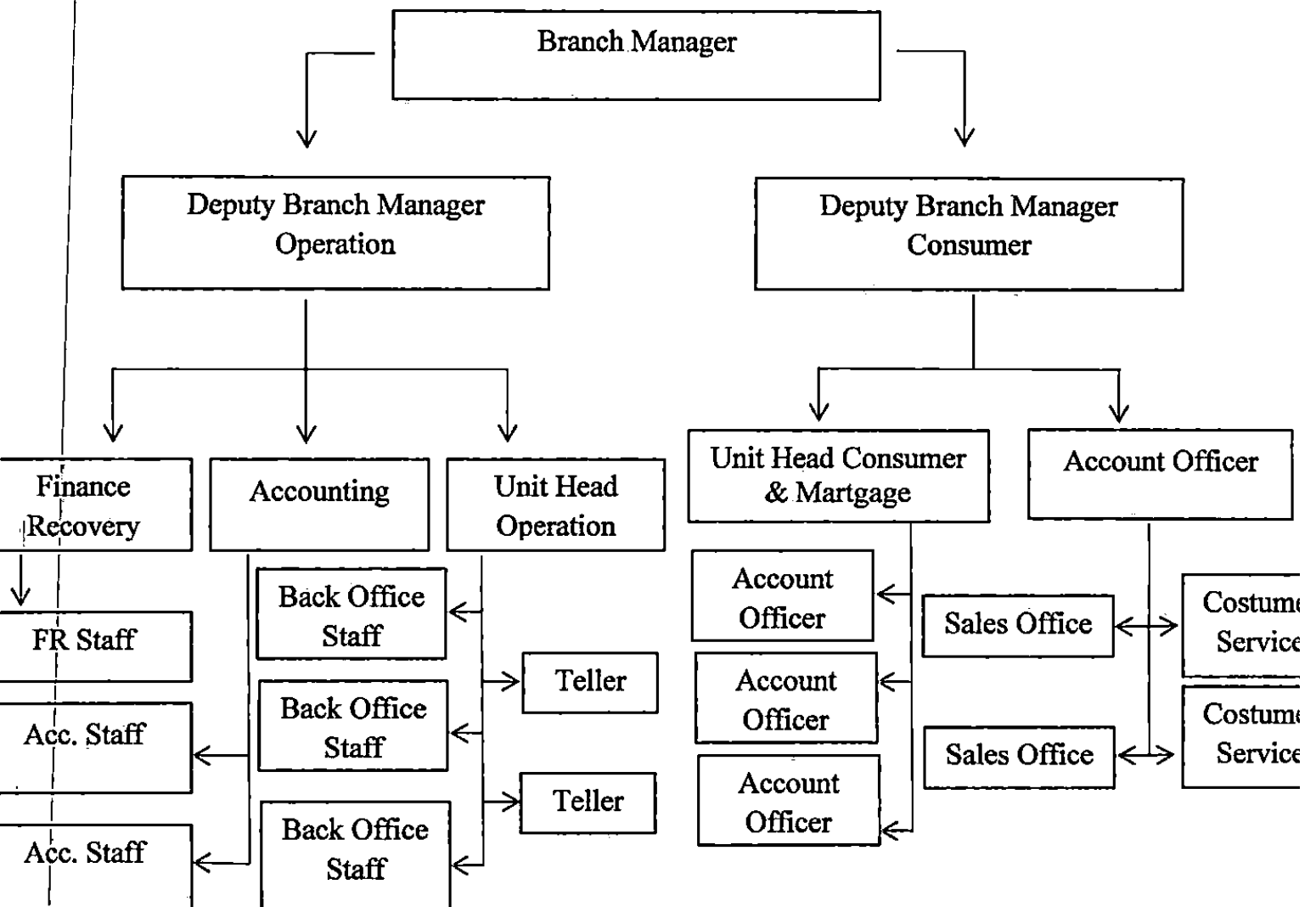
5. Etika Bank BTN Syariah

- a. Patuh dan taat pada ketentuan syariah serta perundang-undangan dan peraturan yang berlaku.
- b. Melakukan pencatatan segala transaksi yang bertalian dengan kegiatan Bank BTN secara benar sebagai wujud dari profesionalisme dan sikap amanah.
- c. Berlomba dalam kebaikan untuk memberikan yang terbaik kepada *stakeholders*.
- d. Tidak menyalahgunakan wewenangnya untuk kegiatan pribadi

- e. Menghindarkan diri dari keterlibatan dalam pengambilan keputusan dalam hal terdapat pertentangan kepentingan.
- f. Menjaga kerahasiaan nasabah dan Bank BTN.
- g. Memperhitungkan dampak yang merugikan dari setiap kebijakan yang ditetapkan Bank BTN terhadap keadaan ekonomi, sosial, dan lingkungannya.
- h. Tidak menerima hadiah atau imbalan yang memperkaya diri pribadi maupun keluarganya.
- i. Tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra profesinya.

6. Struktur Organisasi Bank BTN Syariah KCS Yogyakarta

Struktur organisasi yang ada di BTN Syariah KCS Yogyakarta dijelaskan dalam bagan Struktur Organisasi BTN Syariah KCS Yogyakarta dibawah ini:



Gambar: 1.2 Bagan Struktur Organisasi BTN Syariah KCS Yogyakarta.

B. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Dalam usaha peneliti, guna mengakomodir data representatif yang akurat dan juga dapat diandalkan sebagai informasi yang dipakai dalam penelitian ini. Langkah yang kemudian dilakukan sebagai prosedur penulisan adalah uji validitas

data. Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid

tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013:52).

Standarisasi aturan agar data dikategorikan valid pada penelitian kali ini, menggunakan suatu kriteria umum yakni memiliki parameter signifikansi nilai $p < 0,05$ (Arikunto, 2010:212). Sehingga konsekuensi logis agar data dikatakan valid hendaknya mencapai batas di bawah indeks angka 0,05.

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	N	Nilai P (<i>sign</i>)	Ket
<i>Product</i>	X1.1	30	.000	Valid
	X1.2	30	.000	Valid
	X1.3	30	.474	Tidak Valid
	X1.4	30	.000	Valid
<i>Place</i>	X2.1	30	.000	Valid
	X2.2	30	.000	Valid
	X2.3	30	.000	Valid
	X2.4	30	.000	Valid
<i>Price</i>	X3.1	30	.000	Valid
	X3.2	30	.000	Valid
	X3.3	30	.000	Valid
	X3.4	30	.000	Valid
<i>Promotions</i>	X4.1	30	.412	Tidak Valid
	X4.2	30	.349	Tidak Valid
	X4.3	30	.412	Tidak Valid
	X4.4	30	.612	Tidak Valid
KPR	Y1.1	30	.006	Valid

Y1.2	30	.002	Valid
Y1.3	30	.004	Valid
Y1.4	30	.009	Valid
Y1.5	30	.040	Valid
Y1.6	30	.000	Valid
Y1.7	30	.003	Valid
Y1.8	30	.040	Valid
Y1.9	30	.003	Valid
Y1.10	30	.006	Valid
Y1.11	30	.014	Valid
Y1.12	30	.019	Valid
Y1.13	30	.000	Valid
Y1.14	30	.013	Valid
Y1.15	30	.010	Valid
Y1.16	30	.006	Valid
Y1.17	30	.002	Valid

Sumber : Data Diolah

Hasil uji validitas pada kuesioner dimensi *Product* mayoritas memiliki indeks angka nilai p di bawah batas standar signifikansi 0,05 ($p < 0,05$) ini bisa dibuktikan dengan nilai *product* sebesar ($X1.1=0,000$) ($X1.2=0,000$) ($X1.4=0,000$). Namun dalam penjelasan ini ($X1.3=0,474$) dinyatakan tidak valid maka dari itu butir pertanyaan tersebut dieliminasi ketika dilakukan persamaan regresi, dan ini dijadikan sebagai legitimasi bahwa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *product* dinyatakan valid.

Hasil analisis uji validitas pada kuesioner dimensi *Price* memiliki indeks angka nilai p di bawah batas standar signifikansi 0,05 ($p < 0,05$) ini bisa dibuktikan dengan nilai *price* sebesar ($X2.1=0,000$) ($X2.2=0,000$) ($X2.3=0,000$) ($X2.4=0,000$) dan ini bisa dijadikan

legitimasi bahwa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *price* dinyatakan valid.

Hasil analisis uji validitas pada kuesioner dimensi *Place* memiliki indeks angka nilai p di bawah batas standar signifikansi 0,05 ($p < 0,05$) ini bisa dibuktikan dengan nilai *place* sebesar (X3.1=0,000) (X3.2=0,000) (X3.3=0,000) (X3.4=0,000) dan ini bisa dijadikan legitimasi bahwa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *place* dinyatakan valid.

Hasil analisis uji validitas pada kuesioner dimensi *Promotions* memiliki indeks angka nilai p kurang dari batas standar signifikansi 0,05 ($p < 0,05$) ini bisa dibuktikan dengan nilai *promotions* sebesar (X4.1=0,412) (X4.2=0,349) (X4.3=0,412) (X4.4=0,612) dan hasil ini dinyatakan tidak valid, oleh karena itu pertanyaan tersebut dieliminasi ketika dilakukan persamaan regresi, dan ini dijadikan sebagai legitimasi bahwa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *promotions* terhadap pembiayaan KPR dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013: 47)

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	38

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil analisis pengukuran tingkat realibilitas data dengan menggunakan langkah olahdata yang ada pada program SPSS seri 21 for windows. Dari hasil tersebut menunjukkan kisaran angka bahwa kuesioner dinyatakan *reliable* ini bisa di lihat dari nilai *cronbachs alphas* variabel *Product*, *Price*, *Place*, *Promotions* dan *KPR* sebesar 0,918 yang lebih besar dari 0,700 yang artinya data yang berhasil dikumpulkan memiliki nilai keterandalan yang baik.

C. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.3

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
1		B	Std. Error			
	(Constant)	18229	3167		5.755	.000
	Product	1239	.334	.264	3.707	.001

Price	.871	.206	.331	4.222	.000
Place	.874	.096	.471	9.101	.000
Promotions	-.286	.290	-.033	-.985	.334

Sumber: Data Diolah

a. Dependent Variable: Pembiayaan KPR

Hasil analisa data dengan menggunakan program SPSS seri 21.00 dapat ditunjukkan melalui tabel di atas. Dengan temuan persamaan regresi liner berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + E_t$$

$$\text{Pembiayaan KPR} = 0,264 \text{ Product} + 0,331 \text{ Price} + 0,471 \text{ Place} - 0,033 \text{ Promotions}$$

Persamaan regresi linear berganda dilakukan untuk menjelaskan faktor *product*, *price*, *place* dan *promotions* secara simultan maupun parsial terhadap pembiayaan KPR syariah yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan bahwa:

- a. koefisien regresi untuk variabel *product* sebesar 0,264 yang menunjukkan variabel *product* mempunyai tanda positif. Hal ini dapat digeneralisasikan bahwa apabila variabel *product* mengalami indikasi kenaikan agregat maka akan mendorong meningkatnya variabel pembiayaan KPR.
- b. koefisien regresi untuk variabel *price* sebesar 0,331 yang menunjukkan variabel *price* mempunyai tanda positif. Hal ini dapat digeneralisasikan bahwa apabila variabel *price* mengalami indikasi

kenaikan agregat maka akan mendorong meningkatnya variabel pembiayaan KPR.

- c. Koefisien regresi untuk variabel *place* sebesar 0,471 yang menunjukkan variabel *place* mempunyai tanda positif. Hal ini dapat digeneralisaikan bahwa apabila variabel *place* mengalami indikasi kenaikan agregat maka akan mendorong meningkatnya variabel pembiayaan KPR.
- d. Koefisien regresi untuk variabel *promotions* sebesar 0,033 yang menunjukkan variabel *promotions* mempunyai tanda negatif. Hal ini dapat digeneralisaikan bahwa apabila variabel *promotions* mengalami indikasi kenaikan agregat maka akan mendorong penurunan variabel pembiayaan KPR.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen (Ghazali, 2013: 98). Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka model yang digunakan dalam kerangka pikir teoritis layak untuk digunakan, sementara jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka model yang digunakan dalam kerangka pikir teoritis tidak layak untuk digunakan. Berikut hasil uji t

yang diolah dengan menggunakan fasilitas program SPSS seri 21.00 *for windows* pada tabel 1.4 berikut.

Tabel 1.4
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Slg.
Regression	1.028.173	4	257.043	259.183	.000 ^b
1 Residual	24.794	25	.992		
Total	1.052.967	29			

a. Dependent Variable: Pembiayaan KPR

b. Predictors: (Constant), *promotions, price, place, product*

Uji Statistik F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *product, price, place dan promotions* yang dilakukan secara serentak atau simultan memiliki hubungan dengan variabel dependen. Setelah melakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS seri 21.00 peneliti berhasil menemukan angka yang masih koheren dengan pembuktian hipotesis secara simultan yakni $0,000 < 0,05$ dan nilai hasil uji F sebesar 259.183. Hal ini dapat didefinisikan bahwa secara simultan variabel *product, price, place dan promotions* mempunyai pengaruh signifikan terhadap pembiayaan KPR

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghazali, 2013: 97). Besarnya koefisien determinasi memiliki interval angka kisaran 0 sampai dengan 1, sehingga apabila semakin mendekati nilai satu koefisien persamaan regresi maka semakin kuat pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Wicaksana, 2012:73).

Berdasarkan olah data yang telah peneliti lakukan melalui program SPSS seri *21.00 for windows*, hasil temuan yang mempresentasikan nilai *R Square* dapat peneliti publikasikan dalam nominal 0,973 yang berarti 97,3% yang tampak pada tabel 1.5. bentuk klarifikasi yang bisa peneliti jabarkan adalah bahwa faktor pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah dipengaruhi oleh keempat variabel independen yakni: *product, price, place, promotions*. Serta dari adanya kolaborasi keempat variabel bebasnya itu ternyata identifikasi data yang peneliti temukan adalah secara berama-sama keempat dimensi bebas tersebut memiliki unsur partisipasi

sebesar 97,3% sedangkan 2,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluadari komposisi yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut peneliti transparasikan hasil olah data statistik data dengan fitur SPSS 21.00 dalam menghitung *adjusted R²*.

Tabel 1.5

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.988 ^a	.976	.973	.99586

Sumber: Data Diolah

a. Predictors: (Constant), promotions, price, place, product

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel *product*, *price*, *place*, *promotions* berpengaruh terhadap pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah. Melalui hasil olah data yang diskemakan dalam teknik analisis regresi linear berganda, dengan tidak lupa menyertakan seri program SPSS yakni *21.00 for windows* peneliti bermaksud untuk mengimplikasikan segala kemungkinan ilmiah yang masih rasional dan juga logis untuk kemudian dibuktikan termasuk juga dalam menguji hipotesis yang peneliti buat. Dari sisi autensitas hasil data yang berhasil ditemukan, penelitian ini telah mengidentifikasi bahwa variabel

product, *price*, *place*, *promotions* yang diterangkan mempunyai

pengaruh yang signifikansi terhadap pembiayaan KPR di PT.

Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah.

D. Pembahasan

1. Penerapan strategi pemasaran terhadap pembiayaan KPR syariah pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta

Pada paragraf ini, peneliti bermaksud untuk merefleksikan terkait hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan yang memegang peran penting di PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta beliau mengungkapkan bahwa pihak bank tidak terlalu intens menerapkan strategi pemasaran dalam memasarkan produk pembiayaan KPR dikarenakan pihak BTN mendapatkan nasabah pembiayaan KPR langsung dari *developer* yang telah menjalin kerjasama dengan pihak BTN dalam pembiayaan KPR sehingga mempermudah bank memperoleh nasabah. Selain faktor tersebut ada 3 (tiga) faktor lain yang menjadi tolok ukur nasabah sebelum memutuskan melakukan pembiayaan KPR di PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta, yaitu:

- a. PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta menggunakan akad *murabahah* dalam

sebagian besar masyarakat indonesia mayoritas beragama islam dan mereka menginginkan transaksi yang diterapkan sesuai dengan prinsip islam. Pada penerapannya nasabah tidak perlu menghawatirkan perubahan harga angsuran perumahan karena pembayaran angsuran dari awal sampai berakhirnya akad tidak mengalami perubahan yang dipengaruhi kenaikan suku bunga (tetap).

- b. PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta adalah bank yang menempati peringkat pertama sebagai bank pelopor KPR sehingga nasabah lebih mempercayakan urusan perumahan kepada bank BTN.
- c. PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta menerapkan proses pembiayaan KPR yang sangat mudah kepada nasabah yang berencana atau hendak melakukan pembiayaan KPR. Hal ini dilakukan karena menjunjung tinggi Visi PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. yaitu *“Menjadi Bank yang terkemuka dan menguntungkan dalam pembiayaan perumahan”*. Oleh karena itu PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Memberikan kemudahan baik dalam hal mempermudah persyaratan maupun dalam proses pencairan pembiayaan KPR.

Hasil penelitian ini konsisten dengan Penelitian yang

namah dilakukan berkaitan dengan faktor faktor yang

mempengaruhi nasabah berhubungan dengan bank syariah diantaranya: penelitian yang dilakukan oleh Pusat Studi Ekonomi Islam STIS Yogyakarta bekerjasama dengan Bank Indonesia Yogyakarta tahun 2003. Dengan melakukan penelitian terhadap 1103 responden salah satu dari hasil penelitian tersebut adalah didapatkan delapan variabel yang secara signifikan dapat diasosiasikan dengan minat untuk berhubungan dengan perbankan syariah yaitu faktor agama (Islam), pengetahuan responden tentang keberadaan bank syariah, pendapat responden tentang bunga bank, tingkat pendidikan responden, jenis pekerjaan: usaha sendiri dengan buruh, TNI/POLRI, tingkat pendapatan: 500.001-1.000.000, preferensi terhadap bank syariah, serta pengetahuan responden tentang produk dan mekanisme bank syariah.

2. Pengaruh strategi pemasaran terhadap pembiayaan KPR syariah pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta

Pada paragraf ini, peneliti bermaksud untuk merefleksikan terkait hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan terhadap empat variabel dependen, yakni: *product, price, place, promotions* yang secara simultan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan kredit kepemilikan rumah (KPR) di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor

Cabang Syariah dengan hasil analisis uji ANOVA atau F test, didapat nilai signifikan $0,000^b$, F hitung 259.183 pada tingkat *alpha* 0,05. Namun secara parsial faktor *promotions* tidak berpengaruh positif terhadap pembiayaan KPR dengan tingkat signifikansi 0,334 dan t hitung -0,985.

Salah satu faktor dominan yang mempengaruhi nasabah melakukan pembiayaan KPR pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Yogyakarta adalah faktor *product* dengan tingkat signifikansi 0,001, t hitung 3,707. Bukti menandakan bahwa faktor *product* mempunyai pengaruh lebih besar terhadap pembiayaan KPR. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Chalimah (2006) yang mengatakan bahwa faktor *product* memiliki pengaruh positif dan paling dominan dengan