



Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Role of Influencer* Terhadap *Trust* Nasabah serta Implikasinya Pada Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah



DARIFAH
55120120050
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**



Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Role of Influencer* Terhadap *Trust* Nasabah serta Implikasinya Pada Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
DARIFAH
55120120050

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of Trust as a mediator between the relationship between product quality, promotion, and the role of influencer on mortgage financing decisions at Bank XYZ Syariah. This research was conducted using a quantitative method with a total sample of 370 respondents who were customers of Bank XYZ Syariah using a purposive sampling technique. Researchers used a questionnaire to collect data. The data analysis technique used in this study was Structural Equation Modeling (SEM) from the PLS 3.0 statistical software package. Based on the results of the study, it was found that product quality did not directly influence financing decisions, the promotion had a direct effect on financing decisions, the role of influencer had a direct effect on financing decisions, trust was proven to be able to mediate the relationship between product quality, promotion and the role of influencer on financing decisions, and Trust able to perfectly mediate the relationship between product quality and financing decisions.

Keywords: *Product quality, promotion, role of influencer, trust, financing decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Trust sebagai mediator antara hubungan kualitas produk, promosi dan *role of influencer* terhadap keputusan pembiayaan KPR pada Bank XYZ Syariah. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan jumlah sampel berjumlah 370 responden yang merupakan nasabah Bank XYZ Syariah dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *The Structural Equation Modeling* (SEM) dari paket software statistik PLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembiayaan, promosi berpengaruh langsung terhadap keputusan pembiayaan, *role of influencer* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembiayaan, *trust* terbukti mampu memediasi hubungan antara kualitas produk, promosi dan *role of Influencer* terhadap keputusan pembiayaan, dan *trust* mampu memediasi secara sempurna hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembiayaan.

Kata kunci: Kualitas produk, promosi, *role of influencer*, *trust*, keputusan pembiayaan

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Role of Influencer*
Terhadap *Trust* Nasabah serta Implikasinya Pada
Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Darifah

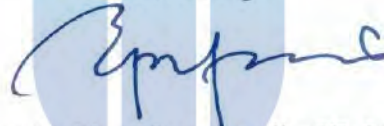
NIM : 55120120050

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2023

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Role of Influencer* Terhadap *Trust* Nasabah Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Darifah

NIM : 55120120050

Program : Magister Manajemen

Tanggal : Februari 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2023



(Darifah)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Darifah
NIM : 55120120050
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Role of Influencer* Terhadap *Trust Nasabah* serta Implikasinya Pada Keputusan Pembiayaan KPR pada Bank XYZ Syariah”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Februari 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 21 %.

UNIVERSITAS
MERCUBUANA
Jakarta, 13 Februari 2023
Administrator Turnitin


Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Role of Influencer* Terhadap *Trust* Nasabah Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang penuh kesabaran memberikan arahan serta dukungan selama penulisan tesis ini
2. Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM Selaku ketua Program Studi Magister Manajemen.
3. Bapak Dudi Permana Ph.D. selaku Penguji dalam uji seminar proposal, seminar hasil, serta sidang tesis, dan Bapak Dr. Mas Wahyu Wibowo Ph.D Selaku ketua sidang, yang telah banyak memberikan arahan dan masukan sehingga lebih sempurna tesis ini.
4. Seluruh dosen Program Magister Management pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis hingga terwujudnya tesis ini.
5. Suami tercinta Muhammad Surur, S.Pi, MM serta anak-anak tercinta Naura Delisha Qiana, Naureen Danisha Qianda dan Naushad Daifullah Qaddafa. Yang sudah mengizinkan, mensupport, mengarahakan dan mencintai. Terima kasih atas semangat dan doa-doanya.

6. Ibunda tercinta Hj. Supriyati yang dengan doa dan kerja kerasnya selalu mendorong anaknya untuk dapat menyelesaikan pendidikan setinggi mungkin. Dan almarhum Bapak H. Hardani Hardjosumarto, ayahanda tercinta yang telah mengorbankan tenaga, waktu dan segalanya agar anaknya menjadi orang yang sukses, semoga ilmu ini menjadi amal jariah bagi keduanya kelak.
7. Ibu dan Ayah Mertua (Ibu Hj. Sri Nurleli dan H. Ahmad Maher), Adik-adik dan seluruh keluarga besar yang mendukung pendidikan ini sampai berhasil dan lulus.
8. Teman-teman seangkatan Magister Management pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan semangat dan saling memberikan support sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini.
9. Karyawan PT Bank XYZ Syariah yang membantu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian penelitian ini.
10. Para responden yang membantu berpartisipasi dalam penelitian tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu pada kesempatan ini penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan tesis dimasa yang akan datang. Semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Febuari 2023

(Darifah)

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN SIMILARITY	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Kontribusi Penelitian	13
1.5.1 Secara Praktis.....	13
1.5.2 Secara Teoritis.....	13
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Teori.....	14
2.1.1. Teori Perilaku konsumen	14
2.1.2. Keputusan pembelian.....	16
2.1.2.1. Pengertian keputusan pembelian	16
2.1.2.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3. Kualitas Produk	20
2.1.3.1. Dimensi Kualitas Produk	21
2.1.4. Promosi	24
2.1.4.1. Dimensi Promosi	26
2.1.5. <i>Role of influencer</i>	28
2.1.5.1. Dimensi <i>Role of influencer</i>	31
2.1.6. <i>Trust</i>	33
2.1.6.1. Dimensi <i>Trust</i>	34
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	49
2.3.1. Hipotesis.....	58
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Design Penelitian	60
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	61

3.2.1.	Definisi Naratif.....	61
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel.....	62
3.3.	Populasi & Sampel	64
3.3.1.	Populasi.....	64
3.3.2.	Sampel Penelitian.....	65
3.4.	Metode Pengumpulan Data	67
3.4.1.	Data Premier	67
3.4.2.	Data Sekunder	68
3.5.	Metode Analisis Data	69
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	69
3.5.2.	Metode Analisis Data.....	71
3.5.2.1.	SEM <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	71
3.5.2.2.	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	71
3.5.2.3.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
3.5.2.4.	Pengujian hipotesis	75
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1.	Gambaran umum Objek penelitian	77
4.1.1.	Sejarah singkat Bank XYZ.....	77
4.1.2.	Bank XYZ Syariah.....	78
4.1.3.	Visi dan Misi Bank XYZ Syariah	78
4.1.4.	Produk pembiayaan KPR Bank XYZ Syariah	79
4.2.	Statistik Deskriptif	81
4.2.1.	Deskriptif responden	81
4.2.2.	Analisis Deskripsi Variabel	85
4.2.2.1	Analisa Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	85
4.2.2.2	Analisa Deskripsi Variabel Promosi.....	87
4.2.2.3	Analisa Deskripsi Variabel <i>Role of influencer</i>	88
4.2.2.4	Analisa Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	89
4.2.2.5	Analisa Deskripsi Variabel Keputusan Pembiayaan.....	91
4.3.	Hasil Analisis Data.....	92
4.3.1.	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	92
4.3.1.1	<i>Convergent Validitas</i>	92
4.3.1.2	<i>Discriminant validity</i>	95
4.3.1.3	<i>Construct reliability and Validity</i> (Reliabilitas dan validitas konstruk)	96
4.3.2.	Hasil Uji Model Struktural (<i>InnerModel</i>)	98
4.3.2.1	R Kuadrat (R^2)	98
4.3.2.2	f Kuadrat (f^2).....	99
4.3.2.3	Q Kuadrat (<i>Prediction Relevance</i>)	100
4.3.2.4	<i>Output Model Fit</i>	100
4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	101
4.3.3.1	Analisis Pengaruh Langsung.....	102

4.3.3.2 Analisis Pengaruh Tidak Langsung	105
4.4 Pembahasan	107
4.4.1 Pengaruh kualitas Produk terhadap <i>Trust</i> untuk pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	107
4.4.2 Pengaruh Promosi terhadap <i>Trust</i> untuk pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	108
4.4.3 Pengaruh <i>Role of Influencer</i> terhadap <i>Trust</i> untuk pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	109
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	110
4.4.5 Pengaruh Kualitas Promosi Terhadap Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	110
4.4.6 Pengaruh <i>Role of Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	111
4.4.7 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	112
4.4.8 <i>Trust</i> memediasi hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah	112
4.4.9 <i>Trust</i> Memediasi Hubungan Antara Promosi dan Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah.....	113
4.4.10 <i>Trust</i> Memediasi Hubungan Antara <i>role of Influencer</i> dan Keputusan Pembiayaan KPR di Bank XYZ Syariah	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1. Kesimpulan	115
5.2. Saran	116
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pra survey terhadap nasabah yang sudah pernah memiliki pembiayaan KPR Syariah.....	7
Tabel 1. 2. Hasil Pra Survai	8
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1. Tabel Operasional	63
Tabel 3. 2. Jumlah Nasabah KPR Syariah di Indonesia tahun 2022.....	65
Tabel 3. 3. Tabel Krejcie dan Morgan	66
Tabel 3.4. Tabel Nilai Konversi Mean.....	70
Tabel 3.5. Kategori Penentu R Kuadrat	74
Tabel 3.6. Kategori f Kuadrat	75
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pendapatan	84
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	85
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk	86
Tabel 4.7. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi.....	87
Tabel 4.8. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Role of influencer</i> ...	88
Tabel 4.9. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Trust</i>	90
Tabel 4.10. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembiayaan	91
Tabel 4.11. <i>Outer Loadings</i> Tahap 1 Outer Model - Step 1	92
Tabel 4.12. <i>Outer Loadings</i> Tahap 2 Outer Model - Step 2	93
Tabel 4.13. <i>Discriminant Validity</i>	95
Tabel 4.14. <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	96
Tabel 4.15. <i>Construct Reliability & Validity</i>	97
Tabel 4.16. R Kuadrat.....	98

Tabel 4.17. f Kuadrat	99
Tabel 4.18 <i>Construct Crossvalidated Redundancy</i>	100
Tabel 4.19 <i>Fit Summary</i>	100
Tabel 4.20. Hasil <i>path coefficient</i>	102
Tabel 4.21. <i>Specific Indirect Effects</i>	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Trend Data Pertumbuhan Real Estate (Properti) 2010-2020	1
Gambar 1.2 Peluang Bisnis Syariah di Market.....	3
Gambar 1.3 Penetrasi Produk Syariah terhadap Bankwide periode 2021	4
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	58
Gambar 4.1. Diagram Jalur	101



UNIVERSITAS
MERCU BUANA