

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
PENGAMBILAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH
(KPR)
(STUDI KASUS PADA BRI CABANG SOLO
SUDIRMAN)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Di susun oleh :

**DAYU NUR HIDAYAT
NIM. 12010123423261**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**



SERTIFIKASI

Saya Dayu Nur Hidayat, NIM. 12010123423261 yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Magister Manajemen ini ataupun program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Semarang, Desember 2025

Dayu Nur Hidayat

PENGESAHAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN
KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR)
(STUDI KASUS PADA BRI CABANG SOLO
SUDIRMAN)**

Yang disusun oleh Dayu Nur Hidayat, NIM. 12010123423261
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 23 Desember 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Semarang, 26 Desember 2025
Universitas Diponegoro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program

Pembimbing



Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D.

I Made Sukresna, S. E., M.Si., Ph.D.

ABSTRACT

This study aims to identify factors that influence consumer decisions in choosing mortgage products at BRI Solo Sudirman Branch in Surakarta. A mixed methods approach was used, with quantitative data collected through questionnaires and qualitative data collected through semi-structured interviews. The research population consisted of existing and prospective mortgage customers at the branch, with a sample of 50 respondents for quantitative data and 10 informants for qualitative interviews. Quantitative analysis was performed using multiple linear regression to measure the influence of variables such as interest rates, mortgage costs, bank reputation, promotion and education, digital banking, consumer demographics, housing availability, and government policies on consumer decisions. Qualitative data were analyzed using thematic analysis techniques to explore customer perceptions and experiences. The results showed that financial factors such as interest rates and costs, as well as non-financial factors such as bank reputation, promotions, digital banking, consumer demographics, housing availability, and government policies had a significant effect on consumer decisions. Low interest rates and affordable costs encouraged customer interest. Qualitative research reveals that customer decisions are influenced by interest rates, fees, bank service quality, family recommendations, and strategic home locations. The integration of quantitative and qualitative results shows that mortgage decisions are influenced by a combination of financial, social, and psychological factors. These findings provide practical contributions for BRI in improving its mortgage marketing and service strategies, as well as theoretical implications for the development of consumer decision models in housing finance.

Keywords: *Mortgage Loans (KPR), consumer decisions, interest rates, mortgage costs, bank reputation, digital banking, financial factors, non-financial factors, mixed approach*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Nasabah dalam memilih produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BRI Cabang Solo Sudirman Surakarta. Pendekatan campuran (mixed methods) digunakan, dengan pengumpulan data kuantitatif melalui survei kuesioner dan data kualitatif melalui wawancara semi-terstruktur. Populasi penelitian terdiri dari nasabah eksisting dan calon nasabah KPR di cabang tersebut, dengan sampel 50 responden untuk kuantitatif dan 10 informan untuk wawancara kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh variabel seperti suku bunga dan biaya KPR, reputasi bank, promosi dan edukasi, digital banking, demografi konsumen, ketersediaan rumah, dan kebijakan pemerintah terhadap keputusan konsumen. Data kualitatif dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk menggali persepsi dan pengalaman nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor finansial seperti suku bunga dan biaya, serta faktor non-finansial seperti reputasi bank, promosi, digital banking, demografi konsumen, ketersediaan rumah, dan kebijakan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Suku bunga rendah dan biaya terjangkau mendorong minat nasabah. Penelitian kualitatif mengungkapkan bahwa keputusan nasabah dipengaruhi oleh suku bunga, biaya, kualitas layanan bank, serta rekomendasi keluarga dan lokasi rumah yang strategis. Integrasi hasil kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa keputusan KPR dipengaruhi oleh kombinasi faktor finansial, sosial, dan psikologis. Temuan ini memberikan kontribusi praktis untuk BRI dalam meningkatkan strategi pemasaran dan layanan KPR, serta implikasi teoretis untuk pengembangan model keputusan konsumen dalam pembiayaan perumahan.

Kata Kunci : Kredit Pemilikan Rumah (KPR), keputusan konsumen, suku bunga, biaya KPR, reputasi bank, digital banking, faktor finansial, faktor non-finansial, pendekatan campuran.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan sebagai syarat memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, sehingga saran dan kritik sangat diharapkan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini.

1. Bapak Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro
2. Bapak Mirwan Surya Perdhana, S.E., M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
3. Bapak I Made Sukresna, S. E., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing tesis yang telah mencurahkan perhatian dan tenaga serta dorongan kepada penulis sehingga selesainya tesis ini.
4. Dosen Penguji yang telah banyak memberikan masukan yang berharga dalam penyelesaian tesis ini.
5. Bapak dan Ibu staf pengajar Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmunya melalui kegiatan pembelajaran.
6. Seluruh staf administrasi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
7. Istriku dan anakku terincinta, Orangtua Tercinta Bapak Ibu, Papah Mamah Mertua yang telah memberikan segala dukungan dan perhatiannya.

8. Rekan – rekan BRI Cabang Solo Sudirman dan nasabah yang telah membantu penelitian ini.
9. Rekan-rekan kuliah, terima kasih atas dukungan & semangat persahabatan selama menempuh pendidikan di Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menempuh pendidikan di Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak/ibu/Saudara/i dan teman-teman sekalian dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

Semarang, Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Asumsi Penelitian	11
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.6.1. Batasan Penelitian.....	12
1.6.2. Aspek yang Tidak Dibahas	13
1.6.3. Lokasi Penelitian.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Teori Umum Terkait KPR	15
2.2. Teori Prilaku Konsumen	17
2.3. Faktor -faktor yang mempengaruhi konsumen memilih KPR Bank	18
2.4. Keputusan Pembelian	28
2.5. Penelitian Terdahulu	30
2.6. Kerangka Pemikiran.....	36

2.7. Pengembangan Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.1.1. Jenis Penelitian.....	40
3.2. Sumber Data, Populasi dan Sampel Kuantitatif	41
3.2.1. Sumber Data.....	41
3.2.2. Populasi dan Sampel Kuantitatif.....	42
3.3. Metode Pengumpulan Data Kuantitatif.....	44
3.4. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	46
3.5. Analisa Data Kuantitatif	51
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	51
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.5.4. Uji T dan Uji F	54
3.6. Sumber Data, Populasi dan Sampel Kualitatif	54
3.6.1. Sumber Data.....	54
3.6.2. Populasi dan Sampel Kualitatif	55
3.7. Metode Pengumpulan Data Kualitatif	55
3.7.1. Wawancara.....	56
3.7.2. Dokumentasi.....	56
3.8. Analisa Data Kualitatif	57
3.9. Integrasi Data	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Deskripsi Responden Metode Kuantitatif.....	61
4.2. Analisa Data Kuantitatif.....	62
4.2.1. Uji Validitas.....	62
4.2.2. Uji Reabilitas	64
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	65
4.3. Pengujian Hipotesis.....	71
4.3.1. Uji F (Uji Simultan)	71

4.3.2.	Uji T (Uji Parsial)	72
4.3.3.	Uji Determinasi (R^2)	75
4.4.	Pembahasan Kuantitatif	76
4.4.1.	Pengaruh Suku Bunga & Biaya KPR terhadap Keputusan Nasabah.....	77
4.4.2.	Pengaruh Reputasi dan Layanan Bank terhadap Keputusan Nasabah.....	78
4.4.3.	Pengaruh Promosi dan Edukasi terhadap Keputusan Nasabah.....	79
4.4.4.	Pengaruh Demografi terhadap Keputusan Nasabah	81
4.4.5.	Pengaruh Digital Banking.....	82
4.4.6.	Pengaruh Ketersediaan Rumah dan Kerja Sama dengan Pengembang terhadap Keputusan Nasabah	84
4.4.7.	Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk KPR	85
4.5.	Deskripsi Responden Metode Kualitatif	87
4.6.	Pembahasan Kualitatif	88
4.7.	Integrasi Kualitatif dan Kuantitatif	95
4.7.1.	Suku Bunga dan Biaya KPR.....	96
4.7.2.	Reputasi dan Layanan Bank.....	96
4.7.3.	Promosi & Edukasi.....	97
4.7.4.	Layanan Perbankan Digital.....	97
4.7.5.	Demografi	98
4.7.6.	Ketersediaan Rumah	99
4.7.7.	Regulasi & Kebijakan Pemerintah	99
4.7.8.	Faktor Tambahan dari Kualitatif (tidak diukur dalam kuantitatif).....	100
BAB V	PENUTUP.....	102
5.1.	Kesimpulan	102
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	104

5.3. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	112



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	61
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolineartias	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	72
Tabel 4. 9 Hasil Uji T (Parsial)	73
Tabel 4. 10 Uji Determinasi (R^2)	76
Tabel 4. 11 Profil Narasumber	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
-------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Selain sebagai tempat tinggal, rumah juga berfungsi sebagai sumber rasa aman, perlindungan, dan stabilitas sosial bagi setiap individu maupun keluarga. Keberadaan rumah yang layak dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan fisik dan mental penghuninya. Sebagai tempat perlindungan yang aman, rumah memainkan peran yang signifikan dalam mendukung perkembangan sosial dan psikologis, karena di rumah setiap anggota keluarga dapat tumbuh dan berkembang dalam suasana yang mendukung.

Selain itu, rumah memiliki peran krusial dalam kesejahteraan ekonomi keluarga. Lee, Sing, & Ong (2022) menyatakan bahwa rumah bukan hanya sekadar tempat tinggal, melainkan juga sebuah aset berharga yang dapat meningkatkan kualitas hidup. Bagi banyak orang, memiliki rumah menjadi simbol kesuksesan dan kemakmuran. Kepemilikan rumah sering kali dianggap sebagai pencapaian besar dalam hidup dan merupakan investasi jangka panjang yang bisa diwariskan kepada generasi berikutnya.

Namun, meskipun rumah merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting, kepemilikan rumah di Indonesia masih menjadi tantangan besar, terutama bagi masyarakat di kelas menengah ke bawah. Hal ini disebabkan oleh tingginya harga tanah dan properti yang tidak sebanding dengan pendapatan mayoritas masyarakat.

Di banyak kota besar, harga rumah yang terus meningkat membuat banyak orang kesulitan membeli rumah pertama mereka. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) pada tahun 2023 melaporkan bahwa Indonesia menghadapi masalah besar dalam hal backlog perumahan, dengan lebih dari 12 juta unit rumah yang belum dapat dipenuhi. Masalah ini semakin memperburuk kesulitan masyarakat dalam memperoleh rumah, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Surakarta.

Selain itu, rumah memiliki peran yang sangat penting dalam kesejahteraan sosial. Rumah yang layak memungkinkan anggota keluarga untuk berkembang dengan baik, memberikan anak-anak ruang untuk belajar dan tumbuh, serta memberi kesempatan bagi keluarga untuk menjalani kehidupan yang lebih produktif. Rumah yang layak juga memberikan rasa percaya diri bagi pemiliknya dan meningkatkan status sosial mereka. Perry et al. (2023) menjelaskan bahwa rumah dapat berkontribusi pada rasa harga diri dan kepercayaan diri penghuninya, yang pada akhirnya berpengaruh pada kesuksesan individu dalam kehidupan sosial maupun karier mereka. Keberadaan rumah yang nyaman membantu penghuninya mengatasi stres kehidupan sehari-hari serta memberikan kestabilan mental dan fisik yang diperlukan untuk menjalani kehidupan dengan lebih baik.

Namun, meskipun rumah adalah kebutuhan yang sangat mendasar, di Indonesia, mewujudkan impian untuk memiliki rumah tetap menjadi tantangan besar bagi sebagian besar masyarakat. Kenaikan harga rumah yang terus meningkat, yang tidak terjangkau oleh sebagian besar masyarakat, menambah kesulitan dalam memperoleh rumah, terutama bagi mereka dengan penghasilan menengah ke

bawah. Kesenjangan ini bukan hanya terkait dengan harga rumah yang semakin tinggi, tetapi juga dengan kurangnya akses terhadap pembiayaan rumah yang mudah dan terjangkau.

Kebutuhan akan rumah di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Surakarta, terus mengalami peningkatan. Harga rumah yang terus naik jauh lebih cepat dibandingkan dengan pendapatan masyarakat membuat kepemilikan rumah semakin sulit dijangkau oleh banyak orang. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), harga rumah di daerah perkotaan seperti Surakarta menunjukkan kenaikan yang signifikan, yang bahkan dapat mencapai 10% per tahun dalam beberapa tahun terakhir (BPS Surakarta, 2023). Sementara itu, kenaikan pendapatan rata-rata masyarakat hanya sekitar 4-5% per tahun, yang menciptakan kesenjangan besar antara harga rumah dan daya beli masyarakat.

Selain itu, terbatasnya pasokan rumah yang terjangkau di pasar properti juga menjadi penghalang bagi pemenuhan kebutuhan rumah. Dengan pesatnya urbanisasi di kota-kota besar seperti Surakarta, permintaan terhadap rumah semakin meningkat, namun pasokan rumah yang terjangkau, terutama untuk kalangan menengah ke bawah, tidak mencukupi. Surakarta, sebagai kota besar di Jawa Tengah, mengalami urbanisasi yang cepat, dengan lebih dari 2% peningkatan jumlah penduduk per tahun (BPS Surakarta, 2021), yang menyebabkan permintaan terhadap rumah tinggal semakin tinggi. Namun, meskipun permintaan terus tumbuh, kenaikan harga rumah yang pesat membuat banyak masyarakat kesulitan untuk membeli rumah secara langsung. Oleh karena

itu, Kredit Pemilikan Rumah (KPR) menjadi solusi utama bagi banyak orang yang ingin memiliki rumah meskipun terbatas oleh dana di awal.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) menjadi solusi penting dalam memenuhi kebutuhan rumah bagi masyarakat Indonesia yang memiliki keterbatasan finansial. Dengan harga tanah dan rumah yang semakin tinggi, KPR memungkinkan masyarakat untuk membeli rumah dengan cara mencicil dalam jangka waktu panjang, sehingga menjadikan kepemilikan rumah lebih terjangkau bagi lebih banyak orang. Fuster & Zafar (2021) menyatakan bahwa rumah adalah aset jangka panjang, dan produk KPR memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memiliki rumah yang sebelumnya tidak terjangkau dengan dana yang dimiliki di awal.

Namun, meskipun KPR merupakan solusi utama bagi banyak masyarakat Indonesia, berbagai tantangan dalam mengakses pembiayaan rumah masih menjadi kendala. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengajukan KPR adalah suku bunga. Menurut Čašta (2025), suku bunga yang rendah dapat membuat cicilan lebih ringan dan lebih terjangkau bagi konsumen, yang mendorong mereka untuk merasa lebih yakin dalam mengajukan KPR. Sebaliknya, suku bunga yang tinggi atau tidak stabil dapat menurunkan minat masyarakat untuk mengajukan KPR, bahkan jika mereka membutuhkan rumah. Selain itu, biaya administrasi yang tinggi dan prosedur pengajuan yang panjang sering kali membuat konsumen enggan melanjutkan pengajuan KPR meskipun mereka memenuhi persyaratan.

Pemerintah dan lembaga perbankan terus berupaya untuk mempermudah akses terhadap pembiayaan rumah, salah satunya dengan menawarkan produk KPR subsidi untuk masyarakat berpenghasilan rendah (MBR). Program seperti KPR Sejahtera dan produk KPR lainnya yang menawarkan bunga rendah dan biaya administrasi yang lebih terjangkau, memberikan peluang lebih besar bagi masyarakat untuk memiliki rumah. Selain itu, perkembangan teknologi juga telah membawa perubahan signifikan dengan adanya platform digital untuk pengajuan KPR, yang mempercepat proses pengajuan dan memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai produk KPR yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Basten & Ongena (2024) mencatat bahwa inovasi digital dalam sektor perbankan telah mengurangi hambatan geografis dan meningkatkan aksesibilitas, sehingga lebih banyak orang dapat mengajukan KPR dengan lebih mudah dari kenyamanan rumah mereka.

Bank memiliki peran yang sangat penting dalam penyediaan pembiayaan rumah, terutama melalui produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Sebagai lembaga keuangan yang memiliki kemampuan untuk menyalurkan dana, bank memegang peranan penting dalam memberikan akses kepada masyarakat untuk membeli rumah. Selain menawarkan produk KPR, bank juga bertanggung jawab untuk membantu konsumen memahami produk tersebut, khususnya bagi mereka yang baru pertama kali mengajukan KPR.

BRI Cabang Solo Sudirman, sebagai salah satu cabang utama BRI di Surakarta, memiliki peran penting dalam menyediakan pembiayaan perumahan melalui produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Meskipun menawarkan produk KPR

dengan suku bunga yang kompetitif dan cicilan fleksibel, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diatasi, seperti biaya pengajuan yang relatif tinggi dan proses yang dianggap rumit oleh beberapa konsumen. Berdasarkan pendapat Chung, Agnew, Bateman, & Thorp (2024), ketidakpastian nasabah terhadap produk KPR dapat diminimalisir jika bank memberikan informasi yang jelas dan prosedur yang lebih mudah dimengerti, sehingga meningkatkan minat nasabah untuk melanjutkan pengajuan.

Sebagai lembaga keuangan besar, Bank Rakyat Indonesia (BRI) memegang peranan penting dalam menyediakan produk KPR untuk membantu masyarakat mewujudkan impian memiliki rumah. BRI Cabang Solo Sudirman, yang berada di pusat ekonomi Surakarta, menjadi cabang utama dalam menyediakan akses pembiayaan perumahan di kota tersebut. BRI menawarkan berbagai pilihan KPR dengan suku bunga dan jangka waktu yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Namun, meskipun produk yang ditawarkan cukup beragam, tantangan utama yang dihadapi adalah tingginya biaya administrasi dan prosedur pengajuan yang sering dianggap rumit oleh konsumen. Fuster & Zafar (2021) menunjukkan bahwa ketidakjelasan dalam prosedur pembiayaan dapat mengurangi minat konsumen untuk melanjutkan pengajuan KPR, meskipun produk tersebut menarik.

Sebagai bank milik negara, BRI memiliki potensi untuk memberikan solusi pembiayaan yang lebih terjangkau bagi masyarakat luas. Salah satu produk unggulannya adalah KPR Sejahtera untuk masyarakat berpenghasilan rendah (MBR), yang dirancang untuk membantu mereka yang kesulitan membeli rumah

pertama dengan menyediakan bunga rendah dan jangka waktu yang lebih panjang. Program seperti ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Surakarta karena membuka kesempatan bagi mereka untuk memiliki rumah meskipun terbatas dalam hal finansial.

Di Surakarta, BRI Cabang Solo Sudirman juga terus berinovasi dengan produk KPR digital, seperti pengajuan KPR secara online dan simulasi cicilan, yang memudahkan calon debitur untuk memperkirakan biaya yang harus dikeluarkan. Produk digital ini semakin diminati oleh kalangan konsumen muda, yang lebih memilih untuk mengajukan KPR tanpa harus datang ke cabang, sehingga mempercepat proses dan memperluas akses ke produk perbankan ini. Basten & Ongena (2024) mengungkapkan bahwa inovasi dalam digital banking telah meningkatkan efisiensi dan mempermudah konsumen dalam mengakses produk KPR.

Namun, meskipun BRI Cabang Solo Sudirman terus berusaha memasarkan produk KPR, target penyaluran KPR pada tahun 2025 yang sebesar Rp 679,836 miliar belum tercapai. Pada Bulan November 2025, realisasi penyaluran KPR baru mencapai Rp 644,809 miliar atau sekitar 94,85% dari target yang ditetapkan (Data Internal BRI, 2025). Angka ini menunjukkan adanya gap antara target yang diharapkan dan pencapaian yang sebenarnya, meskipun permintaan akan rumah di Surakarta terus meningkat.

Tantangan-tantangan seperti biaya administrasi yang tinggi, prosedur pengajuan yang rumit, serta kurangnya informasi yang memadai mengenai produk KPR dapat menjadi faktor penghambat bagi konsumen dalam melanjutkan

pengajuan KPR. Selain itu, kurangnya literasi keuangan di kalangan masyarakat juga menjadi kendala besar dalam meningkatkan minat terhadap KPR. Menurut Basten & Ongena (2024), salah satu cara untuk meningkatkan penyaluran KPR adalah dengan mempermudah akses dan memastikan transparansi dalam proses pengajuan.

Oleh karena itu, sangat penting bagi BRI Cabang Solo Sudirman untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang menghambat dalam mengajukan KPR. Penyederhanaan proses pengajuan, penurunan biaya administrasi, dan peningkatan layanan pelanggan yang lebih ramah serta informatif diharapkan dapat membantu cabang ini mencapai target penyaluran KPR yang lebih optimal di masa depan. Secara keseluruhan, rumah memiliki peran yang sangat penting sebagai kebutuhan dasar yang tidak hanya memberikan tempat tinggal, tetapi juga mendukung kesejahteraan sosial dan ekonomi. Meskipun kebutuhan akan rumah di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Surakarta, semakin meningkat, tantangan dalam mewujudkan kepemilikan rumah tetap sangat besar.

Terdapat berbagai faktor yang menghambat keputusan konsumen dalam mengajukan KPR, meskipun permintaan untuk produk ini cukup tinggi. Oleh karena itu, sangat penting untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut, seperti suku bunga, biaya administrasi, kemudahan dalam proses pengajuan, serta tingkat literasi keuangan dll. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai hal-hal ini, BRI Cabang Solo Sudirman dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efisien dan efektif dalam memasarkan KPR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pengajuan KPR, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas penyaluran KPR di masa depan, dengan memperhatikan hambatan-hambatan yang ada serta potensi yang dapat dimanfaatkan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah penelitian ini yaitu meskipun BRI Cabang Solo Sudirman terus berusaha memasarkan produk KPR, target penyaluran KPR pada tahun 2025 belum tercapai. Ini menunjukkan adanya gap antara target yang diharapkan dan pencapaian yang sebenarnya, meskipun permintaan akan rumah di Surakarta terus meningkat.

Beberapa indikasi tantangan seperti biaya administrasi yang tinggi, prosedur pengajuan yang rumit, serta kurangnya informasi yang memadai mengenai produk KPR dapat menjadi faktor penghambat bagi konsumen dalam melanjutkan pengajuan KPR. Selain itu, kurangnya literasi keuangan di kalangan masyarakat juga menjadi kendala besar dalam meningkatkan minat terhadap KPR.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apa saja faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih KPR BRI di Kantor Cabang BRI Solo Sudirman Surakarta ?
- b) Bagaimana persepsi konsumen terhadap KPR BRI Solo Sudirman Surakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Meneliti berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BRI Cabang Solo Sudirman Surakarta.
2. Menyusun rekomendasi mengenai strategi pemasaran dan perbaikan prosedur pengajuan KPR guna meningkatkan efektivitas distribusi produk KPR di BRI Cabang Solo Sudirman Surakarta

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat bagi Peneliti

- Pengembangan Wawasan Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR, yang nantinya akan berkontribusi pada pengembangan teori mengenai rinci konsumen dan sektor perbankan.

Manfaat bagi Pemerintah

- Pengembangan Kebijakan Perumahan yang Lebih Efektif

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai dampak kebijakan pemerintah terkait regulasi KPR yang mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga pemerintah dapat merumuskan kebijakan perumahan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat

- Peningkatan Aksesibilitas Perumahan

Penelitian ini dapat menyarankan kebijakan yang dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap produk KPR dengan menyesuaikan regulasi dan kebijakan yang lebih terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat..

Manfaat bagi Bank

- Peningkatan Diversifikasi Penawaran Produk KPR

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai preferensi nasabah dalam memilih produk KPR, yang dapat membantu bank dalam merancang produk KPR yang lebih sesuai dengan permintaan pasar

- Penguatan Layanan dan Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terkait pengalaman nasabah dalam menggunakan produk KPR, yang akan membantu bank untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi proses pengajuan KPR demi meningkatkan kepuasan nasabah

1.5. Asumsi Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

- 1) Responden memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi nyata dan berdasarkan pengalaman pribadi terkait pengajuan KPR.
- 2) Faktor-faktor yang diteliti, memiliki relevansi yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengajukan KPR.

- 3) Data yang diperoleh melalui survei dan wawancara dapat mewakili pandangan dan pengalaman calon debitur di BRI Cabang Solo Sudirman.
- 4) Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor eksternal seperti kebijakan moneter atau perubahan regulasi yang dapat mempengaruhi keputusan KPR dalam jangka pendek ataupun faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian

1.6.1. Batasan Penelitian

1. **Jenis Produk KPR.** Studi ini hanya akan fokus pada keputusan nasabah dalam memilih produk KPR di BRI, tanpa melakukan perbandingan dengan produk KPR dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan nasabah, seperti kebijakan dari lembaga keuangan lain, tidak akan dianalisis dalam penelitian ini.
2. **Jenis Responden.** Penelitian ini hanya melibatkan nasabah yang mengajukan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman. Responden dibatasi pada nasabah yang sudah memiliki KPR atau yang masih dalam proses pengajuan KPR.
3. **Metode Pengumpulan Data.** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner kuantitatif untuk memperoleh data numerik terkait variabel yang diteliti, serta wawancara semi terstruktur

untuk menggali alasan dan pengalaman nasabah. Data sekunder dari sumber lain, seperti laporan internal bank, tidak akan digunakan dalam penelitian ini.

4. **Pendekatan Metodologi.** Penelitian ini mengadopsi pendekatan campuran (mixed methods) dengan penekanan pada pengumpulan dan analisis data kuantitatif melalui kuesioner dan data kualitatif melalui wawancara. Metode lain, seperti observasi langsung atau eksperimen, tidak diterapkan dalam penelitian ini.

5. **Fokus Penelitian.** Fokus utama penelitian ini adalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KPR di BRI, seperti suku bunga, biaya KPR, reputasi bank, promosi, edukasi, penggunaan digital banking, faktor demografi, ketersediaan rumah, dan kebijakan pemerintah yang relevan. Penelitian ini tidak membahas faktor lain yang berhubungan dengan kelancaran pembayaran, manajemen internal bank, atau faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini

1.6.2. Aspek yang Tidak Dibahas

Penelitian ini tidak membahas beberapa faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi keputusan pengajuan KPR, seperti perubahan dalam regulasi makroekonomi, kebijakan moneter, dan fluktuasi pasar properti. Selain itu, penelitian ini juga tidak melakukan perbandingan antara produk KPR dari berbagai bank, analisis terkait keamanan sistem perbankan digital, maupun berbagai metode pembayaran cicilan atau skema pembiayaan. Aspek persepsi

nasabah terhadap penjaminan properti pun tidak dibahas dalam penelitian ini, bersama dengan faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus kajian dalam penelitian ini.

1.6.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini diselenggarakan di BRI Cabang Solo Sudirman, yang berada di Kota Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin mengeksplorasi keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) di cabang tersebut.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Teori Umum Terkait KPR

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan suatu fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh lembaga keuangan, seperti perbankan, untuk mendukung individu atau keluarga dalam memperoleh rumah. Melalui produk ini, peminjam diberikan kesempatan untuk membeli rumah dengan sistem cicilan yang dapat dilunasi dalam jangka waktu tertentu, biasanya antara 10 hingga 20 tahun, dengan bunga yang sudah ditetapkan sejak awal. KPR memungkinkan mereka yang tidak memiliki dana penuh untuk membeli rumah secara langsung tetap dapat memenuhi kebutuhan hunian mereka. Sebagai produk pembiayaan, KPR menjadi salah satu solusi yang paling banyak digunakan masyarakat karena memungkinkan pembelian rumah tanpa perlu membayar seluruh harga rumah di muka (Fuster & Zafar, 2021).

Fuster & Zafar (2021) juga mengemukakan bahwa KPR memiliki peranan yang signifikan dalam perekonomian makro, mengingat permintaan akan rumah sangat berkaitan dengan dinamika ekonomi. Ketika masyarakat memiliki akses yang lebih luas terhadap KPR, sektor perumahan akan berkembang pesat, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan sektor-sektor ekonomi lainnya seperti konstruksi, perbankan, dan industri terkait. Dengan demikian, keberadaan KPR tidak hanya memberikan dampak positif pada individu atau keluarga yang membeli rumah, tetapi juga berkontribusi terhadap stabilitas dan kemajuan

ekonomi secara keseluruhan. KPR berfungsi sebagai instrumen yang dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan daya beli masyarakat, terutama bagi mereka yang berkeinginan memiliki rumah namun terbatas secara finansial.

Secara umum, mekanisme KPR bekerja dengan cara di mana peminjam memperoleh pembiayaan untuk membeli rumah dari bank atau lembaga keuangan lain dengan komitmen untuk mengembalikan pinjaman tersebut dalam bentuk cicilan yang ditetapkan, beserta bunga yang sudah disepakati. Fuster et al. (2024) menjelaskan bahwa suku bunga menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan konsumen dalam mengajukan KPR. Suku bunga yang lebih rendah akan menghasilkan cicilan yang lebih ringan, sementara suku bunga yang tinggi dapat membuat cicilan menjadi terlalu besar untuk dipenuhi oleh peminjam. Oleh karena itu, suku bunga berfungsi sebagai indikator yang menentukan besarnya beban kewajiban yang akan ditanggung oleh peminjam sepanjang periode cicilan. Selain suku bunga, jangka waktu kredit juga menjadi faktor penting dalam perhitungan besaran cicilan yang harus dibayar setiap bulan oleh debitur. Semakin panjang jangka waktu kredit, maka cicilan bulanan cenderung lebih ringan, namun total bunga yang dibayar akan lebih besar. Sebaliknya, dengan jangka waktu yang lebih pendek, cicilan bulanan menjadi lebih tinggi, tetapi total bunga yang harus dibayar akan lebih rendah. Pemilihan jangka waktu yang tepat sangat dipengaruhi oleh kemampuan finansial debitur dalam menyesuaikan dengan kewajiban cicilan bulanan (Devine et al., 2023).

2.2. Teori Prilaku Konsumen

Perilaku konsumen merujuk pada kajian yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, atau organisasi membuat pilihan, melakukan pembelian, menggunakan, serta mengonsumsi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Solomon, 2022). Dalam konteks KPR, perilaku konsumen mencerminkan suatu proses pengambilan keputusan yang cukup kompleks, karena melibatkan pertimbangan finansial jangka panjang, kebutuhan akan tempat tinggal, serta risiko yang bersedia diambil oleh konsumen. Pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen sangat penting bagi lembaga keuangan untuk merancang produk dan strategi pemasaran KPR yang lebih sesuai dengan preferensi serta kebutuhan masyarakat.

Pada umumnya, proses perilaku konsumen dapat dibagi dalam beberapa tahap, antara lain: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca-pembelian (Kotler et al., 2021). Dalam pengajuan KPR, tahap pengenalan kebutuhan terjadi ketika individu atau keluarga menyadari pentingnya memiliki rumah sendiri. Selanjutnya, pada tahap pencarian informasi, konsumen mulai membandingkan produk KPR yang ditawarkan oleh berbagai bank, termasuk perbandingan mengenai suku bunga, jangka waktu kredit, persyaratan administrasi, serta kemudahan proses pengajuan. Evaluasi alternatif melibatkan analisis perbandingan terhadap berbagai pilihan produk KPR, sebelum akhirnya memutuskan untuk memilih produk yang paling sesuai dengan kondisi finansial dan kebutuhan mereka.

2.3. Faktor -faktor yang mempengaruhi konsumen memilih KPR Bank

Keputusan konsumen dalam memilih produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang mencakup kondisi finansial, reputasi bank, faktor psikologis, serta regulasi yang diterapkan oleh pemerintah. Semua faktor ini saling terkait dan membentuk pola perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk KPR yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas keuangan mereka. Berikut adalah uraian rinci mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan untuk mengajukan KPR.

1) Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR

Tingkat suku bunga merupakan salah satu elemen utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih KPR. Konsumen cenderung lebih memilih bank yang menawarkan suku bunga lebih rendah, karena hal ini secara langsung mengurangi beban cicilan bulanan yang harus dibayar. Suku bunga yang rendah menjadikan pembiayaan rumah lebih terjangkau, sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen (Devine et al., 2023). Suku bunga menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih produk KPR, karena memengaruhi beban keuangan mereka selama periode cicilan.

Selain suku bunga, biaya tambahan yang terkait dengan pengajuan KPR, seperti biaya administrasi dan biaya provisi, juga turut memengaruhi keputusan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih produk KPR dengan biaya administrasi yang lebih rendah, karena hal ini memberikan kemudahan dalam memenuhi kewajiban keuangan

mereka. Nielsen (2022) mencatat bahwa meskipun suku bunga sedikit lebih tinggi, konsumen lebih cenderung memilih bank yang menawarkan biaya pengajuan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih memprioritaskan pengeluaran jangka pendek, terutama pada biaya yang timbul di awal proses pengajuan KPR.

Bank yang mampu memberikan transparansi mengenai biaya tambahan dan cara perhitungan bunga memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh kepercayaan konsumen. Larson dan Martinez (2025) menegaskan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap bank akan meningkat jika mereka merasa dapat dengan mudah memahami komponen biaya yang terkait dengan produk KPR. Hal ini tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan konsumen. Oleh karena itu, bank harus memastikan bahwa mereka menyediakan informasi yang jelas dan dapat diakses mengenai biaya dan bunga yang dikenakan pada produk KPR.

Penurunan suku bunga atau biaya yang lebih rendah juga dapat meningkatkan daya tarik pasar perumahan secara keseluruhan. Penelitian oleh Furlong et al. (2019) menunjukkan bahwa penurunan suku bunga dapat meningkatkan permintaan terhadap KPR, yang berpotensi mendorong peningkatan penjualan rumah. Penurunan suku bunga biasanya memberikan keuntungan bagi konsumen dalam hal pembiayaan, memungkinkan mereka untuk mengajukan pinjaman dengan cicilan yang lebih ringan. Oleh karena itu, konsumen lebih cenderung memilih bank

yang menawarkan suku bunga yang rendah dan biaya yang transparan, yang pada gilirannya meningkatkan ketertarikan mereka terhadap produk KPR.

2) **Reputasi dan Layanan Bank**

Reputasi bank memainkan peran yang sangat penting dalam keputusan konsumen dalam memilih KPR. Kepercayaan yang dibangun oleh bank melalui layanan yang profesional dan kredibilitas yang terbukti menjadi faktor utama dalam memilih produk KPR. Konsumen lebih cenderung memilih bank yang memiliki reputasi baik dan dianggap mampu memberikan layanan yang transparan dan efisien (Lin & Chen, 2021). Kepercayaan terhadap bank dipengaruhi oleh pengalaman konsumen sebelumnya serta persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank tersebut.

Reputasi bank ini memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen, karena bank dengan reputasi baik dianggap lebih kompeten dalam mengelola dana dan memenuhi kewajiban secara tepat waktu. Selain itu, pelayanan pelanggan yang responsif dan kemampuan bank dalam memberikan solusi cepat terhadap masalah juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan konsumen (Chung et al., 2024). Konsumen lebih memilih bank yang dapat menawarkan proses pengajuan yang cepat dan sederhana, serta memberikan informasi yang jelas dan tidak membingungkan.

Selain kualitas layanan, kecepatan dan transparansi dalam proses pengajuan KPR juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Devine et al. (2023) menyatakan bahwa konsumen lebih cenderung memilih bank yang memfasilitasi pengajuan dengan cara yang cepat dan mudah, sehingga mereka merasa lebih aman dalam mengambil keputusan. Kemudahan dalam proses pengajuan dan aksesibilitas informasi produk memberikan nilai tambah bagi konsumen yang menginginkan kenyamanan dalam bertransaksi. Oleh karena itu, bank harus meningkatkan kualitas layanan serta kecepatan dalam proses pengajuan untuk menjaga dan memperkuat kepercayaan konsumen.

Kepercayaan terhadap reputasi bank juga berhubungan erat dengan loyalitas konsumen jangka panjang. Bank yang mampu menjaga hubungan baik dengan konsumen melalui komunikasi yang jelas dan responsif akan lebih mudah mempertahankan pelanggannya. Penelitian oleh Chung et al. (2024) menunjukkan bahwa pelayanan yang efisien dan responsif dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas konsumen terhadap bank tersebut.

3) **Promosi dan Edukasi**

Promosi yang ditawarkan oleh bank, seperti potongan suku bunga atau pembebasan biaya administrasi, sering kali menjadi faktor penentu dalam keputusan konsumen dalam memilih produk KPR. Bank yang menawarkan promosi tersebut sering kali lebih menarik bagi konsumen yang fokus pada pengurangan biaya di awal. Namun, sebagaimana diungkapkan oleh Perry

et al. (2023), promosi yang tidak diimbangi dengan edukasi keuangan yang memadai mungkin hanya menarik bagi konsumen dalam jangka pendek. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk memberikan edukasi yang lebih mendalam mengenai produk KPR agar konsumen dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan tepat.

Edukasi keuangan memainkan peran penting dalam membantu konsumen memahami produk KPR dengan lebih baik. Konsumen dengan literasi keuangan yang baik cenderung memilih produk KPR yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka, seperti memilih suku bunga tetap yang lebih stabil dan mudah dipahami (Perry et al., 2023). Program edukasi keuangan yang diselenggarakan oleh bank dapat berupa seminar, webinar, atau penyediaan materi edukatif yang membantu konsumen memahami cara mengelola keuangan rumah tangga dan cara kerja produk KPR.

Selain edukasi formal, bank juga dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan informasi yang lebih mudah diakses dan dimengerti oleh konsumen. Kalkulator KPR online, simulasi cicilan, dan aplikasi mobile merupakan beberapa contoh teknologi yang digunakan oleh bank untuk memudahkan konsumen dalam memahami biaya pinjaman mereka (Patel & Mehta, 2022). Dengan menyediakan alat bantu ini, bank dapat memperluas jangkauan edukasi mereka dan membantu konsumen merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan terkait KPR.

4) Kemudahan Dalam Proses Pengajuan melalui Fitur Digital Banking

Kemudahan dalam proses pengajuan KPR melalui platform digital semakin menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Di tengah perkembangan teknologi, banyak bank yang kini menawarkan aplikasi online untuk mempermudah pengajuan KPR tanpa harus mengunjungi bank secara langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Patel dan Mehta (2022) menunjukkan bahwa konsumen yang dapat mengakses aplikasi KPR secara digital merasa lebih nyaman, karena mereka dapat mengajukan permohonan kapan saja dan di mana saja tanpa terikat oleh waktu. Hal ini tentu menarik bagi konsumen yang memiliki kesibukan tinggi dan menginginkan kenyamanan dalam pengajuan KPR.

Selain itu, fitur-fitur tambahan seperti simulasi cicilan, pengecekan status pengajuan, serta pengajuan dokumen secara digital juga semakin mempermudah proses bagi konsumen. Fuster et al. (2024) mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pengajuan KPR dapat meningkatkan kepuasan konsumen, karena mereka merasa lebih mudah dalam mengelola aplikasi mereka. Kemudahan ini memberikan rasa kontrol kepada konsumen, yang pada gilirannya mempercepat proses pengambilan keputusan mereka. Proses pengajuan yang lebih cepat dan efisien juga berpotensi meningkatkan peluang konversi pengajuan KPR. Banyak konsumen ragu untuk mengajukan KPR karena kekhawatiran terhadap prosedur yang rumit dan memakan waktu. Oleh karena itu, bank

yang menawarkan proses pengajuan yang lebih mudah dan transparan akan lebih menarik bagi konsumen yang mencari kecepatan dan kenyamanan dalam pengajuan mereka. Faktor ini sangat penting untuk menarik konsumen yang menginginkan pengalaman pengajuan yang lebih baik dan mengurangi frustrasi mereka.

5) **Faktor Demografi**

Faktor demografi memainkan peranan yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih KPR. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah usia. Usia memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Individu yang lebih tua umumnya menunjukkan tingkat kestabilan finansial yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh pengalaman kerja yang lebih panjang, yang memungkinkan mereka memiliki pendapatan yang lebih teratur serta lebih banyak aset atau tabungan yang dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban cicilan KPR. Sebagaimana dijelaskan oleh Kotler et al. (2021), orang yang lebih dewasa cenderung memiliki tabungan atau aset yang lebih banyak, yang memberi mereka rasa aman dalam mengambil pinjaman jangka panjang seperti KPR. Seiring bertambahnya usia, mereka juga cenderung mengalami peningkatan penghasilan serta pengurangan utang konsumtif, yang membuat mereka lebih percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan yang besar, seperti pengajuan KPR. Keadaan ini menunjukkan bahwa individu yang lebih matang secara finansial memiliki kesiapan lebih dalam

memenuhi komitmen finansial jangka panjang karena kestabilan pendapatan, kepemilikan aset, dan kebiasaan manajemen keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan nasabah yang lebih muda.

Konsumen dengan pendapatan tetap umumnya lebih tertarik pada produk KPR dengan suku bunga tetap dan jangka panjang, karena mereka merasa lebih aman dengan pendapatan yang stabil dan dapat diprediksi. Sebaliknya, konsumen dengan pendapatan tidak tetap mungkin lebih memilih produk KPR dengan suku bunga mengambang atau opsi yang lebih fleksibel, tergantung pada ekspektasi mereka terhadap kondisi ekonomi di masa depan. Penelitian oleh Lee et al. (2022) menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki stabilitas finansial lebih memilih produk dengan suku bunga tetap, karena ini memberikan rasa aman dalam membayar cicilan mereka. Pendapatan juga mempengaruhi kemampuan konsumen dalam membeli rumah. Konsumen dengan pendapatan lebih tinggi biasanya lebih mampu membeli rumah yang lebih besar atau berada di lokasi yang lebih premium, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk KPR dengan batas pinjaman yang lebih besar. Di sisi lain, konsumen dengan pendapatan rendah cenderung memilih produk KPR yang lebih terjangkau dengan cicilan yang lebih kecil, meskipun mereka harus memilih rumah yang lebih jauh dari pusat kota (Deku et al., 2022).

6) **Ketersediaan Rumah**

Ketersediaan rumah yang sesuai dengan kebutuhan calon pemilik rumah merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan

pengajuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Berbagai aspek, seperti lokasi, kualitas bangunan, dan harga rumah, memiliki dampak yang signifikan terhadap minat nasabah untuk memilih produk KPR. Lokasi rumah yang strategis, dekat dengan berbagai fasilitas umum dan akses transportasi, sering kali menjadi daya tarik bagi nasabah dalam memilih properti melalui KPR.

Liu et al. (2023) mengungkapkan bahwa lokasi yang berkembang dan mudah dijangkau dapat meningkatkan minat nasabah. Selain itu, kualitas bangunan yang baik, termasuk penggunaan material yang berkualitas serta standar konstruksi yang memadai, merupakan faktor penting dalam keputusan nasabah. Rumah dengan kualitas bangunan yang tinggi dapat memberikan rasa aman dan kenyamanan, yang mendorong nasabah untuk memilih produk KPR (Hassan et al., 2021).

Harga rumah yang sesuai dengan kapasitas finansial nasabah juga memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mereka. Nasabah cenderung memilih produk KPR untuk rumah yang terjangkau dan sesuai dengan anggaran yang mereka miliki. Xia et al. (2021) menjelaskan bahwa produk KPR dengan cicilan yang mudah dijangkau lebih menarik bagi nasabah.

Lebih lanjut, ketersediaan kerja sama antara bank dan pengembang juga memainkan peran penting dalam keputusan nasabah untuk mengajukan KPR. Kerja sama yang terbuka dan transparan antara bank dan pengembang dapat menjamin kualitas dan legalitas properti, yang meningkatkan kepercayaan nasabah. Nasabah lebih cenderung memilih

produk KPR yang ditawarkan oleh bank yang bekerja sama dengan pengembang terpercaya dan menyediakan berbagai pilihan rumah yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Liu et al. (2023) menekankan bahwa kemitraan yang kuat antara bank dan pengembang yang bereputasi memberikan lebih banyak jaminan bagi nasabah dalam memilih rumah yang mereka inginkan, karena mereka merasa lebih aman dengan kualitas dan proses yang lebih jelas serta terjamin.

7) **Faktor Regulasi dan Kebijakan Pemerintah**

Kebijakan pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR, terutama kebijakan yang terkait dengan subsidi bunga, insentif pajak, atau program perumahan yang terjangkau. Penelitian yang dilakukan oleh Tahir & Suryono (2024) menunjukkan bahwa subsidi bunga, seperti yang diberikan melalui program FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan), sangat mendukung masyarakat berpenghasilan rendah dalam memperoleh pembiayaan rumah. Dengan adanya subsidi bunga tersebut, nasabah dapat menikmati suku bunga yang lebih rendah, yang pada gilirannya mengurangi beban cicilan KPR dan membuatnya lebih terjangkau.

Selain subsidi, kebijakan pemerintah yang mengatur suku bunga acuan juga sangat berpengaruh terhadap tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh bank untuk KPR. Ketika suku bunga acuan rendah, bank akan lebih mudah menawarkan suku bunga yang lebih rendah kepada konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan kemampuan mereka untuk membeli rumah.

Penurunan suku bunga ini juga memberikan dampak positif yang lebih luas terhadap pasar perumahan, di mana semakin banyak konsumen merasa mampu mengakses pembiayaan rumah (Fuster et al., 2024). Ini menunjukkan bagaimana kebijakan moneter dan fiskal memiliki dampak langsung pada keputusan konsumen untuk mengajukan KPR.

Kebijakan lainnya, seperti pembebasan pajak untuk pembelian rumah atau pengurangan biaya administrasi pengajuan KPR, juga dapat bertindak sebagai insentif bagi konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Fuster et al. (2024) menunjukkan bahwa insentif pajak untuk pembelian rumah pertama sangat menarik bagi konsumen muda yang baru memulai kehidupan mandiri dan berkeinginan memiliki rumah. Insentif seperti ini memungkinkan konsumen untuk membeli rumah dengan biaya yang lebih rendah, sehingga meningkatkan minat mereka untuk mengajukan KPR.

2.4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan yang terjadi ketika konsumen akhirnya melakukan pembelian produk. Proses ini melibatkan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan produk yang ditawarkan (Putri, 2021). Menurut Kotler & Armstrong (2012) dalam Taufik & Haryono (2021), proses pengambilan keputusan pembelian dimulai jauh sebelum tindakan pembelian itu sendiri dan terus berlanjut bahkan setelah pembelian selesai. Keputusan pembelian adalah pilihan yang

diambil oleh konsumen terkait merek atau produk yang akan mereka beli. Berikut ini adalah lima tahap utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian:

a) Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika konsumen menyadari adanya kebutuhan tertentu. Kebutuhan ini bisa dipengaruhi oleh faktor internal, seperti perasaan atau pengalaman pribadi, maupun oleh faktor eksternal, seperti iklan atau rekomendasi dari orang lain.

b) Pencarian Informasi

Setelah kebutuhan dikenali, konsumen yang tertarik untuk memenuhi kebutuhan tersebut akan mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan untuk membeli cukup kuat dan produk yang sesuai dengan kebutuhan mudah ditemukan, konsumen mungkin akan langsung melakukan pembelian. Namun, jika produk yang diinginkan tidak tersedia secara langsung, konsumen akan mengingat kebutuhan tersebut atau mulai mencari informasi lebih lanjut yang relevan dengan kebutuhan mereka.

c) Evaluasi Alternatif

Pada tahap ini, konsumen akan membandingkan berbagai alternatif produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam mengevaluasi pilihan, konsumen lebih cenderung untuk memperhatikan produk atau jasa yang menawarkan manfaat sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, konsumen juga akan mempertimbangkan merek-merek yang mereka percayai dan anggap dapat memberikan kualitas yang baik.

d) **Keputusan Pembelian**

Setelah melakukan evaluasi, konsumen akan memilih preferensi terhadap merek yang ada dalam daftar pilihan mereka. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling mereka sukai berdasarkan evaluasi yang dilakukan sebelumnya.

e) **Perilaku Pasca Pembelian**

Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan yang dapat bervariasi. Proses ini tidak berakhir setelah transaksi selesai, karena tugas pemasar berlanjut untuk memastikan kepuasan konsumen pasca pembelian. Pemasar perlu memantau tingkat kepuasan, tindakan setelah pembelian, serta pengalaman penggunaan produk oleh konsumen.

2.5. **Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Devine, McCarthy, & O'Toole (2023) berjudul *The Impact of Interest Rates on Consumer Behavior in Mortgage Decisions* yang dipublikasikan dalam *Journal of Economic Psychology*, menunjukkan bahwa suku bunga adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih KPR. Konsumen lebih cenderung memilih bank dengan suku bunga yang lebih rendah, karena hal ini dapat mengurangi beban cicilan bulanan mereka. Nielsen (2022) menambahkan bahwa biaya tambahan, seperti biaya administrasi dan provisi, juga berperan penting dalam mempengaruhi pilihan konsumen. Selain itu, Larson & Martinez (2025) menemukan bahwa penurunan suku bunga dapat

meningkatkan permintaan KPR, karena lebih banyak konsumen merasa mampu membeli rumah. Furlong et al. (2019) menyoroti pentingnya transparansi biaya dan bunga dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap bank.

2. Penelitian oleh Lin & Chen (2021), berjudul *Trust in Banking and its Influence on Consumer Mortgage Choices* yang diterbitkan dalam *Journal of Financial Services*, mengungkapkan bahwa reputasi bank memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen dalam memilih KPR. Konsumen lebih cenderung memilih bank yang mereka anggap kredibel dan dapat dipercaya. Selanjutnya, penelitian oleh Chung et al. (2024) yang berjudul *Consumer Trust in Bank Mortgages: The Role of Service Transparency and Speed* dalam *International Journal of Banking and Finance*, menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, responsif, dan transparan dapat meningkatkan loyalitas serta kepuasan konsumen. Devine et al. (2023) menegaskan bahwa bank yang dapat memberikan informasi yang jelas dan menawarkan proses pengajuan yang cepat lebih menarik bagi konsumen.
3. Penelitian oleh Perry et al. (2023) yang berjudul *Financial Literacy and its Effect on Mortgage Decision-Making*, diterbitkan dalam *Journal of Financial Education*, menunjukkan bahwa promosi seperti potongan suku bunga atau pembebasan biaya administrasi dapat meningkatkan ketertarikan konsumen. Namun, literasi keuangan yang baik tetap diperlukan agar konsumen dapat membuat keputusan yang tepat.

4. Penelitian oleh Patel & Mehta (2022) dalam *The Rise of Digital Mortgage Applications: A Case Study* yang diterbitkan dalam *Journal of Digital Finance*, mengungkapkan bahwa proses pengajuan KPR yang mudah dan cepat, terutama melalui platform digital, sangat mempengaruhi keputusan konsumen. Fuster et al. (2024) dalam *Technological Advances in Mortgage Lending: An Overview* yang dipublikasikan dalam *Journal of Financial Technology*, menambahkan bahwa penggunaan teknologi digital meningkatkan transparansi dan mempercepat proses pengajuan KPR. Bank yang menyediakan aplikasi online yang ramah pengguna dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Patel & Mehta (2022), dalam studi mereka *The Rise of Digital Mortgage Applications: A Case Study* yang dipublikasikan dalam *Journal of Digital Finance*, menambahkan bahwa teknologi digital seperti kalkulator KPR dan simulasi cicilan online mempermudah konsumen dalam memahami biaya pinjaman dan memilih produk yang sesuai dengan kondisi finansial mereka.
5. Penelitian oleh Deku et al. (2022), yang berjudul *Demographic Factors and Mortgage Decisions: An Empirical Study* diterbitkan dalam *Housing Economics Review*, menunjukkan bahwa faktor usia, pendapatan, dan status pekerjaan sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih KPR. Konsumen muda lebih memilih cicilan yang ringan dengan jangka waktu yang panjang, sementara konsumen yang lebih tua cenderung lebih berhati-hati dalam memilih produk KPR. Lee et al. (2022) dalam *The Role of Location in Homebuyers' Mortgage Decisions* yang diterbitkan dalam

Urban Planning Journal, menambahkan bahwa konsumen dengan pendapatan tetap lebih cenderung memilih suku bunga tetap, sementara konsumen dengan pendapatan yang tidak tetap lebih menyukai fleksibilitas dalam memilih produk KPR.

6. Penelitian oleh Lee et al. (2022), berjudul *The Role of Location in Homebuyers' Mortgage Decisions* yang dipublikasikan dalam *Urban Planning Journal*, menemukan bahwa lokasi rumah yang strategis dan harga yang sesuai anggaran sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih KPR. Hassan et al. (2021) dalam *Factors Influencing Housing Purchase Decisions* yang diterbitkan dalam *Housing Journal*, menambahkan bahwa konsumen dengan anggaran terbatas lebih memilih rumah yang lebih kecil atau lebih jauh dari pusat kota, sementara mereka dengan anggaran lebih besar cenderung memilih rumah dengan fasilitas lengkap di lokasi yang strategis. Kerja sama antara bank dan pengembang perumahan juga dapat mempermudah akses ke KPR dan meningkatkan minat konsumen terhadap pembelian rumah.
7. Penelitian oleh World Bank (2023), berjudul *Housing Subsidies and Government Policy on Mortgages in Developing Countries*, menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah seperti subsidi perumahan dan insentif pajak dapat meningkatkan akses konsumen terhadap KPR. Fuster et al. (2024) dalam *Technological Advances in Mortgage Lending: An Overview* menambahkan bahwa penurunan suku bunga acuan oleh pemerintah memungkinkan bank untuk menawarkan KPR dengan bunga yang lebih

rendah. Ben-Shahar & Carlin (2021), dalam *Government Regulation in the Housing Market: Implications for Consumer Behavior and Mortgage Products* yang diterbitkan dalam *Harvard Law Review*, menyatakan bahwa kebijakan yang mendukung pembangunan perumahan dapat mendorong lebih banyak konsumen untuk membeli rumah dan mengajukan KPR. Ringkasan hasil penelitian pada penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Variabel	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit	Hasil Penelitian
1	Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR	Devine et al. (2023)	<i>Understanding the Impact of Interest Rates on Mortgage Decisions</i>	<i>Journal of Housing Economics</i>	Temuan menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR; ketika bunga meningkat, kapasitas pinjaman cenderung menurun.
2	Reputasi dan Layanan Bank	Lin & Chen (2022)	<i>Bank Reputation and Mortgage Decisions: Evidence from Consumer Surveys</i>	<i>International Journal of Bank Marketing</i>	Reputasi bank bersama tingkat kepercayaan konsumen memiliki hubungan positif dengan keputusan untuk mengambil KPR.

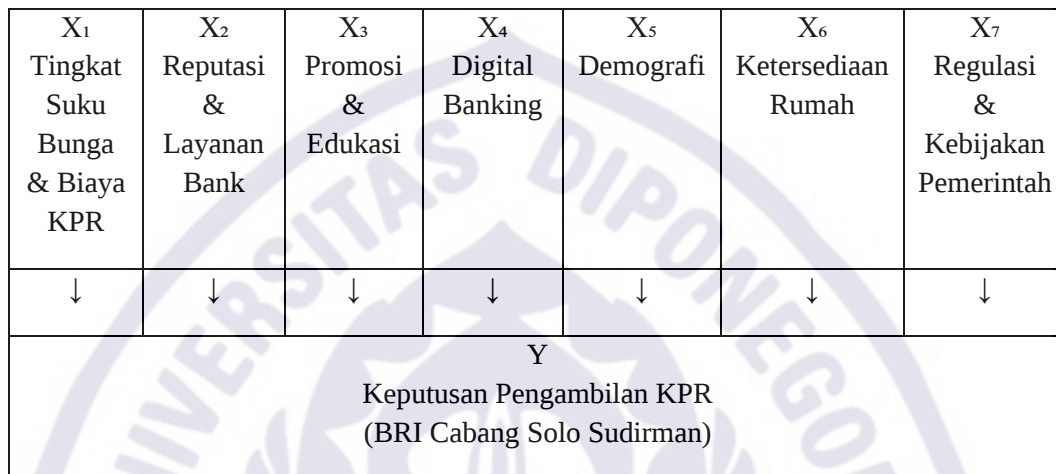
No	Nama Variabel	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit	Hasil Penelitian
3	Promosi dan Edukasi	Perry et al. (2023)	<i>Financial Literacy and its Effect on Mortgage Decision-Making</i>	<i>Journal of Consumer Affairs</i>	Literasi dan edukasi keuangan terbukti meningkatkan rasa percaya diri konsumen dalam menetapkan keputusan KPR.
4	Digital Banking	Patel & Mehta (2022)	<i>The Rise of Digital Mortgage Applications: How Technology Shapes Consumer Decisions</i>	<i>International Journal of Financial Studies</i>	Pemanfaatan platform digital mempercepat proses dan memberi kenyamanan lebih tinggi, sehingga mendorong keputusan pengajuan KPR.
5	Demografi	Deku et al. (2022)	<i>Demographic Factors and Mortgage Decisions: An Empirical Study</i>	<i>Journal of Housing Research</i>	Faktor demografi, terutama usia, pendapatan, dan status pekerjaan, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR.
6	Ketersediaan Rumah	Lee, Sing, & Ong (2022)	<i>The Role of Location in Homebuyers' Mortgage Decisions</i>	<i>Housing Policy Debate</i>	Lokasi hunian yang strategis meningkatkan minat sekaligus memperkuat keputusan konsumen untuk mengambil KPR.

No	Nama Variabel	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit	Hasil Penelitian
7	Regulasi dan Kebijakan Pemerintah	World Bank (2023)	<i>Housing Subsidies and Government Policy on Mortgages in Developing Countries</i>	<i>World Bank Working Paper</i>	Subsidi perumahan dan kebijakan pemerintah berkontribusi pada peningkatan akses serta keterjangkauan KPR bagi masyarakat.

2.6. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu diatas, dalam penelitian ini, keputusan nasabah dalam pengambilan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BRI Cabang Solo Sudirman ditetapkan sebagai variabel dependen (Y). Variabel Y diduga dipengaruhi oleh tujuh variabel independen yang terdiri atas tingkat suku bunga dan biaya KPR (X_1), reputasi dan layanan bank (X_2), promosi dan edukasi (X_3), digital banking (X_4), demografi (X_5), ketersediaan rumah (X_6), serta regulasi dan kebijakan pemerintah (X_7). Dengan demikian, penelitian ini mengajukan asumsi bahwa X_1 – X_7 berpengaruh terhadap keputusan pengambilan KPR, baik secara parsial maupun simultan. Berikut bagan gambar kerangka berpikir pada penelitian ini

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



2.7. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah berasal dari kata hypo yang berarti dibawah dan thesa yang berarti kebenaran. Menurut Martono (2016:67) Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman simpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

H1: Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Suku bunga dan biaya KPR merupakan faktor yang menentukan besar kecilnya cicilan serta total beban pembiayaan yang ditanggung nasabah. Apabila suku bunga dan biaya yang dirasakan semakin tinggi, kecenderungan nasabah untuk mengambil KPR cenderung menurun.

H1: Tingkat suku bunga dan biaya KPR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

H2: Pengaruh Reputasi dan Layanan Bank Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Reputasi bank yang kuat disertai layanan yang profesional dapat meningkatkan rasa percaya nasabah, terutama dalam mengambil pembiayaan yang bersifat jangka panjang seperti KPR.

H2: Reputasi dan layanan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

H3: Pengaruh Promosi dan Edukasi Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Promosi berperan dalam menarik perhatian dan meningkatkan minat terhadap produk KPR. Sementara itu, edukasi membantu memperdalam pemahaman sekaligus menguatkan keyakinan nasabah dalam menentukan pilihan pembiayaan.

H3: Promosi dan edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

H4: Pengaruh Digital Banking Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Kemudahan layanan digital, seperti akses informasi, fasilitas simulasi, serta komunikasi terkait KPR, ditambah kecepatan dan keandalan sistem, dapat memperkuat pertimbangan nasabah dan mendorong pengambilan keputusan KPR.

H4: Digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

H5: Pengaruh Demografi Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Keputusan mengambil KPR berkaitan dengan ketersediaan rumah yang sesuai kebutuhan, lokasi, spesifikasi, dan kemampuan finansial. Semakin sesuai pilihan

rumah yang tersedia dengan preferensi dan kapasitas nasabah, semakin kuat dorongan untuk menggunakan pembiayaan KPR.

H5: Demografi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

H6: Pengaruh Ketersediaan Rumah Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Ketersediaan pilihan rumah yang selaras dengan kebutuhan dan daya beli nasabah dapat memperkuat keputusan untuk melakukan pembiayaan melalui KPR.

H6: Ketersediaan rumah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

H7: Pengaruh Regulasi dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Keputusan Pengambilan KPR

Regulasi dan kebijakan pemerintah yang mendukung keterjangkauan, termasuk pengaturan DP, pemberian insentif, maupun program perumahan, berpotensi meningkatkan dorongan masyarakat untuk mengambil KPR.

H7: Regulasi dan kebijakan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian campuran (*mixed methods*) adalah pendekatan yang menggabungkan elemen penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam satu studi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu fenomena (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya menganalisis data numerik secara statistik tetapi juga mengeksplorasi aspek kontekstual yang lebih mendalam. Dalam aspek kuantitatif, Data yang diperoleh dari responden akan dianalisis secara numerik untuk mengidentifikasi pola, tren, serta hubungan antarvariabel dalam program tersebut.

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan mixed methods atau metode campuran, yang merupakan kombinasi antara metode kuantitatif dan metode kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai keputusan nasabah dalam memilih KPR di BRI Cabang Solo Sudirman, Surakarta. Dengan menggunakan pendekatan campuran, penelitian ini dapat memperoleh data yang lebih lengkap dan menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti, mengingat setiap metode memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Menurut Creswell & Plano Clark (2018), pendekatan mixed methods memberikan kelebihan dalam menggabungkan data numerik yang kuat dengan

narasi atau wawasan yang lebih mendalam. Dalam konteks ini, data kuantitatif akan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan KPR, sementara data kualitatif akan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang alasan, persepsi, dan pengalaman nasabah memutuskan mengambil KPR BRI .

Metode campuran menggabungkan dua jenis data:

- 1) **Data kuantitatif**, yang diperoleh dari **kuesioner**, untuk menguji variabel-variabel yang memengaruhi keputusan pengambilan KPR.
- 2) **Data kualitatif**, yang diperoleh dari **wawancara semi terstruktur**, untuk menggali pemahaman lebih mendalam mengenai persepsi dan pengalaman nasabah terkait pengambilan keputusan KPR.

3.2. Sumber Data, Populasi dan Sampel Kuantitatif

3.2.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian berupa :

1. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden yang dipilih, yaitu nasabah eksisting dan calon nasabah KPR di BRI Cabang Solo Sudirman. Kuesioner yang disebarkan kepada responden berfungsi untuk menggali persepsi mereka terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih KPR. Faktor-faktor yang dimaksud antara lain adalah suku bunga, biaya KPR, reputasi bank, promosi, dan fitur digital banking, ketersediaan rumah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, kebijakan pemerintah tentang KPR. Data primer ini dianggap penting karena

memberikan gambaran langsung dari objek penelitian yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

2. Data Sekunder : Diperoleh dari studi pustaka yang meliputi artikel, buku, jurnal, serta laporan riset yang relevan mengenai KPR, perilaku konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian properti

3.2.2. Populasi dan Sampel Kuantitatif

Populasi

Menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun persentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Sedangkan Sugiyono (2013:115) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian kuantitatif ini mencakup seluruh nasabah yang menggunakan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BRI Cabang Solo Sudirman. Populasi ini terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu:

- 1) Nasabah eksisting KPR, yaitu nasabah yang sudah memiliki KPR dan sedang melakukan pembayaran cicilan.
- 2) Calon nasabah KPR, yang sedang dalam proses pengajuan KPR.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari objek yang merupakan sumber data. Secara sederhana sampel

dapat dikatakan, bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan diatas merupakan dua kata kunci dan merujuk pada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya (Razali & dkk, 2020).

Sampel penelitian dalam penelitian ini diambil dari kedua kelompok populasi di atas: nasabah eksisting KPR dan calon nasabah KPR. Untuk penelitian kuantitatif, sampel yang diambil adalah 50 responden yang dipilih secara acak sederhana (simple random sampling). Dalam pengambilan sampel ini, setiap nasabah eksisting dan calon nasabah memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel ini diharapkan cukup untuk memberikan representasi yang baik dari populasi secara keseluruhan, dan cukup untuk melakukan analisis regresi linier berganda yang dapat menjawab pertanyaan penelitian.

- Jumlah Responden: 50 responden.
- Metode Pengambilan Sampel: Sampling acak sederhana, di mana setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel.
- Karakteristik Sampel:
 - a) Terdiri dari nasabah eksisting dan calon nasabah.
 - b) Sampel dipilih untuk mewakili kedua kelompok yang berbeda (eksisting dan calon nasabah) untuk memperoleh pandangan yang lengkap mengenai keputusan pengambilan KPR

3.3. Metode Pengumpulan Data Kuantitatif

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan membagikan kuesioner kepada para responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Metode pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif ini berfokus pada pengukuran variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR melalui instrumen yang terstruktur dan menghasilkan data numerik.

Data yang diperoleh akan dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR. Pengumpulan Data menggunakan Kuisisioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner terstruktur dengan menggunakan skala Likert 1-5. Skala Likert ini digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih KPR.

Proses Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang terdiri dari nasabah eksisting dan calon nasabah KPR. Penetapan jumlah sampel ini didasarkan pada pedoman Hair et al. (2019) yang menyarankan jumlah sampel 5–10 kali jumlah variabel independen dalam regresi berganda. Dalam penelitian ini, terdapat 7 variabel independen, sehingga sampel yang disarankan adalah 40–80 responden, dengan jumlah 50 responden dianggap mencukupi untuk analisis regresi yang valid dan reliabel.

Kuesioner ini akan dibagikan dengan online menggunakan Google Form atau platform sejenis). Responden diminta untuk mengisi kuesioner berdasarkan pengalaman dan persepsi mereka terhadap produk KPR yang ditawarkan oleh BRI.

Langkah-langkah Pengumpulan Data Kuantitatif:

1. Menyiapkan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang mengukur variabel-variabel yang relevan dengan pengambilan keputusan KPR.
2. Menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang terpilih menggunakan sampling acak sederhana.
3. Mengumpulkan kuesioner yang sudah diisi oleh responden.
4. Melakukan pengecekan dan verifikasi data untuk memastikan keabsahan dan kelengkapan data yang telah terkumpul.

Variabel Penelitian Kuantitatif

Penelitian ini mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR. Variabel-variabel tersebut terdiri dari:

Variabel Independent

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini ada 7 yaitu : Tingkat Suku Bunga dan Biaya, Reputasi & Layanan Bank, Promosi & Edukasi, Digital

Banking (dalam pengajuan/layanan KPR), Demografi, Ketersediaan Rumah, Regulasi dan Kebijakan Pemerintah.

3.4. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) . Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam Penelitian ini terdapat 2 Variabel yaitu variabel Dependent dan Variabel Independent. Variabel Dependent adalah Variabel dependen (Y) adalah sebuah ukuran yang dianggap sebagai akibat atau konsekuensinya atas terjadinya variabel perubahan perkembangan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan nasabah dalam memilih produk KPR di BRI Cabang Solo Sudirman. Variabel Independet (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini terdapat Tujuh Variabel yaitu : Tingkat Suku Bunga dan Biaya, Reputasi & Layanan Bank, Promosi & Edukasi, Digital Banking (dalam pengajuan/layanan KPR), Demografi, Ketersediaan Rumah, Regulasi dan Kebijakan Pemerintah. Definisi Operasional masing – masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Difinisi Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Definisi Operasional	Cara Pengukuran	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit
1	Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR	Persentase (%) imbalan pinjaman KPR yang menentukan besar cicilan dan total pembayaran. Biaya KPR adalah biaya tambahan di luar bunga (mis. administrasi, provisi, notaris, dll.) yang menjadi beban awal/lanjutan pengajuan KPR.	Tingkat suku bunga dan biaya KPR diukur melalui penilaian nasabah dalam survei menggunakan skala Likert terhadap seberapa kompetitif suku bunga, seberapa terjangkau total biaya, dan seberapa jelas informasi terkait bunga dan biaya disampaikan oleh bank. Skor gabungan dari penilaian tersebut membentuk indeks persepsi; semakin tinggi skor menunjukkan persepsi bahwa bunga dan biaya KPR BRI semakin wajar, kompetitif, dan transparan.	Devine et al. (2023)	<i>Understanding the Impact of Interest Rates on Mortgage Decisions</i>	<i>Journal of Housing Economics</i>

No	Nama Variabel	Definisi Operasional	Cara Pengukuran	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit
2	Reputasi dan Layanan Bank	Reputasi adalah citra/kepercayaan publik pada bank. Layanan adalah kualitas pelayanan KPR yang dirasakan nasabah (kejelasan info, proses, sikap petugas, keamanan data).	Reputasi Bank diukur melalui tingkat kepercayaan nasabah yang tercermin dalam survei kepuasan nasabah. Kualitas layanan Bank diukur dengan indikator seperti kecepatan proses pengajuan KPR, responsivitas layanan pelanggan, tingkat kepuasan nasabah terhadap informasi yang diberikan, serta waktu rata-rata untuk menyelesaikan pengajuan KPR	Lin & Chen (2022)	<i>Bank Reputation and Mortgage Decisions: Evidence from Consumer Surveys</i>	<i>International Journal of Bank Marketing</i>
3	Promosi dan Edukasi	Promosi adalah upaya komunikasi pemasaran KPR (mis. potongan bunga/biaya). Edukasi adalah pemberian pemahaman KPR agar nasabah mengerti mekanisme, syarat, dan manfaatnya.	Promosi dapat diukur dengan nilai diskon atau bonus yang diberikan (misalnya, diskon biaya admin 50%) dan edukasi dapat diukur dengan frekuensi informasi yang diberikan kepada nasabah (misalnya, 5 sesi edukasi dalam sebulan).	Perry et al. (2023)	<i>Financial Literacy and its Effect on Mortgage Decision-Making</i>	<i>Journal of Consumer Affairs</i>

No	Nama Variabel	Definisi Operasional	Cara Pengukuran	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit
4	Digital Banking	Layanan perbankan berbasis teknologi yang memudahkan akses informasi dan proses terkait KPR (fitur aplikasi/webs ite/simulasi/c ek status).	Fitur digital dapat diukur dengan jumlah fitur yang tersedia daam aplikasi (misalnya, informasi product KPR, Proses Pengajuan KPR, Status apikasi).	Patel & Mehta (2022)	<i>The Rise of Digital Mortgage Applications: How Technology Shapes Consumer Decisions</i>	<i>International Journal of Financial Studies</i>
5	Demografi	Karakteristik dasar responden yang menggambarkan profil sosial-ekonomi terkait KPR seperti : Usia, Pendapatan dan Status Pekerjaan	Faktor demografi dapat diukur dengan kategori usia misalnya 25-35 tahun, pendapatan misalnya Rp 5 Juta – Rp 10 Juta, atau status pekerjaan misalnya PNS atau Wiraswasta	Deku et al. (2022)	<i>Demographic Factors and Mortgage Decisions: An Empirical Study</i>	<i>Journal of Housing Research</i>
6	Ketersediaan Rumah	Kondisi tersedianya pilihan rumah yang sesuai kebutuhan dan kemampuan, dilihat dari lokasi, kualitas, tipe, dan dukungan developer.	Ketersediaan rumah dapat diukur dengan jumlah tipe rumah yang tersedia (misalnya, 5 tipe rumah dengan harga Rp 200 juta – Rp 500 juta)	Lee, Sing, & Ong (2022)	<i>The Role of Location in Homebuyers' Mortgage Decisions</i>	<i>Housing Policy Debate</i>

No	Nama Variabel	Definisi Operasional	Cara Pengukuran	Peneliti	Judul Penelitian	Penerbit
7	Regulasi dan Kebijakan Pemerintah	Aturan/program pemerintah terkait pembiayaan perumahan (subsidi, kebijakan suku bunga, insentif pajak/keringanan biaya, program rumah pertama).	Regulasi dapat diukur dengan jumlah kebijakan subsidi yang diberikan kepada nasabah atau jumlah program KPR Pemerintah yang disubsidi	World Bank (2023)	<i>Housing Subsidies and Government Policy on Mortgages in Developing Countries</i>	<i>World Bank Working Paper</i>
8	Keputusan Mengambil KPR	Penetapan pilihan nasabah untuk menggunakan KPR BRI yang tercermin pada keyakinan, pertimbangan, kepuasan proses, dan sikap lanjutan	Keputusan mengambil KPR diukur melalui survei persepsi nasabah menggunakan skala Likert, yang menilai seberapa besar keyakinan, komitmen, dan kepuasan nasabah terhadap keputusan mereka mengambil KPR di BRI. Skor komposit dibentuk dari penilaian responden, sehingga nilai yang lebih tinggi menunjukkan keputusan yang semakin kuat dan mantap untuk mengambil KPR di BRI	Pultri, S. (2021)	<i>Keputusan Pembelian dalam perspektif ekonomi perilaku</i>	Jurnal ekonomi dan Manajemen
				Kotler et al. (2021)	<i>Principles of marketing</i>	<i>Pearson Education</i>

3.5. Analisa Data Kuantitatif

3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengukur kualitas dan konsistensi instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner harus valid untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, dan reliable untuk memastikan konsistensi hasil jika instrumen digunakan pada sampel yang berbeda.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang dimaksud. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson antara setiap item dengan total skor yang dihasilkan. Item-item yang memiliki korelasi signifikan akan dianggap valid untuk digunakan dalam analisis.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen kuesioner, digunakan uji Alpha Cronbach. Jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,7, maka instrumen tersebut dinilai reliable dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut. Uji reliabilitas ini memastikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data menghasilkan konsistensi yang tinggi dalam pengukuran.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi-

asumsi yang diperlukan dalam model regresi. Asumsi klasik ini meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

1) **Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Salah satu cara untuk mengujinya adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov atau uji Shapiro-Wilk. Jika data tidak terdistribusi normal, maka peneliti dapat melakukan transformasi data atau menggunakan metode regresi yang tidak memerlukan asumsi normalitas (seperti regresi robust).

2) **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier yang sangat kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas. Jika nilai VIF lebih dari 10 atau toleransi lebih kecil dari 0,1, maka terjadi multikolinearitas yang tinggi dan model regresi mungkin perlu disesuaikan.

3) **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan bahwa varians residual dari model regresi tidak bervariasi seiring dengan perubahan nilai prediktor (variabel independen). Uji Breusch-Pagan atau White's test digunakan untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas. Jika hasil uji menunjukkan adanya heteroskedastisitas, maka dapat digunakan transformasi data atau model regresi robust.

3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah memastikan bahwa asumsi klasik terpenuhi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing faktor (suku bunga, biaya KPR, layanan bank, dll.) terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Model regresi ini akan mengidentifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara simultan. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

a = konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = koefisien regresi X = nilai variabel independen

X₁ = variabel Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR

X₂ = variabel Reputasi dan Layanan Bank

X₃ = variabel Promosi dan Edukasi

X₄ = variabel Digital Banking

X₅ = variabel Demografi

X₆ = variabel Ketersediaan Rumah

X₇ = variabel Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

E = Error

3.5.4. Uji T dan Uji F

Uji T digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR. Uji t akan menghasilkan nilai p untuk masing-masing variabel. Jika nilai $p < 0,05$, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan.

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan dari semua variabel independen terhadap keputusan nasabah. Uji F menguji apakah model regresi secara keseluruhan dapat menjelaskan variansi pada variabel dependen

3.6. Sumber Data, Populasi dan Sampel Kualitatif

3.6.1. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan di dalam penelitian ini, peneliti memilih data primer atau yang diambil dari hasil wawancara dengan narasumber dan data sekunder atau yang diambil dari sumber lain. Sumber data tersebut sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer dalam penelitian kualitatif dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur dengan informan yang dipilih berdasarkan pengalaman mereka dalam mengambil keputusan KPR. Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam motif pribadi, pengalaman terkait proses pengajuan KPR,

b. Data sekunder

Diperoleh dari studi pustaka yang meliputi artikel, buku, jurnal, serta laporan riset yang relevan mengenai KPR, perilaku konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian properti.

3.6.2. Populasi dan Sampel Kualitatif

Populasi

Populasi penelitian ini terdiri dari nasabah eksisting dan calon nasabah yang memiliki atau sedang mempertimbangkan untuk mengambil KPR di BRI Cabang Solo Sudirman.

Sampel

Sampel penelitian kualitatif diambil sebanyak 10 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu nasabah yang memiliki pengalaman langsung dalam pengajuan KPR, baik yang sudah menjadi Debitur ataupun yang sedang dalam proses pengajuan. Sampel ini diambil dengan tujuan untuk mendapatkan data yang mendalam mengenai pengalaman dan persepsi nasabah terkait dengan KPR.

3.7. Metode Pengumpulan Data Kualitatif

Penelitian ini menggunakan dua jenis metode dalam pengumpulan data.

Kedua metode yang digunakan yaitu wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dan dokumentasi (*documentation*).

3.7.1. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, menurut esterberg dalam (Sugiyono, 2019) jenis wawancara ini termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana pelaksanaanya lebih bebas bila di bandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan kepada 10 informan yang dipilih berdasarkan purposive sampling. Informan terdiri dari nasabah eksisting yang telah mengajukan KPR dan calon nasabah yang sedang mempertimbangkan pengajuan KPR. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman, persepsi nasabah terkait keputusan mereka dalam memilih produk KPR BRI di BRI Cabang Solo Sudirman, dengan pertanyaan terbuka yang memungkinkan peneliti mengeksplorasi jawaban lebih mendalam.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara melalui telepon, kemudian mentranskrip seluruh percakapan untuk analisis lebih lanjut.

3.7.2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data-data sekunder di luar wawancara. Data-data sekunder ini meliputi arsip-arsip, catatan peristiwa, data pemasaran, data penjualan, dan dokumen pendukung lain yang dianggap perlu untuk digunakan dalam melengkapi kebutuhan penelitian dan menjawab rumusan masalah. Data-data sekunder tersebut diperoleh dari internal perusahaan atas seizin perusahaan untuk kemudian diserahkan kepada peneliti untuk dimanfaatkan untuk keperluan akademik.

3.8. Analisa Data Kualitatif

Analisis data kualitatif dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Tahapan tersebut meliputi : transkripsi data, reduksi data, koding, kategorisasi, analisis tematik, Triangulasi dan Member Checking. Dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Transkripsi Data

Tahap pertama adalah mentranskripsikan wawancara yang telah direkam menjadi bentuk teks tertulis. Proses ini memastikan semua informasi dari wawancara tercatat secara akurat untuk analisis lebih lanjut.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap selanjutnya di mana peneliti menyaring dan menyederhanakan informasi yang ada dalam transkrip. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Proses ini bertujuan agar data yang diperoleh tidak berlebihan dan terfokus pada hal-hal yang penting untuk menjawab masalah penelitian. Data yang tidak relevan atau tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap tujuan penelitian akan dihapus atau tidak dipertimbangkan lebih lanjut. Setelah data yang relevan teridentifikasi, peneliti akan mengkategorikan informasi tersebut sehingga memudahkan analisis lebih lanjut. Proses ini membuat analisis menjadi lebih efisien dan terarah.

3. Koding Data

Koding data adalah tahap di mana peneliti memberikan label atau kode pada potongan data yang relevan dari transkrip wawancara. Kode ini digunakan untuk mengelompokkan data berdasarkan tema tertentu atau variabel yang relevan dengan penelitian. Misalnya, jika narasumber menyebutkan tentang suku bunga dalam pengambilan keputusan KPR, bagian tersebut akan diberi kode "SB" untuk Suku Bunga. Proses koding bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengorganisir data dan menemukan pola yang muncul di antara berbagai topik yang dibahas oleh informan. Koding yang dilakukan secara terstruktur dan konsisten memungkinkan peneliti untuk lebih mudah menelusuri data yang berkaitan dengan masing-masing variabel dan topik yang sedang dianalisis.

4. Kategorisasi Data

Setelah data diberi kode, langkah berikutnya adalah mengelompokkan kode-kode yang serupa ke dalam kategori yang lebih besar atau tema utama. Proses ini bertujuan untuk menyusun data secara lebih sistematis dan memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola dan hubungan antar tema.

5. Analisis Tematik

Pada tahap ini, peneliti menafsirkan tema-tema utama yang muncul dari data. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR berdasarkan pola yang ditemukan dari wawancara.

6. Triangulasi dan Member Checking

Untuk memastikan validitas data, dilakukan triangulasi dengan membandingkan data dari sumber yang berbeda dan member checking, yaitu meminta informan untuk memverifikasi temuan yang telah dianalisis.

3.9. Integrasi Data

Setelah melakukan riset metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif, tahapan berikutnya adalah integrasi data atau yang dikenal dengan mixed methods. Pendekatan mixed methods menggabungkan kekuatan kedua jenis data kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BRI Cabang Solo Sudirman. Proses integrasi ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih luas dengan menggabungkan temuan statistik dari data kuantitatif dengan pemahaman mendalam dari wawancara kualitatif.

Proses integrasi data dilakukan melalui dua tahap utama:

1. Penggabungan Hasil Analisis Kuantitatif dan Kualitatif

Pada tahap pertama, hasil analisis kuantitatif dan kualitatif diproses dan dianalisis secara terpisah terlebih dahulu. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur seberapa

besar pengaruh variabel-variabel tertentu (seperti suku bunga, biaya KPR, reputasi bank dll) terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Sementara itu, data kualitatif dianalisis menggunakan analisis tematik untuk menggali lebih dalam mengenai motif dan pengalaman nasabah. Hasil dari kedua analisis ini kemudian digabungkan untuk mencari kesamaan atau perbedaan yang muncul dari kedua jenis data.

2. Interpretasi Bersama (Joint Interpretation)

Pada tahap kedua, hasil dari analisis kuantitatif dan kualitatif digabungkan dalam satu pembahasan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden Metode Kuantitatif

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik secara acak sederhana (simple random sampling). Dalam pengambilan sampel ini, setiap nasabah eksisting dan calon nasabah memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel dalam metodologi kuantitatif ini dilakukan kepada 50 responden yang dipilih secara acak sederhana (simple random sampling). Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	30	60%
Perempuan	20	40%
Usia		
25-30 Tahun	21	42%
30-35 Tahun	13	26%
36-40 Tahun	3	6%
>40 Tahun	13	26%
Status KPR di BRI		
Dalam Proses Pengajuan	14	28%
Sudah Memiliki	36	72%
Pekerjaan Responden		
ASN	15	30%

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Wirausaha	7	14%
Karyawan	14	28%
BUMN	8	16%
TNI POLRI	7	13%

Sumber : data primer di olah 2025

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden merupakan laki-laki yaitu sebesar 30 responden (60%). Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 25-30 Tahun yaitu sebesar 21 orang (42%). Berdasarkan status KPR di BRI, sebagian besar responden sudah memiliki KPR di BRI yaitu sebesar 36 responden (72%). Berdasarkan Status Pekerjaan sebagian besar responden adalah ASN (30%).

4.2. Analisa Data Kuantitatif

4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak Uji validitas dilakukan sebelum penyebaran angket dengan responden diluar responden penelitian sebenarnya (sampel). Nilai r-hitung yang telah diperoleh, dibandingkan dengan nilai r-tabel dengan signifikansi 5%. Apabila nilai r-hitung yang didapat melebihi nilai r-tabel maka alat ukur tersebut valid Nilai r-tabel dengan jumlah sampel sebesar 50 diperoleh hasil sebesar 0.279 Berikut hasil uji validitas dari masing-masing variable adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas

X`Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Suku Bunga & Biaya KPR	X1_1	0,758**	0.279	Valid
	X1_2	0,842**	0.279	Valid
	X1_3	0,869**	0.279	Valid
	X1_4	0,857**	0.279	Valid
	X1_5	0,687**	0.279	Valid
Reputasi & Layanan Bank	X2_1	0,902**	0.279	Valid
	X2_2	0,910**	0.279	Valid
	X2_3	0,933**	0.279	Valid
	X2_4	0,910**	0.279	Valid
	X2_5	0,856**	0.279	Valid
Promosi & Edukasi	X3_1	0,903**	0.279	Valid
	X3_2	0,845**	0.279	Valid
	X3_3	0,853**	0.279	Valid
	X3_4	0,879**	0.279	Valid
	X3_5	0,927**	0.279	Valid
Digital Banking	X4_1	0,731**	0.279	Valid
	X4_2	0,836**	0.279	Valid
	X4_3	0,733**	0.279	Valid
	X4_4	0,857**	0.279	Valid
	X4_5	0,840**	0.279	Valid
Demografi	X5_1	0,913**	0.279	Valid
	X5_2	0,760**	0.279	Valid
	X5_3	0,945**	0.279	Valid
	X5_4	0,872**	0.279	Valid
	X5_5	0,727**	0.279	Valid
Ketersediaan Rumah	X6_1	0,800**	0.279	Valid

X Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	X6_2	0,891**	0.279	Valid
	X6_3	0,739**	0.279	Valid
	X6_4	0,859**	0.279	Valid
	X6_5	0,875**	0.279	Valid
Regulasi & Kebijakan Pemerintah	X7_1	0,676**	0.279	Valid
	X7_2	0,845**	0.279	Valid
	X7_3	0,882**	0.279	Valid
	X7_4	0,845**	0.279	Valid
	X7_5	0,792**	0.279	Valid
Keputusan Mengambil KPR	Y1	0,800**	0.279	Valid
	Y2	0,835**	0.279	Valid
	Y3	0,847**	0.279	Valid
	Y4	0,869**	0.279	Valid
	Y5	0,732**	0.279	Valid

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel yang diajukan untuk responden adalah valid karena dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel (0.279) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.2.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Ukuran reliable suatu item pertanyaan adalah apabila

nilai cronbach alpha $> 0,6$.Dan jika nilai cronbach alpha $< 0,6$ maka item pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Pada penelitian ini terdapat Tujuh variabel yang akan di uji reliabilitasnya. Tujuh variabel tersebut adalah Variabel Suku Bunga & Biaya KPR (X1), Reputasi & Layanan Bank (X2) Promosi & Edukasi (X3), Digital Banking (X4), Demografi (X5), Ketersediaan Rumah (X6), Kebijakan Pemerintah (X7) dan Keputusan Mengambil Produk KPR (Y). Berikut hasil uji reliabilitas Ketujuh variabel tersebut:

Tabel 4. 3
Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Suku Bunga & Biaya KPR	0.861	Reliabel
Reputasi & Layanan Bank	0.940	Reliabel
Promosi & Edukasi	0.924	Reliabel
Digital Banking	0.856	Reliabel
Demografi	0.894	Reliabel
Ketersediaan Rumah	0.886	Reliabel
Regulasi & Kebijakan Pemerintah	0.842	Reliabel
Keputusan Mengambil KPR	0.871	Reliabel

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji *normalitas*, uji *multikolinearitas* dan uji *heteroskedastisitas*. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan data. Adapun hasil dari pengolahan data masing masing uji adalah sebagai berikut :

4.2.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov smirnov. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Normalitas

<i>Variabel</i>	Sig	Batas	Keterangan
Unstandar Residual	0.200	> 0.05	Normal

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov* adalah diketahui nilai *asympt.sig* sebesar 0.200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

4.2.3.2. Uji Multikolineartias

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Variances Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (α). Uji multikolineartias dilakukan dengan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dimana nilai tolerance harus lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Adapun hasil Uji multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 5
Hasil Uji Multikolineartias

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Suku Bunga & Biaya KPR	0,312	3,200	Tidak terjadi multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Reputasi & Layanan Bank	0,218	4,590	Tidak terjadi multikolinieritas
Promosi & Edukasi	0,114	8,774	Tidak terjadi multikolinieritas
Digital Banking	0,106	9,420	Tidak terjadi multikolinieritas
Demografi	0,142	7,040	Tidak terjadi multikolinieritas
Ketersediaan Rumah	0,223	4,484	Tidak terjadi multikolinieritas
Regulasi & Kebijakan Pemerintah	0,205	4,871	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value* semua Variabel $> 0,10$ atau nilai semua variabel VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model terjadi ketidaksamaan nilai simpang residual. Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Suku Bunga & Biaya KPR	0,828	$>0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Reputasi & Layanan Bank	0,844	$>0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Promosi & Edukasi	0,548	$>0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Digital Banking	0,375	$>0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Demografi	0,932	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Ketersediaan Rumah	0,579	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Regulasi & Kebijakan Pemerintah	0,564	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai probabilitas semua Variabel lebih besar dari 0.05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedasitas.

4.2.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen atau variabel (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah Suku Bunga & Biaya KPR, Reputasi Layanan Bank, Promosi & Edukasi, Digital Banking, Demografi, Ketersediaan Rumah, Regulasi Pemerintah sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan nasabah mengambil KPR BRI. Adapun hasil dari regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,192	,596		,322	,749		
	Suku Bunga & Biaya KPR	-,130	,040	-,141	-3,241	,002	,312	3,200
	Reputasi & Layanan Bank	,233	,046	,264	5,063	,000	,218	4,590
	Promosi & Edukasi	,159	,065	,175	2,431	,019	,114	8,774
	Digital Banking	,198	,073	,201	2,698	,010	,106	9,420
	Demografi	,167	,068	,158	2,458	,018	,142	7,040
	Ketersediaan Rumah	,173	,052	,170	3,308	,002	,223	4,484
	Regulasi & Kebijakan Pemerintah	,213	,053	,217	4,038	,000	,205	4,871

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

$$Y = 0.192 - 0.130X_1 + 0.233X_2 + 0.159X_3 + 0.198X_4 + 0.167X_5 + 0.173X_6 + 0.213X_7 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien regresi X = nilai variabel independen

X₁ = variabel Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR

X₂ = variabel Reputasi dan Layanan Bank

X₃ = variabel Promosi dan Edukasi

X₄ = variabel Digital Banking

X₅ = variabel Demografi

X₆ = variabel Ketersediaan Rumah

X_7 = variabel Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

e = Error

Berdasarkan model persamaan diatas, maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut :

- a. Konstanta (α) yang didapat adalah sebesar 0.192
- b. Nilai koefisien variabel Suku Bunga & Biaya KPR adalah sebesar -0,130. Hal ini menyatakan bahwa variabel Suku Bunga & Biaya KPR berpengaruh negatif. Artinya, setiap peningkatan satu unit suku bunga dan biaya KPR akan menurunkan variabel dependen sebesar 0,130 unit.
- c. Nilai koefisien variabel Reputasi & Layanan Bank adalah sebesar 0,233. Hal ini menyatakan bahwa variabel Reputasi & Layanan Bank berpengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam reputasi dan layanan bank akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0,233 unit
- d. Nilai koefisien variabel Promosi & Edukasi adalah sebesar 0,159. Hal ini menyatakan bahwa variabel Promosi & Edukasi berpengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam promosi dan edukasi akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0,159 unit.
- e. Nilai koefisien variabel Digital Banking adalah sebesar 0,198. Hal ini menyatakan bahwa variabel Digital Banking berpengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam digital banking akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0,198 unit.
- f. Nilai koefisien variabel Demografi adalah sebesar 0,167. Hal ini menyatakan bahwa variabel Demografi berpengaruh positif. Artinya, setiap

peningkatan satu unit dalam faktor demografi akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0,167 unit.

- g. Nilai koefisien variabel Ketersediaan Rumah adalah sebesar 0,173. Hal ini menyatakan bahwa variabel Ketersediaan Rumah berpengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam ketersediaan rumah akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0,173 unit.
- h. Nilai koefisien variabel Regulasi & Kebijakan Pemerintah adalah sebesar 0,213. Hal ini menyatakan bahwa variabel Regulasi & Kebijakan Pemerintah berpengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam regulasi dan kebijakan pemerintah akan meningkatkan variabel dependen sebesar 0,213 unit.

4.3. Pengujian Hipotesis

4.3.1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel Suku Bunga & Biaya KPR, Reputasi & Layanan Bank, Promosi & Edukasi, Digital Banking, Demografi, Ketersediaan rumah, Regulasi Pemerintah terhadap keputusan nasabah dalam Mengambil KPR. F hasil perhitungan selanjutnya akan dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan 0,05 (5%). Dalam penelitian ini uji f dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan SPSS. Adapun hasil perhitungannya dapat dilihat pada berikut :

Tabel 4. 8
Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	448,591	7	64,084	235,919	,000 ^b
	Residual	11,409	42	,272		
	Total	460,000	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Mengambil KPR

b. Predictors: (Constant), Regulasi & Kebijakan Pemerintah, Reputasi & Layanan Bank, Suku Bunga & Biaya KPR, Ketersediaan Rumah, Promosi & Edukasi, Demografi, Digital Banking

Dari hasil uji F pada tabel diperoleh F hitung sebesar 235,919 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena $\text{sig } 0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Suku Bunga & Biaya KPR, Reputasi & Layanan Bank, Promosi & Edukasi, Digital Banking, Demografi, Ketersediaan Rumah, dan Regulasi & Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama berpengaruh Keputusan Mengambil KPR.

4.3.2. Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik atau t hitung dengan titik kritis menurut tabel atau t tabel. Hasil perhitungan atau t hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%). variabel independen dapat mempengaruhi secara signifikan apabila nilai $\text{sig.} < 0.05$. Adapun hasil t hitung dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,192	,596		,322	,749		
	Suku Bunga & Biaya KPR	-,130	,040	-,141	-3,241	,002	,312	3,200
	Reputasi & Layanan Bank	,233	,046	,264	5,063	,000	,218	4,590
	Promosi & Edukasi	,159	,065	,175	2,431	,019	,114	8,774
	Digital Banking	,198	,073	,201	2,698	,010	,106	9,420
	Demografi	,167	,068	,158	2,458	,018	,142	7,040
	Ketersediaan Rumah	,173	,052	,170	3,308	,002	,223	4,484
	Regulasi & Kebijakan Pemerintah	,213	,053	,217	4,038	,000	,205	4,871

a. Dependent Variable: Keputusan Mengambil KPR

Berdasarkan tabel Uji t (Uji Parsial) diatas dapat disimpulkan bahwa :

Hipotesis 1

Uji hipotesis Suku Bunga & Biaya KPR (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar -3,241 bernilai Negatif dengan hasil signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Suku Bunga & Biaya KPR berpengaruh Negatif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR diterima. Artinya, apabila suku bunga dan biaya KPR meningkat, maka keputusan nasabah untuk memilih produk KPR akan semakin rendah.

Hipotesis 2

Uji hipotesis Reputasi & Layanan Bank (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y).Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 5,063 bernilai Positif dengan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Ini menunjukkan bahwa Reputasi & Layanan Bank memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Dengan kata lain, semakin baik reputasi dan layanan yang diberikan oleh bank, semakin besar kemungkinan nasabah untuk mengajukan KPR.

Hipotesis 3

Uji hipotesis Promosi & Edukasi (X_3) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 2,431 bernilai Positif dengan hasil signifikan sebesar $0,019 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Promosi & Edukasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Artinya, semakin banyak promosi dan edukasi yang diberikan kepada nasabah, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengajukan KPR.

Hipotesis 4

Uji hipotesis Digital Banking (X_4) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 2,698 bernilai Positif dengan hasil signifikan sebesar $0,010 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa Digital Banking berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Dengan kata lain, semakin baik layanan digital banking yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan nasabah untuk mengajukan KPR Bank.

Hipotesis 5

Uji hipotesis Demografi (X_5) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 2,458

bernilai Positif dengan hasil signifikan sebesar $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Demografi berpengaruh Positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR diterima. Artinya, faktor demografi seperti usia, pekerjaan, atau penghasilan nasabah berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam memilih produk KPR.

Hipotesis 6

Uji hipotesis Ketersediaan Rumah (X_6) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 3,303 bernilai Positif dengan hasil signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. ini menunjukkan bahwa Ketersediaan Rumah berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Artinya, semakin banyak ketersediaan rumah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih produk KPR

Hipotesis 7

Uji hipotesis Regulasi & Kebijakan Pemerintah (X_7) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai t hitung sebesar 4,038 bernilai Positif dengan hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Regulasi & Kebijakan Pemerintah berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Artinya, semakin baik kebijakan pemerintah terkait dengan KPR, semakin besar kemungkinan nasabah untuk memilih produk KPR..

4.3.3. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar

variabel independen menjelaskan variabel dependen. R^2 pada persamaan regresi rentan terhadap penambahan variabel independen, dimana semakin banyak variabel independen yang terlibat, maka semakin besar nilai R^2 pada analisis. Nilai koefisien determinasi dapat dinilai berdampak apabila nilainya di atas 0,5.

Tabel 4. 10
Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,988 ^a	,975	,971	,521

a. Predictors: (Constant), Regulasi & Kebijakan Pemerintah, Reputasi & Layanan Bank, Suku Bunga & Biaya KPR, Ketersediaan Rumah, Promosi & Edukasi, Demografi, Digital Banking

Tabel di atas menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R^2*) = 0.971, Suku Bunga & Biaya KPR, Reputasi & Layanan Bank, Promosi & Edukasi, Digital Banking, Demografi, Ketersediaan Rumah, dan Regulasi & Kebijakan Pemerintah secara bersama-sama mempengaruhi variabel Keputusan Mengambil KPR sebesar 97.1% sisanya sebesar 2.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.4. Pembahasan Kuantitatif

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KPR di Bank BRI Kanca Solo Sudirman. Berikut adalah pembahasan mengenai masing-masing variabel yang relevan dalam penelitian ini.

4.4.1. Pengaruh Suku Bunga & Biaya KPR terhadap Keputusan Nasabah

Hasil uji hipotesis yang menguji pengaruh suku bunga dan biaya KPR (X_1) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar -3,241, yang bernilai negatif, dengan signifikansi sebesar 0,002, yang lebih kecil dari 0,05. Ini menandakan bahwa suku bunga dan biaya KPR berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Dengan demikian, hipotesis alternatif diterima, yang berarti bahwa jika suku bunga dan biaya KPR meningkat, keputusan nasabah untuk memilih produk KPR akan cenderung menurun.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Devine et al. (2023), yang menyatakan bahwa kenaikan suku bunga dapat meningkatkan beban cicilan, sehingga nasabah mungkin menunda atau membatalkan rencana untuk mengajukan KPR. Semakin tinggi suku bunga yang ditawarkan, semakin besar cicilan yang harus dibayar, yang dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk tidak melanjutkan pengajuan. Selain itu, Hawkins & Mothersbaugh (2021) menekankan bahwa suku bunga yang tinggi dapat meningkatkan beban keuangan nasabah, menjadikan produk KPR kurang menarik, terutama bagi nasabah dengan pendapatan terbatas. Kenaikan biaya tambahan, seperti biaya administrasi yang tinggi atau biaya pemrosesan yang tidak transparan, juga dapat menurunkan kepuasan nasabah, meskipun suku bunga yang ditawarkan lebih rendah (Xia et al., 2021). Oleh karena itu, meskipun suku bunga rendah dapat menarik minat nasabah, biaya tambahan yang tidak jelas tetap dapat mengurangi minat mereka.

Transparansi dalam biaya yang terkait dengan produk KPR menjadi penting untuk menjaga kepercayaan nasabah terhadap bank. Sebagaimana dijelaskan oleh Nielsen (2022), bank yang memiliki transparansi biaya lebih cenderung mendapatkan kepercayaan dari nasabah, yang akan lebih memilih produk dengan biaya yang jelas dan dapat dipahami tanpa adanya biaya tersembunyi yang dapat mengecewakan mereka di kemudian hari.

4.4.2. Pengaruh Reputasi dan Layanan Bank terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan perhitungan, diperoleh nilai t hitung sebesar 5,063 yang bernilai positif dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa reputasi dan layanan bank berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Dengan kata lain, semakin baik reputasi dan kualitas layanan bank, semakin besar kemungkinan nasabah untuk memilih produk KPR dari bank tersebut.

Reputasi bank sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Morgan & Hunt (1994) mengungkapkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap bank sebagian besar dipengaruhi oleh reputasi yang dimiliki bank. Nasabah cenderung memilih bank yang memiliki reputasi baik karena mereka merasa lebih aman dan yakin bahwa bank tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka secara profesional. Kepercayaan ini sangat krusial dalam pengambilan keputusan besar seperti pengajuan KPR, yang melibatkan komitmen jangka panjang.

Di samping itu, kualitas layanan yang diberikan oleh bank juga sangat menentukan keputusan nasabah. Parasuraman et al. (1988) dalam teori SERVQUAL mengemukakan bahwa kualitas layanan yang tinggi, yang meliputi

kecepatan, responsivitas, dan kejelasan informasi, dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Bank yang mampu memberikan layanan yang cepat dan efisien serta menjelaskan produk KPR dengan jelas akan memberikan rasa nyaman bagi nasabah, sehingga mereka merasa lebih yakin dalam pengambilan keputusan.

Lebih lanjut, Lin & Chen (2021) menambahkan bahwa layanan yang ramah dan empatik dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah. Nasabah yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik cenderung akan lebih loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, reputasi yang baik ditambah dengan kualitas layanan yang memadai sangat berpengaruh dalam keputusan nasabah dalam memilih produk KPR.

Bank yang memiliki reputasi yang solid dan layanan yang transparan dapat meningkatkan loyalitas nasabah, karena mereka merasa aman dan dihargai. Penelitian Bakar & Lee (2023) mendukung hal ini, yang menunjukkan bahwa bank yang memberikan informasi yang jelas mengenai produk KPR dan tidak menyembunyikan biaya atau syarat tertentu akan lebih dipercaya oleh nasabah. Dengan demikian, reputasi dan layanan yang baik menjadi faktor kunci dalam pengambilan keputusan nasabah.

4.4.3. Pengaruh Promosi dan Edukasi terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,431 dengan nilai signifikansi 0,019 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa promosi dan edukasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Artinya, semakin baik promosi dan edukasi yang diberikan

oleh bank, semakin besar kemungkinan nasabah untuk memilih produk KPR dari bank tersebut.

Promosi yang menarik dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk KPR, terutama jika promosi tersebut mencakup diskon suku bunga atau pengurangan biaya administrasi. Lusardi & Mitchell (2020) dalam penelitian mereka mengenai literasi finansial menyatakan bahwa edukasi yang diberikan bersamaan dengan promosi dapat memberikan nilai tambah yang besar bagi konsumen. Ini membantu nasabah untuk tidak hanya tertarik pada promosi jangka pendek, tetapi juga memahami manfaat jangka panjang dari produk yang mereka pilih.

Perry et al. (2023) menegaskan bahwa edukasi keuangan yang baik dapat mengurangi ketidakpastian bagi nasabah dan membantu mereka membuat keputusan. Dengan adanya penyuluhan mengenai mekanisme bunga, biaya tambahan, dan risiko yang terkait dengan produk KPR, nasabah merasa lebih siap dalam membuat keputusan yang tepat. Selain itu, edukasi yang efektif mengenai perencanaan keuangan membantu nasabah memilih produk yang sesuai dengan kondisi finansial mereka. Chung et al. (2024) menambahkan bahwa pemahaman mengenai jangka waktu dan besaran cicilan yang sesuai dengan keuangan nasabah dapat mengurangi risiko ketidakmampuan dalam memenuhi kewajiban di masa depan. Dengan pengetahuan yang lebih mendalam, nasabah cenderung memilih produk yang tidak akan membebani keuangan mereka di masa mendatang.

Singh & Gupta (2022) juga mencatat bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi memungkinkan nasabah untuk membedakan antara suku bunga tetap

dan variabel, serta memahami jangka waktu cicilan yang dapat memengaruhi kemampuan mereka dalam membayar cicilan. Oleh karena itu, literasi keuangan bukan hanya tentang pemahaman produk KPR, tetapi juga tentang kemampuan untuk membuat keputusan yang bijaksana berdasarkan keadaan finansial pribadi.

4.4.4. Pengaruh Demografi terhadap Keputusan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,458 dengan signifikansi 0,018 yang lebih kecil dari 0,05, mengindikasikan bahwa faktor demografi, seperti usia dan pendapatan, berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR.

Faktor demografi memiliki pengaruh besar dalam keputusan nasabah untuk mengajukan produk KPR. Usia memegang peranan penting, karena nasabah yang memiliki umur lebih, cenderung stabil secara finansial dan memiliki lebih banyak aset atau tabungan untuk memenuhi kewajiban cicilan KPR. Sebaliknya, nasabah muda dengan pendapatan terbatas mungkin merasa kurang siap untuk mengambil pinjaman jangka panjang (Kotler et al., 2021). Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan nasabah untuk memilih produk KPR dengan cicilan yang lebih besar, karena mereka lebih cenderung mengajukan KPR dengan nilai yang lebih tinggi, sedangkan nasabah dengan pendapatan rendah mungkin memilih produk dengan biaya lebih rendah atau menunda pengajuan (Singh & Gupta, 2022).

Status pekerjaan juga memainkan peran penting. Nasabah dengan pekerjaan tetap lebih cenderung diterima dalam pengajuan KPR, karena mereka dianggap memiliki pendapatan yang stabil dan dapat diandalkan. Sebaliknya, nasabah dengan status pekerjaan tidak tetap atau freelance mungkin merasa lebih ragu dalam

mengajukan KPR karena pendapatan mereka yang tidak selalu stabil (Kotler et al., 2021).

Secara keseluruhan, faktor-faktor demografi seperti usia, pendapatan, status pekerjaan, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Nasabah dengan usia yang lebih matang, pendapatan lebih tinggi, status pekerjaan tetap cenderung lebih yakin dan mampu memilih produk KPR yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

4.4.5. Pengaruh Digital Banking

Berdasarkan hasil analisis, nilai t hitung yang diperoleh adalah 2,698 dengan tingkat signifikansi 0,010, yang lebih rendah dari ambang batas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa perbankan digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Semakin mudah dan nyaman nasabah dalam mengakses layanan perbankan digital, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih produk KPR yang ditawarkan.

Layanan digital bank memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi nasabah dalam mengakses layanan KPR. Penelitian yang dilakukan oleh Fuster et al. (2024) menunjukkan bahwa kemudahan akses melalui platform digital dapat mengatasi hambatan-hambatan geografis dan keterbatasan waktu, sehingga nasabah dapat mengajukan KPR kapan saja dan dari lokasi mana pun. Wijayanti & Nugraha (2022) juga menekankan pentingnya desain platform digital banking yang ramah pengguna, yang tidak hanya mempermudah pengajuan KPR, tetapi juga mempercepat akses informasi terkait produk tersebut.

Salah satu keuntungan utama dari perbankan digital adalah proses yang cepat dan efisien, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah. Patel & Mehta (2022) menambahkan bahwa platform digital memungkinkan nasabah untuk mengunggah dokumen secara langsung, mengisi formulir aplikasi, dan memeriksa status pengajuan KPR mereka tanpa perlu datang ke cabang bank. Prasetya (2023) juga menggarisbawahi bahwa aplikasi digital mengurangi waktu tunggu, mempercepat proses pengajuan, dan membuat pengalaman nasabah lebih menyenangkan serta bebas dari stres.

Selain itu, faktor keamanan data dalam aplikasi digital juga sangat penting. Fuster et al. (2024) menjelaskan bahwa dengan penerapan enkripsi yang kuat dan sistem keamanan yang canggih, platform perbankan digital dapat memberikan perlindungan data pribadi nasabah. Hal ini sangat penting untuk membangun rasa percaya nasabah terhadap sistem perbankan digital. Keberadaan fitur-fitur keamanan ini membuat nasabah merasa lebih aman dan terlindungi saat menggunakan platform digital untuk mengajukan KPR.

Perbankan digital juga memungkinkan bank untuk lebih responsif dalam menangani pertanyaan atau permasalahan yang muncul selama proses pengajuan. Chung et al. (2024) menyatakan bahwa kemudahan dalam berkomunikasi dengan layanan pelanggan digital dapat mempercepat penyelesaian masalah yang dihadapi nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk KPR yang dipilih.

Wijayanti & Nugraha (2022) mencatat bahwa kemudahan akses digital memungkinkan nasabah tetap terhubung dengan bank meskipun di luar jam kerja

atau ketika berada di lokasi yang jauh dari cabang. Hal ini semakin penting di era digital, di mana nasabah menginginkan layanan yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi.

Seiring dengan perkembangan teknologi, kemudahan dalam mengakses layanan KPR secara online menjadi salah satu faktor utama yang mendorong nasabah untuk memilih produk KPR dari bank yang memiliki platform digital yang kuat. Lin & Chen (2021) menyatakan bahwa platform digital yang terintegrasi dengan fitur-fitur canggih dapat menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan personal, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah.

4.4.6. Pengaruh Ketersediaan Rumah dan Kerja Sama dengan Pengembang terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,308 dengan tingkat signifikansi 0,001, yang lebih rendah dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa ketersediaan rumah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Semakin banyak pilihan rumah yang tersedia, semakin besar kemungkinan nasabah untuk memilih produk KPR yang ditawarkan.

Faktor ketersediaan rumah yang memenuhi kebutuhan nasabah menjadi salah satu elemen utama dalam pengambilan keputusan pengajuan KPR. Beberapa aspek seperti lokasi, kualitas bangunan, dan harga rumah turut mempengaruhi minat nasabah untuk membeli rumah melalui produk KPR. Lokasi rumah yang strategis, mudah dijangkau, serta dekat dengan berbagai fasilitas umum dan akses transportasi, dapat meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk KPR. Liu et al. (2023)

mengungkapkan bahwa lokasi yang berkembang dan mudah diakses dapat mendorong nasabah untuk lebih tertarik memilih produk KPR. Kualitas rumah, yang meliputi pemilihan material dan standar konstruksi, juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan nasabah. Rumah dengan kualitas bangunan yang baik memberikan rasa aman dan nyaman, yang pada gilirannya mendorong nasabah untuk memilih produk KPR (Hassan et al., 2021). Selain itu, harga rumah yang sesuai dengan kapasitas keuangan nasabah turut memengaruhi keputusan mereka. Nasabah cenderung memilih produk KPR untuk rumah yang terjangkau dan sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Xia et al. (2021) menunjukkan bahwa produk KPR yang menawarkan cicilan terjangkau lebih menarik bagi nasabah.

Xia et al. (2021) menunjukkan bahwa produk KPR yang menawarkan cicilan yang dapat dijangkau lebih menarik bagi nasabah. Ketersediaan Kerja sama yang transparan antara bank dan pengembang memastikan kualitas properti dan legalitasnya. Nasabah lebih percaya memilih produk KPR yang berasal dari bank yang bekerja sama dengan pengembang terpercaya yang menawarkan berbagai pilihan rumah sesuai kebutuhan mereka (Liu et al., 2023).

4.4.7. Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk KPR

Berdasarkan analisis yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung sebesar 4,038 dengan signifikansi 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa regulasi dan kebijakan pemerintah memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Artinya, semakin kuat

dukungan kebijakan pemerintah, semakin besar kemungkinan nasabah untuk memilih produk KPR yang ditawarkan.

Kebijakan pemerintah memiliki peran krusial dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KPR, terutama yang terkait dengan subsidi bunga, insentif pajak, dan program perumahan yang dapat diakses oleh masyarakat. Sebuah penelitian oleh Tahir & Suryono (2024) menyebutkan bahwa subsidi bunga yang diberikan melalui program FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) sangat membantu masyarakat dengan pendapatan rendah dalam mengakses pembiayaan rumah. Dengan adanya subsidi bunga, nasabah dapat menikmati suku bunga yang lebih rendah, yang mengurangi beban cicilan KPR, menjadikannya lebih terjangkau.

Selain itu, kebijakan pemerintah yang memberikan insentif pajak terkait pembelian rumah turut mempengaruhi keputusan nasabah. Insentif pajak, seperti pengurangan Pajak Penghasilan (PPh) untuk pembelian rumah pertama atau penghapusan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada sektor properti tertentu, misalnya untuk rumah pertama bagi masyarakat berpenghasilan rendah, dapat mengurangi biaya yang harus dibayar nasabah saat membeli rumah. Fuster et al. (2024) menjelaskan bahwa insentif pajak yang diberikan kepada pembeli rumah pertama dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan mendorong mereka untuk mengajukan KPR, karena pengurangan pajak ini akan menurunkan harga jual rumah yang sebenarnya, sehingga membuat produk KPR menjadi lebih terjangkau.

Penurunan suku bunga acuan oleh pemerintah juga memiliki dampak langsung terhadap biaya total KPR. Fuster et al. (2024) menyatakan bahwa

kebijakan penurunan suku bunga acuan oleh pemerintah dapat mengurangi biaya pembiayaan rumah, khususnya bagi mereka yang memanfaatkan subsidi bunga. Kebijakan ini membuat cicilan KPR lebih terjangkau, yang pada gilirannya mendorong lebih banyak masyarakat untuk mengajukan KPR. Selain itu, kebijakan ini mempermudah akses masyarakat terhadap pembiayaan rumah karena nasabah merasa lebih mampu memenuhi kewajiban cicilan mereka.

4.5. Deskripsi Responden Metode Kualitatif

Berikut ini adalah profile narasumber wawancara yang dilakukan pada penelitian kualitatif yaitu :

Tabel 4. 11
Profil Narasumber

NO	NAMA INFORMAN	STATUS PINJAMAN	PROFESI	USIA
1	Darmiati	Debitur Existing	Karyawan	46
2	Agus Nirbito	Proses Pengajuan	Wiraswasta	35
3	Ary Wicaksono	Debitur Existing	Karyawan	44
4	Utami Toger	Debitur Existing	Wiraswasta	38
5	Umi Siti Nas	Debitur Existing	Wiraswasta	45
6	Dwi B	Proses Pengajuan	ASN	32
7	Alief Nur Cahya	Debitur Existing	Karyawan	37
8	Unang Musyarofah	Debitur Existing	BUMN	42
9	Estu Diatiningsih	Proses Pengajuan	ASN	39
10	Rusdianto Ngatmin	Debitur Existing	BUMN	40

Tabel menyajikan profil singkat 10 narasumber menunjukkan bahwa sebagian besar (70%) berstatus debitur existing, sementara 30% lainnya masih dalam proses pengajuan pinjaman. Responden terbagi dalam empat profesi: karyawan (4 responden), wiraswasta (3 responden), ASN (2 responden), dan BUMN (2 responden). Usia responden berkisar antara 32 hingga 46 tahun, dengan rata-rata

usia 39,1 tahun. Keberagaman ini memberikan gambaran yang luas tentang latar belakang status pinjaman, profesi, dan usia responden.

4.6. Pembahasan Kualitatif

Berdasarkan wawancara dengan narasumber terkait persepsi faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengambil KPR di Kantor Cabang BRI Solo Sudirman secara garis besar meliputi sebagai berikut :

1. Suku bunga dan biaya KPR
2. Reputasi Bank BRI
3. Pengaruh Sosial dan Rekomendasi Keluarga
4. Lokasi Properti yang Strategis
5. Layanan Pelanggan yang Responsif atau bagus

Suku bunga dan biaya KPR

Suku bunga dan biaya KPR merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah. Suku bunga yang lebih rendah akan membuat cicilan bulanan menjadi lebih ringan dan lebih mudah dikelola dalam anggaran keluarga. Biaya KPR, yang mencakup biaya administrasi dan biaya lainnya, juga turut berperan dalam keputusan nasabah. Biaya yang jelas dan terjangkau akan membuat nasabah merasa lebih nyaman, sedangkan biaya yang tidak transparan dapat menimbulkan ketidakpastian dan keraguan dalam memilih produk. Pernyataan dari Informan:

- Utami Toger menyatakan, *“Saya memilih KPR Bank BRI karena bunga dan biaya yang ditawarkan cukup ringan dibanding bank lain. Hal ini membuat cicilan terasa lebih terjangkau dan tidak memberatkan.”*
- Rusdianto Ngatmin menyatakan, *“Saya tertarik memilih KPR di Bank BRI karena bunganya rendah dan proses pengajuannya cepat. Semua dijelaskan dengan jelas sehingga saya merasa tenang.”*

Faktor suku bunga dan biaya menjadi pertimbangan yang rasional bagi nasabah. Kedua informan mengungkapkan bahwa suku bunga yang lebih rendah dan biaya yang ringan merupakan daya tarik utama. Selain itu, penjelasan yang jelas mengenai struktur biaya memberikan rasa aman dan mengurangi kekhawatiran nasabah terhadap kemungkinan adanya biaya tambahan di masa depan.

Kombinasi harga yang kompetitif dan transparansi informasi ini memperkuat kepercayaan nasabah terhadap bank dan memperkuat keputusan mereka untuk memilih BRI. Hal ini menunjukkan bahwa kejelasan dalam aspek keuangan merupakan indikator penting bagi kepuasan nasabah, terutama untuk produk jangka panjang seperti KPR. Keller (2020) mengungkapkan bahwa transparansi biaya sangat krusial dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap bank, karena ketidakpastian biaya dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan keraguan. Raharjo (2021) juga menekankan bahwa biaya yang jelas dapat mengurangi keraguan nasabah dalam memilih produk KPR, karena nasabah dapat merencanakan keuangan mereka dengan lebih matang. Ini menunjukkan bahwa biaya yang rendah dan transparan sangat penting dalam menjaga kepercayaan nasabah.

Reputasi Bank

Reputasi bank memegang peranan penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk KPR. Bank yang memiliki reputasi baik lebih mudah mendapatkan kepercayaan nasabah, karena bank tersebut dianggap memiliki pengalaman dan stabilitas yang teruji. Kepercayaan nasabah terhadap bank didorong oleh reputasi bank dalam memberikan layanan yang memadai dan aman.

- Agus Nirbito menyatakan, *“Saya memilih Bank BRI karena reputasinya yang sudah dikenal luas dan terpercaya. Selain itu, BRI adalah bank milik pemerintah, jadi saya merasa lebih aman dan yakin untuk mengambil KPR di sana.”*
- Dwi B menyatakan, *“Saya memilih KPR Bank BRI karena nama dan reputasi BRI yang sudah dipercaya sejak lama. Keluarga saya juga sudah menjadi nasabah BRI dari dulu, jadi saya merasa lebih yakin dan nyaman melanjutkan kepercayaan itu untuk mengambil KPR.”*

Reputasi dan kepercayaan menjadi salah satu dasar utama dalam keputusan nasabah memilih BRI. Sebagai bank milik pemerintah, BRI memiliki citra yang kuat sebagai lembaga keuangan yang stabil dan aman. Bagi masyarakat, status BRI sebagai bank pemerintah memberikan jaminan bahwa dana dan proses kredit akan dikelola dengan baik serta diawasi oleh otoritas resmi.

Pernyataan Agus Nirbito menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap BRI tidak hanya didorong oleh pelayanan yang baik, tetapi juga oleh legitimasi dan kredibilitas institusional. Sementara itu, Dwi B menambahkan dimensi emosional dalam kepercayaan, dengan keterikatan keluarganya yang sudah lama menjadi

nasabah BRI. Baumeister et al. (2019) menjelaskan bahwa reputasi yang kuat dapat memperkuat hubungan antara bank dan nasabah, karena reputasi menunjukkan bahwa bank dapat dipercaya untuk mengelola produk keuangan besar seperti KPR. Kepercayaan ini sangat penting, mengingat KPR adalah komitmen jangka panjang yang melibatkan kewajiban finansial yang signifikan.

Sebagai tambahan, reputasi bank mencerminkan tingkat keamanan yang diberikan kepada nasabah. Bank dengan reputasi baik biasanya lebih berhati-hati dalam manajemen risiko dan lebih cenderung menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Delgado et al. (2020) mengungkapkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap reputasi bank sangat penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah, dan bank dengan reputasi baik akan lebih mudah mempertahankan nasabah mereka dalam jangka panjang.

Layanan Nasabah yang Responsif

Layanan pelanggan yang responsif dan profesional memiliki peran yang sangat penting dalam keputusan nasabah untuk memilih produk KPR. Proses pengajuan yang jelas, cepat, serta didukung oleh layanan yang ramah akan membuat nasabah merasa nyaman dan terlayani dengan baik. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk beralih ke bank lain..

Pernyataan dari Informan :

- Darmiati menyatakan, *“Saya memilih KPR Bank BRI karena RM KPR yang membantu saya sangat baik dalam mengurus kredit pembelian rumah. Pelayanannya responsif, sabar, dan selalu memberikan penjelasan yang*

jelas di setiap tahap proses. Hal ini membuat saya merasa nyaman dan percaya untuk mengambil KPR di Bank BRI.”

- Alief Nur Cahya menyatakan, *“Saya memilih KPR Bank BRI karena pelayanan nasabahnya sangat baik. Petugasnya selalu siap membantu dan memberikan penjelasan yang jelas. Bahkan saat hari libur pun mereka tetap aktif membantu, karena saya hanya sempat mengurusnya di waktu itu. Hal ini membuat saya merasa sangat terbantu selama proses pengajuan KPR.”*

Nasabah menilai bahwa peran Relationship Manager (RM) sangat besar dalam menciptakan kenyamanan dan kepercayaan selama proses pengajuan kredit. RM yang ramah, komunikatif, dan siap membantu, bahkan di luar jam kerja, mencerminkan profesionalisme tinggi dalam pelayanan. Kecepatan tanggapan dan kesiapan untuk menjelaskan setiap tahapan dalam proses pengajuan membuat nasabah merasa dihargai dan didampingi dengan baik. Pelayanan yang responsif ini menciptakan pengalaman positif yang berkelanjutan dan memperkuat loyalitas terhadap Bank BRI.

Layanan pelanggan yang baik tentunya meningkatkan kepuasan nasabah serta mempermudah mereka dalam proses pengajuan KPR. Liao & Hsieh (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh bank sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Layanan yang responsif dapat membantu nasabah merasa terlayani dengan baik, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap bank tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Suryani (2021) juga menyebutkan bahwa pelayanan yang cepat dan informatif dapat mengurangi ketidakpastian yang sering

kali dirasakan oleh nasabah saat memilih produk KPR. Bank yang mampu memberikan layanan cepat dan memberikan informasi yang jelas akan lebih dihargai oleh nasabah, sehingga mendorong mereka untuk melanjutkan pengajuan dan memilih produk KPR tersebut.

Lokasi Properti yang Strategis

Lokasi properti merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KPR. Nasabah cenderung memilih lokasi yang strategis, dekat dengan fasilitas umum seperti sekolah, rumah sakit, dan pusat perbelanjaan. Lokasi yang baik tidak hanya memberikan kenyamanan bagi penghuni, tetapi juga memudahkan berbagai aktivitas sehari-hari. Selain kenyamanan hidup, lokasi properti juga memiliki potensi untuk mengalami kenaikan harga di masa depan, menjadikannya pilihan investasi yang menarik bagi nasabah.

Lokasi yang sedang berkembang atau terletak di kawasan yang dalam tahap pembangunan juga menjadi pertimbangan penting bagi nasabah. Properti di area seperti ini diperkirakan akan mengalami peningkatan nilai seiring dengan berkembangnya infrastruktur di sekitar daerah tersebut, sehingga nasabah merasa bahwa mereka sedang berinvestasi pada properti yang berpotensi menguntungkan di masa depan

Pernyataan dari Informan :

- Unang Musyarofah mengatakan, *“Saya memilih BRI karena proyek perumahan yang dibiayai oleh BRI terletak di lokasi yang strategis dan*

dekat dengan berbagai fasilitas umum, sehingga menarik untuk dijadikan tempat tinggal dan potensi harganya naik terus.

Lokasi yang strategis dan potensi kenaikan harga properti menjadi faktor penting dalam keputusan nasabah memilih produk KPR. Liu & Zhang (2022) mengungkapkan bahwa lokasi properti yang dekat dengan fasilitas umum dan akses transportasi memudahkan kehidupan sehari-hari nasabah. Selain itu, lokasi yang berkembang atau sedang dalam pengembangan infrastruktur memiliki potensi besar untuk peningkatan harga properti, menjadikannya pilihan investasi yang menguntungkan.

Agung & Prasetyo (2021) juga menyatakan bahwa lokasi yang strategis akan memiliki nilai jual kembali yang lebih tinggi, karena permintaan terhadap properti di kawasan tersebut akan meningkat seiring dengan berkembangnya area sekitarnya. Oleh karena itu, banyak nasabah yang memilih rumah di lokasi strategis dengan harapan harga properti akan naik di masa depan, memberikan keuntungan investasi jangka panjang.

Pengaruh sosial dan rekomendasi dari keluarga atau teman

Pengaruh sosial dan rekomendasi dari keluarga atau teman seringkali berperan besar dalam keputusan nasabah untuk memilih produk KPR. Rekomendasi dari orang-orang terdekat yang sudah memiliki pengalaman positif dengan produk KPR dari bank tertentu dapat memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi calon nasabah.

Pernyataan dari informan :

- Ary Wicaksono menyatakan, *“Saya memilih BRI karena mendapat banyak rekomendasi dari keluarga dan teman. Mereka sudah berpengalaman mengambil KPR di BRI dan merasa puas dengan pelayanannya.”*
- Umi Siti Nas menyatakan, *“Saya memilih Bank BRI atas rekomendasi keluarga. Mereka merasa puas dengan kemudahan proses dan pelayanan yang cepat, jadi saya yakin untuk memilih BRI juga.”*

Rekomendasi sosial memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan nasabah untuk memilih produk KPR. Wijaya & Supriyanto (2021) mencatat bahwa keputusan pembelian produk keuangan sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pribadi orang-orang terdekat. Ketika seseorang mendengar pengalaman positif dari keluarga atau teman, mereka akan lebih cenderung mempercayai produk yang sama, karena mereka merasa bahwa keputusan tersebut telah terverifikasi oleh orang yang mereka percayai.

Menurut Cialdini (2017) dalam teori *Social Influence*, orang lebih cenderung mengikuti keputusan orang yang mereka percayai, terutama dalam hal produk yang memerlukan komitmen finansial jangka panjang, seperti KPR. Oleh karena itu, rekomendasi sosial berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian nasabah.

4.7. Integrasi Kualitatif dan Kuantitatif

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini telah dianalisis menggunakan dua pendekatan yang saling melengkapi, yakni pendekatan kuantitatif untuk menilai arah dan kekuatan pengaruh variabel secara statistik, serta pendekatan kualitatif

untuk menggali makna, alasan, dan pengalaman nasabah melalui wawancara mendalam. Di bagian berikut, pembahasan integratif akan menggabungkan temuan-temuan dari kedua pendekatan ini untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang keputusan pengambilan KPR di BRI Solo Sudirman. Hasil integrasi antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif adalah sebagai berikut:

4.7.1. Suku Bunga dan Biaya KPR

Kuantitatif. Analisis menunjukkan adanya pengaruh negatif yang signifikan, dimana kenaikan suku bunga dan biaya cenderung menurunkan kecenderungan nasabah untuk memilih KPR.

Kualitatif. Para informan menekankan pentingnya keterjangkauan dan kejelasan biaya.

- Utami Toger menyatakan “*bahwa bunga/biaya yang relatif ringan membuat cicilan lebih terjangkau.*”
- Rusdianto Ngatmin menambahkan, “*bunga yang rendah, proses yang cepat, dan penjelasan yang transparan menumbuhkan ketenangan*”

Makna dan Integrasi. Keputusan nasabah untuk mengambil KPR sangat dipengaruhi oleh faktor harga dan transparansi. Penyediaan simulasi cicilan dan rincian biaya pada tahap awal pengajuan akan memberikan rasa aman, yang memudahkan transisi minat menjadi keputusan pembelian.

4.7.2. Reputasi dan Layanan Bank

Kuantitatif. Reputasi bank dan kualitas layanan terbukti memiliki dampak positif terhadap keputusan pengambilan KPR.

Kualitatif. Reputasi sebagai bank milik pemerintah memberikan rasa aman, dan layanan yang responsif serta penjelasan yang jelas meningkatkan kepercayaan nasabah.

- Agus Nirbito menyatakan *“memilih BRI karena reputasi dan status sebagai bank milik pemerintah yang menghadirkan rasa aman”*

Dwi B menegaskan *“BRI telah lama dipercaya”*

Makna dan Integrasi. Terdapat dua dimensi kepercayaan yang terbentuk: institusional (nama baik/legitimasi) dan relasional (pengalaman layanan). Sinergi keduanya mendorong nasabah untuk beralih dari minat menjadi keputusan.

4.7.3. Promosi & Edukasi

Kuantitatif. Ditemukan pengaruh positif yang signifikan, di mana promosi yang disertai edukasi produk mendorong keputusan nasabah untuk memilih KPR.

Kualitatif. Nasabah menilai penjelasan yang jelas mengenai bunga, biaya, dan proses sangat penting.

- Rusdianto menyatakan *‘semua informasi disampaikan secara jelas sehingga ia lebih tenang’*
- Darmiati menyatakan *‘merasakan kejelasan pada setiap tahapan proses’*

Makna dan Integrasi. Promosi yang bersifat edukatif membantu menutup kesenjangan informasi, meningkatkan pemahaman nasabah, serta mempercepat pengambilan keputusan mereka.

4.7.4. Layanan Perbankan Digital

Kuantitatif. Kemudahan akses layanan digital memiliki korelasi positif dengan keputusan nasabah untuk memilih KPR.

Kualitatif. Proses dirasakan cepat dan bantuan tetap tersedia di luar jam kerja, mencerminkan fleksibilitas kanal komunikasi.

Maknaa dan Integrasi.

Layanan digital berperan penting dalam meminimalkan hambatan administratif selama proses pengajuan KPR. Melalui sistem digital, nasabah dapat mengunggah dokumen, memantau status aplikasi, serta memperoleh pembaruan secara real time tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Kemudahan ini menjadikan seluruh proses lebih praktis, cepat, dan efisien. Pada akhirnya, pengalaman yang lebih sederhana dan transparan tersebut memperkuat keyakinan nasabah untuk melanjutkan keputusan mengambil KPR

4.7.5. Demografi

Kuantitatif. Profil pendapatan, pekerjaan, dan usia yang sesuai mempermudah pengambilan keputusan KPR.

Kualitatif. Cicilan yang terjangkau mencerminkan kesiapan pendapatan dan kemampuan dalam mengelola anggaran untuk komitmen mengambil KPR jangka panjang.

- Utami menyatakan *"Saya memilih KPR Bank BRI karena bunga dan biaya yang ditawarkan cukup ringan dibanding bank lain. Hal ini membuat cicilan terasa lebih terjangkau dan tidak memberatkan."*

Makna dan Integrasi. Kesiapan finansial memberikan rasa percaya diri bagi nasabah dalam menerima penawaran KPR. Ketika kondisi keuangan serta profil calon debitur dinilai sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, proses pemahaman terhadap informasi produk menjadi lebih mudah. Akibatnya, tingkat penerimaan

terhadap penawaran meningkat, dan keputusan untuk mengambil KPR umumnya dapat diambil dengan lebih cepat dan penuh keyakinan.

4.7.6. Ketersediaan Rumah

Kuantitatif. pengaruh aspek lokasi terlihat lebih dominan dalam menjelaskan keputusan pengambilan KPR dibandingkan dimensi ketersediaan stok/unit rumah.

Kualitatif. Tidak terdapat pernyataan eksplisit mengenai stok/unit; perhatian nasabah lebih banyak tertuju pada aspek lokasi.

Makna/Integrasi. Secara empiris, keberagaman tipe hunian, variasi kisaran harga, serta pilihan tenor yang fleksibel mampu meningkatkan kemungkinan kesesuaian antara kebutuhan calon pembeli dan kemampuan finansial mereka. Meskipun isu ketersediaan stok tidak menjadi fokus utama dalam pembahasan, keberagaman tersebut tetap berperan penting dalam memperluas alternatif dan memperkuat daya tarik produk KPR di mata nasabah.

4.7.7. Regulasi & Kebijakan Pemerintah

Kuantitatif. Terdapat pengaruh positif yang signifikan dari kebijakan dan regulasi terhadap keputusan pengambilan KPR.

Kualitatif. Narasi menunjukkan bahwa subsidi bunga dan biaya yang lebih ringan membuat proses pengajuan lebih mudah dan lebih terjangkau.

Makna & Integrasi. Kebijakan Pemerintah berperan sebagai instrumen strategis untuk memperluas akses masyarakat terhadap fasilitas KPR. Melalui kebijakan ini, pemerintah berupaya menekan beban biaya awal serta meringankan cicilan bulanan, sehingga proses pengambilan keputusan pembiayaan menjadi lebih efisien. Fungsi kebijakan tersebut sejalan dengan hasil temuan kuantitatif yang menunjukkan

adanya korelasi positif antara intervensi kebijakan dan peningkatan kemampuan nasabah dalam memilih serta mengakses produk KPR.

4.7.8. Faktor Tambahan dari Kualitatif (tidak diukur dalam kuantitatif)

4.7.8.1. Preferensi Lokasi Properti yang Strategis

Kualitatif. Unang Musyarofah “*menilai proyek yang dibiayai BRI berada pada lokasi strategis dan dekat dengan fasilitas umum*”

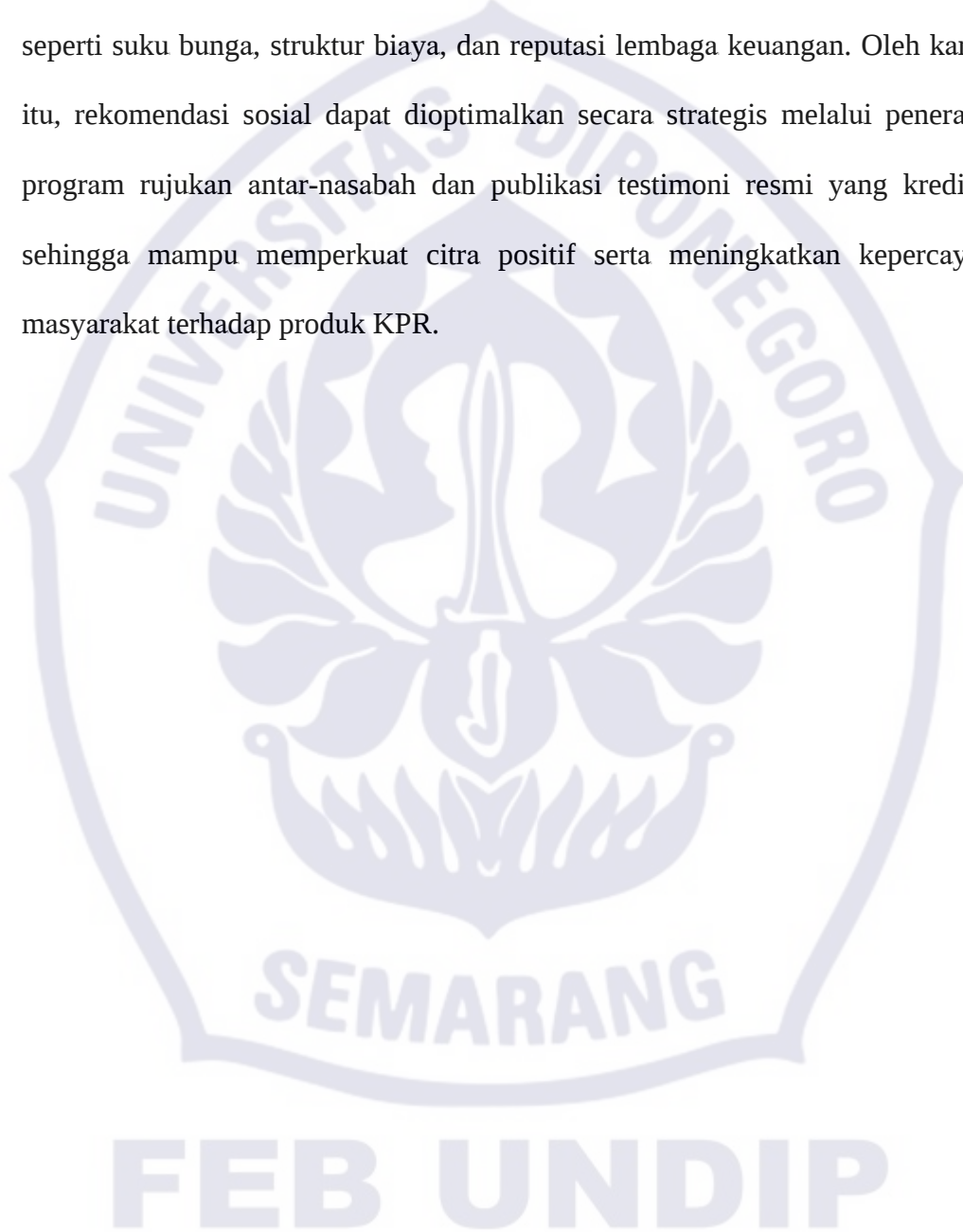
Makna dan Integrasi. Keputusan seseorang dalam memilih produk KPR tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya cicilan yang harus dibayar setiap bulan, tetapi juga oleh kemudahan akses terhadap berbagai fasilitas pendukung seperti sekolah, transportasi umum, serta layanan kesehatan. Selain itu, potensi peningkatan nilai properti di masa mendatang turut menjadi pertimbangan rasional yang signifikan. Walaupun aspek lokasi tersebut tidak dimasukkan secara eksplisit dalam analisis kuantitatif, faktor ini tetap memiliki peran penting karena memperkuat logika rasional calon nasabah. Oleh sebab itu, variabel lokasi layak dijadikan salah satu poin strategis dalam penyusunan materi promosi dan penawaran produk KPR

4.7.8.2. Pengaruh Sosial atau Rekomendasi Keluarga–Teman

Kualitatif. Ary Wicaksono memilih BRI karena rekomendasi keluarga dan teman yang puas. Umi Siti Nas juga dipengaruhi oleh rekomendasi keluarganya dan menilai proses yang mudah serta pelayanan yang cepat.

Makna dan Integrasi. Rekomendasi sosial berfungsi sebagai bentuk pengakuan kolektif yang memperkuat kepercayaan calon nasabah terhadap keputusan yang akan diambil. Mekanisme ini membantu mengurangi rasa ragu serta memberikan

validasi sosial terhadap pilihan mereka. Meskipun faktor ini tidak dapat diukur secara kuantitatif, keberadaannya menjadi pelengkap bagi pertimbangan rasional seperti suku bunga, struktur biaya, dan reputasi lembaga keuangan. Oleh karena itu, rekomendasi sosial dapat dioptimalkan secara strategis melalui penerapan program rujukan antar-nasabah dan publikasi testimoni resmi yang kredibel, sehingga mampu memperkuat citra positif serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk KPR.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di BRI Cabang Solo Sudirman serta menyusun rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan yang berkaitan. Pendekatan campuran (mixed methods) yang digunakan mengintegrasikan temuan kuantitatif dan kualitatif, sehingga memberikan potret yang lebih komprehensif mengenai bagaimana nasabah membentuk dan mengambil keputusan terkait KPR.

Dari sisi kuantitatif, hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat suku bunga dan biaya KPR, reputasi dan layanan bank, promosi dan edukasi, digital banking, karakteristik demografi nasabah, ketersediaan rumah, serta regulasi dan kebijakan pemerintah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR. Tingkat suku bunga dan biaya KPR terbukti berpengaruh negatif, yang berarti bahwa penurunan suku bunga dan keringanan biaya akan meningkatkan kecenderungan nasabah untuk mengambil KPR. Sebaliknya, reputasi dan kualitas layanan bank yang baik, pelaksanaan promosi dan edukasi yang efektif, kemudahan penggunaan layanan digital, kesesuaian profil demografi nasabah, ketersediaan rumah yang relevan dengan kebutuhan, serta kebijakan pemerintah yang mendukung, semuanya berkontribusi secara positif dalam mendorong keputusan nasabah untuk mengajukan KPR.

Secara kualitatif, wawancara mendalam menegaskan kembali sentralnya faktor finansial, khususnya kejelasan dan daya saing struktur suku bunga serta total biaya yang harus ditanggung nasabah. Di luar aspek tersebut, nasabah juga menonjolkan pentingnya reputasi BRI sebagai bank milik negara, profesionalisme dan keramahan petugas, kecepatan pemrosesan berkas, serta kejelasan penjelasan mengenai persyaratan dan prosedur yang harus dipenuhi. Promosi dan edukasi yang disusun dengan bahasa yang mudah dipahami terbukti membantu nasabah—terutama mereka yang baru pertama kali mengajukan KPR—untuk merasa lebih yakin dan memiliki informasi yang memadai. Layanan digital, seperti fasilitas simulasi cicilan, akses informasi produk secara daring, dan kemudahan pada tahap awal pengajuan, juga dinilai sangat menunjang kenyamanan dan efisiensi proses.

Lebih jauh, temuan kualitatif juga mengidentifikasi adanya faktor tambahan yang tidak dimasukkan secara eksplisit dalam model kuantitatif, yaitu rekomendasi dari keluarga dan teman serta preferensi terhadap lokasi rumah yang dianggap strategis, dekat dengan tempat kerja, dan berdekatan dengan fasilitas umum. Dukungan dan rekomendasi dari lingkungan sosial berperan memperkuat kepercayaan terhadap BRI dan produk KPR yang ditawarkan, sedangkan lokasi rumah yang strategis membuat nasabah lebih siap menjalani komitmen pembayaran cicilan jangka panjang. Dengan demikian, faktor-faktor sosial dan preferensi lokasi tersebut berfungsi sebagai penguat (reinforcer) terhadap pengaruh variabel-variabel utama yang telah diuji secara kuantitatif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mengarah pada kesimpulan bahwa keputusan nasabah untuk mengambil KPR di BRI Cabang Solo Sudirman

merupakan hasil interaksi yang kompleks antara faktor finansial (tingkat suku bunga dan biaya), faktor non-finansial (reputasi dan layanan bank, promosi dan edukasi, digital banking, demografi, serta ketersediaan rumah), dan faktor regulasi serta sosial (dukungan kebijakan pemerintah, rekomendasi keluarga/teman, dan preferensi lokasi tempat tinggal). Untuk mengurangi kesenjangan antara target dan realisasi penyaluran KPR, BRI perlu mengelola seluruh faktor tersebut secara terintegrasi. Temuan inilah yang menjadi landasan penyusunan saran bagi pihak perbankan, pemerintah, serta kalangan akademisi dan peneliti berikutnya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

Pertama, penelitian hanya berfokus pada satu lokasi, yakni BRI Cabang Solo Sudirman. Kondisi lokal cabang ini—meliputi karakteristik nasabah, struktur persaingan, maupun strategi pemasaran—berpotensi berbeda dengan cabang BRI lain maupun bank lain. Oleh karena itu, generalisasi temuan ke seluruh jaringan BRI atau ke industri perbankan nasional perlu dilakukan dengan kehati-hatian.

Kedua, ukuran serta komposisi sampel dalam penelitian ini tergolong terbatas sehingga belum sepenuhnya mencerminkan keragaman profil nasabah KPR BRI berdasarkan wilayah, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, maupun kelompok usia. Keterbatasan ini berimplikasi pada kekuatan generalisasi dari hasil penelitian, terutama ketika hendak diaplikasikan pada segmen pasar yang berbeda dengan karakteristik responden dalam studi ini.

Ketiga, penelitian menggunakan desain cross-sectional, di mana pengumpulan data dilakukan pada satu titik waktu tertentu. Konsekuensinya, penelitian ini belum mampu menggambarkan perubahan preferensi nasabah terhadap KPR seiring fluktuasi suku bunga, perubahan kebijakan pemerintah, dinamika kondisi ekonomi makro, maupun penyesuaian strategi pemasaran bank dari waktu ke waktu.

Keempat, variabel yang dianalisis secara kuantitatif pada riset ini hanya mampu untuk meneliti pada tujuh faktor utama, yaitu tingkat suku bunga dan biaya KPR, reputasi dan layanan bank, promosi dan edukasi, digital banking, demografi, ketersediaan rumah, serta regulasi dan kebijakan pemerintah. Berbagai faktor lain yang secara teoretis berpotensi memengaruhi keputusan pengambilan KPR—misalnya literasi keuangan yang lebih rinci, persepsi risiko, atau reputasi pengembang—belum diakomodasi dalam model, sehingga kemampuan penjelasannya masih bertumpu pada seperangkat variabel yang relatif terbatas.

5.3. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat diberikan :

Saran untuk Perbankan

1. Transparansi Biaya dan Suku Bunga:

Mengingat tingkat suku bunga dan biaya KPR terbukti berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah, BRI perlu mempertahankan dan meningkatkan daya saing suku bunga serta menata struktur biaya secara lebih efisien. Informasi terkait seluruh komponen biaya sebaiknya disampaikan secara

terbuka, terperinci, dan mudah dipahami sejak tahap awal, sehingga ketidakpastian dapat diminimalkan dan kepercayaan nasabah terhadap produk KPR BRI dapat diperkuat.

2. Peningkatan kualitas layanan dan pendampingan nasabah.

Karena reputasi dan layanan bank menunjukkan pengaruh positif, BRI Cabang Solo Sudirman disarankan untuk terus mengembangkan kompetensi petugas frontliner dan relationship manager dalam menjelaskan produk, memfasilitasi proses administrasi, dan memberikan pendampingan menyeluruh mulai dari simulasi hingga penandatanganan akad. Penerapan standar layanan yang jelas dan evaluasi rutin terhadap kepuasan nasabah penting untuk menjaga citra BRI dan kualitas pengalaman nasabah di tingkat cabang.

3. Optimalisasi promosi, edukasi, dan layanan digital

Sejalan dengan temuan bahwa promosi, edukasi, dan digital banking berkontribusi positif terhadap keputusan KPR, BRI perlu merancang materi promosi dan edukasi yang lebih terarah sesuai segmen demografis sasaran serta menyebarkannya melalui beragam kanal, termasuk media sosial dan kolaborasi dengan pengembang. Pengembangan fitur digital—seperti simulasi cicilan, pengajuan awal KPR secara daring, serta kanal konsultasi berbasis aplikasi—perlu terus dilakukan agar akses informasi dan proses pengajuan menjadi lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

4. Penguatan kerja sama dengan pengembang dan pemanfaatan rekomendasi sosial.

Dengan memperhatikan bahwa ketersediaan rumah dan rekomendasi dari keluarga/teman turut memengaruhi keputusan nasabah, BRI perlu memperluas kerja sama dengan pengembang yang memiliki rekam jejak baik di lokasi-lokasi yang strategis. Bank dapat menyediakan informasi stok rumah rekanan secara transparan dan terstruktur. Di sisi lain, strategi pemasaran dapat memanfaatkan word-of-mouth positif melalui program referral dan pemanfaatan testimoni nasabah, sehingga basis calon debitur dapat diperluas dengan cara yang relatif efisien.

Saran untuk Kebijakan Pemerintah

Pemerintah disarankan untuk memperkenalkan subsidi bunga atau insentif pembiayaan yang lebih luas guna meningkatkan aksesibilitas terhadap KPR.

Saran untuk Penelitian Lanjutan

1. Perluasan cakupan lokasi penelitian dan peningkatan ukuran sampel.

Untuk menanggapi keterbatasan yang berkaitan dengan cakupan geografis dan ukuran sampel, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak cabang BRI di berbagai wilayah atau menyertakan perbandingan dengan bank lain, dengan jumlah responden yang lebih besar serta lebih beragam. Langkah ini akan memperkuat validitas eksternal dan memperluas daya jelaskan temuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengambilan KPR

2. Pendekatan Longitudinal untuk Memahami Dinamika Perilaku Nasabah

Sebagai upaya mengatasi keterbatasan desain cross-sectional, penelitian mendatang dapat memanfaatkan desain longitudinal atau data panel untuk mengamati dinamika preferensi nasabah terhadap KPR dari waktu ke waktu, terutama ketika terjadi perubahan suku bunga, pembaruan kebijakan, maupun fluktuasi kondisi ekonomi.

3. Pengembangan model dengan variabel tambahan yang relevan.

Menindaklanjuti keterbatasan jumlah variabel dalam penelitian ini, studi lanjutan dapat memasukkan variabel tambahan seperti literasi keuangan, persepsi risiko, tingkat kepercayaan terhadap pengembang, dan kualitas komunikasi pemasaran digital. Pengembangan model dengan variabel yang lebih lengkap diharapkan dapat meningkatkan kemampuan analisis dalam menerangkan mekanisme pengambilan keputusan KPR

4. Pendalaman faktor sosial-psikologis dan penguatan triangulasi data

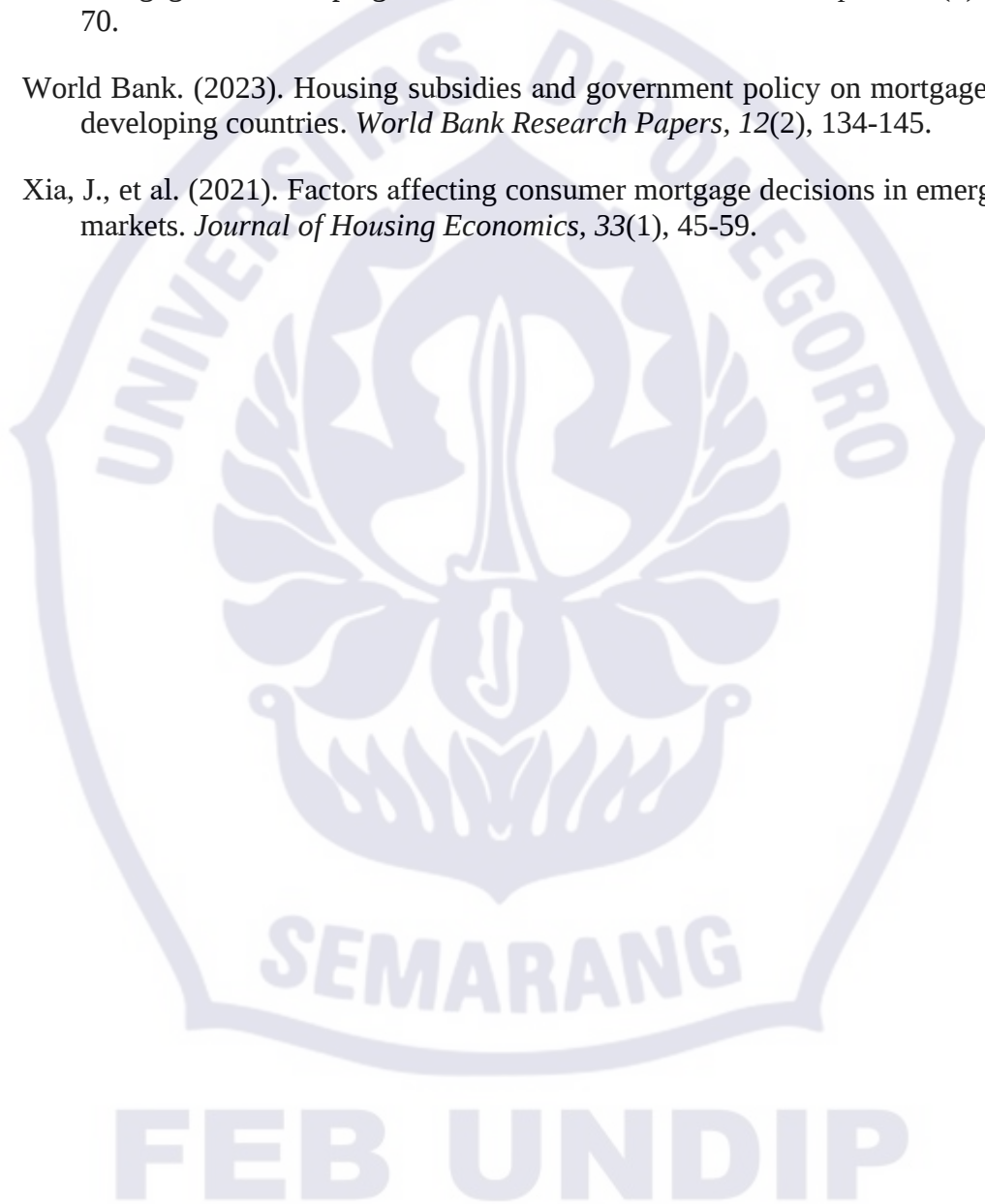
Untuk memperkaya temuan kualitatif mengenai peran rekomendasi keluarga/teman dan preferensi lokasi rumah yang strategis, penelitian di masa mendatang dapat secara khusus mengkaji faktor sosial-psikologis tersebut, baik melalui survei yang terstruktur maupun studi kualitatif yang lebih mendalam. Selain itu, penggunaan triangulasi data—misalnya dengan memadukan data self-report dengan data sekunder seperti catatan transaksi KPR atau dokumen internal bank—dapat membantu mengurangi potensi bias persepsi dan meningkatkan validitas keseluruhan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Basten, C., & Ongena, S. (2024). Digital banking and consumer access to mortgage products. *Journal of Financial Technology*, 10(2), 45-59.
- Ben-Shahar, O., & Carlin, B. (2021). Government regulation in the housing market: Implications for consumer behavior and mortgage products. *Harvard Law Review*, 134(2), 80-95.
- Čašta, T. (2025). Impact of interest rates on mortgage decisions. *Journal of Economic Psychology*, 50(3), 201-215.
- Chung, K., Agnew, J., Bateman, H., & Thorp, S. (2024). Consumer trust in bank mortgages: The role of service transparency and speed. *International Journal of Banking and Finance*, 42(1), 88-104.
- Cialdini, R. B. (2017). *Influence: The psychology of persuasion* (Revised ed.). Harper Business.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Deku, S., et al. (2022). Demographic factors and mortgage decisions: An empirical study. *Housing Economics Review*, 36(2), 112-125.
- Devine, P., McCarthy, A., & O'Toole, D. (2023). The impact of interest rates on consumer behavior in mortgage decisions. *Journal of Economic Psychology*, 49(4), 321-337.
- Fuster, A., & Zafar, B. (2021). The role of mortgage products in economic growth. *Journal of Economic Development*, 58(1), 78-92.
- Fuster, A., et al. (2024). Technological advances in mortgage lending: An overview. *Journal of Financial Technology*, 12(1), 50-65.
- Furlong, M., et al. (2019). Interest rate reduction and its effects on the housing market. *Housing Economics Review*, 40(2), 99-113.
- Hassan, H., et al. (2021). Factors influencing housing purchase decisions. *Housing Journal*, 31(3), 213-228.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

- Kotler, P., Armstrong, G., et al. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Larson, M., & Martinez, F. (2025). Consumer behavior in financial markets: Insights for mortgage decision making. *Financial Psychology Journal*, 13(1), 9-22.
- Lee, A., et al. (2022). The role of location in homebuyers' mortgage decisions. *Urban Planning Journal*, 27(3), 201-212.
- Lee, H., Sing, M., & Ong, S. (2022). Economic impact of housing ownership in Southeast Asia. *Real Estate Economics Journal*, 45(2), 170-185.
- Lin, J., & Chen, L. (2021). Trust in banking and its influence on consumer mortgage choices. *Journal of Financial Services*, 30(4), 43-59.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing. *Journal of Pension Economics & Finance*, 10(4), 497-508.
- Martono, N. (2016). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis isi dan analisis data sekunder* (Ed. revisi 2). Jakarta: Rajawali Pers.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Nielsen, A. (2022). The role of mortgage fees in consumer mortgage decisions. *Journal of Financial Services Research*, 21(2), 111-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Patel, M., & Mehta, R. (2022). The rise of digital mortgage applications: A case study. *Journal of Digital Finance*, 19(1), 25-38.
- Perry, M., et al. (2023). Financial literacy and its effects on mortgage decision-making. *Journal of Financial Education*, 35(3), 156-170.
- Putri, S. (2021). Keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi perilaku. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 28(2), 45-56.
- Solomon, M. (2022). *Consumer behavior in the financial market*. Prentice Hall.
- Sugiyono, M. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku konsumen: Implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Taufik, M., & Haryono, D. (2021). Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 18(1), 99-113.
- Tahir, H., & Suryono, B. (2024). Housing subsidies and government policy on mortgages in developing countries. *World Bank Research Papers*, 11(1), 58-70.
- World Bank. (2023). Housing subsidies and government policy on mortgages in developing countries. *World Bank Research Papers*, 12(2), 134-145.
- Xia, J., et al. (2021). Factors affecting consumer mortgage decisions in emerging markets. *Journal of Housing Economics*, 33(1), 45-59.



LAMPIRAN

Panduan Interview

1. Apa alasan utama Anda memilih KPR BRI di Solo Sudirman?
2. Apa yang Anda ketahui tentang produk KPR yang ditawarkan oleh BRI?
3. Apa faktor yang paling mempengaruhi keputusan Anda dalam memilih KPR BRI?
4. Bagaimana pengalaman Anda dalam proses pengajuan KPR di BRI?
5. Apakah Anda merasa informasi atau edukasi yang diberikan oleh BRI membantu dalam memilih KPR?
6. Sejauh mana suku bunga, biaya lain, dan layanan nasabah memengaruhi keputusan Anda untuk memilih KPR BRI?
7. Kendala apa yang anda alami dalam mengajukan KPR BRI
8. Apa harapan Anda untuk perbaikan layanan KPR di BRI ke depan?

KUESIONER**I. Profil Responden**

Nama :

Jenis Kelamin :

☐ Perempuan

☐ Laki-Laki

Usia :

☐ 20 – 25 tahun

☐ 25 – 30 tahun

☐ 31 – 35 tahun

☐ 36 – 40 tahun

☐ > 40 tahun

Jabatan :

Pendapatan Per Bulan :

Status KPR : ☐ Sudah memiliki
☐ Dalam proses pengajuan

☐ Belum pernah

II. Petunjuk Pengisian

Untuk pertanyaan-pertanyaan berikut ini, Anda diminta memberikan jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia sesuai pilihan Anda, dengan asumsi:

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

III. Pertanyaan Kuesioner

A. Tingkat Suku Bunga dan Biaya KPR

Pernyataan	Pilihan
Saya memilih KPR dengan suku bunga yang rendah karena memengaruhi kemampuan saya membayar cicilan.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Bunga KPR yang stabil membuat saya merasa lebih aman secara finansial.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Biaya administrasi yang rendah mendorong saya memilih KPR di BRI.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Transparansi biaya KPR (bunga, provisi, notaris) membuat saya lebih percaya pada bank.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Kebijakan suku bunga BRI lebih kompetitif dibandingkan bank lain.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

B. Reputasi dan Layanan Bank

Pernyataan	Pilihan
BRI memiliki reputasi baik sebagai bank penyedia KPR terpercaya.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Petugas BRI memberikan informasi yang jelas mengenai produk KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Proses pengajuan KPR di BRI berlangsung cepat dan efisien.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Pelayanan petugas BRI ramah dan membantu selama proses KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya percaya BRI akan menjaga keamanan dan kerahasiaan data nasabah KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

C. Promosi dan Edukasi

Pernyataan	Pilihan
Promosi seperti potongan bunga atau biaya administrasi menarik minat saya untuk mengambil KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya mendapatkan informasi KPR melalui media sosial atau promosi digital BRI.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Edukasi keuangan dari BRI membantu saya memahami cara kerja KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
BRI sering mengadakan sosialisasi atau kampanye tentang produk KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya merasa lebih yakin mengambil KPR setelah memperoleh informasi yang lengkap dari BRI.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

D. Digital Banking

Pernyataan	Pilihan
Fitur digital BRI (BRImo, website, simulasi KPR online) memudahkan saya memahami produk KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya dapat mengajukan KPR secara online tanpa datang ke kantor cabang.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Aplikasi digital BRI memudahkan saya mengecek status pengajuan KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Penggunaan teknologi digital meningkatkan kepercayaan saya terhadap layanan BRI.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya merasa lebih nyaman menggunakan layanan digital BRI daripada proses manual.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

E. Demografi

Pernyataan	Pilihan
Usia saya berpengaruh terhadap pilihan jangka waktu cicilan KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Pendapatan saya menentukan besaran KPR yang bisa saya ajukan.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Status pekerjaan saya memengaruhi peluang disetujui dalam pengajuan KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Tanggung jawab keluarga memengaruhi keputusan saya untuk mengambil KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Latar belakang pendidikan saya membantu saya memahami sistem KPR dengan baik.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

F. Ketersediaan Rumah

Pernyataan	Pilihan
Lokasi rumah yang strategis memengaruhi keputusan saya mengambil KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Kualitas bangunan dan fasilitas rumah menjadi pertimbangan utama saya.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya memilih rumah yang sesuai dengan kemampuan finansial saya.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Kerja sama BRI dengan pengembang (developer) mempermudah saya dalam memilih rumah.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Ketersediaan berbagai tipe rumah membuat saya lebih tertarik untuk mengambil KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

G. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Pernyataan	Pilihan
Program subsidi KPR dari pemerintah membantu saya memiliki rumah.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Kebijakan pemerintah terkait suku bunga memengaruhi keputusan saya mengambil KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Insentif pajak atau keringanan biaya mendorong minat saya mengajukan KPR.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Kebijakan pemerintah membuat produk KPR BRI lebih terjangkau.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya mengetahui adanya program KPR Sejahtera atau subsidi rumah pertama.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

H. Keputusan Mengambil KPR

Pernyataan	Pilihan
Saya merasa yakin bahwa KPR BRI adalah pilihan terbaik untuk membeli rumah.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum memutuskan mengambil KPR di BRI.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya puas dengan proses pengajuan KPR di BRI.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya akan merekomendasikan KPR BRI kepada orang lain.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Saya berencana melanjutkan hubungan perbankan dengan BRI setelah KPR disetujui.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

CURRICULUM VITAE

DAYU NUR HIDAYAT



Detail pribadi

- DAYU NUR HIDAYAT
- dayu.gama@gmail.com
- 082189479040
- Perum Pam Jaya Bendungan
Hilir No 9C Tanah Abang
Jakarta Pusat
- 16 Juni 1988
- Ngawi
- laki Laki
- Menikah

Keahlian

- Analisis data lapangan
- Analisa Pembiayaan Kredit
- Strategis Bisnis Perbankan
- Manajemen waktu
- Managemen Resiko

Pendidikan

SEKOLAH DASAR SDN Beran IV Ngawi Jawa Timur, Ngawi	1996 - 2001
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA SLTP N 1 Ngawi Jawa Tlmur, Ngawi	2001 - 2003
SEKOLAH MENENGAH ATAS SMA N 2 Ngawi Jawa Timur, Ngawi	2003 - 2006
PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS GADJAH MADA, YOGYAKARTA	2006 - Apr 2011

Pengalaman Kerja

Asisten Dosen Sosial Ekonomi Peternakan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta	2008 - 2010
Field Inspector PT Diamond Cold Storage, Yogyakarta	2011 - 2012
Management Trainee PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	2012 - 2014
Berbagai Jabatan saat ini Senior Manager PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	2014 - 2025

Bagian khusus

Manajer Perbankan berpengalaman dengan lebih dari 10 tahun pengalaman di bidang layanan nasabah, operasi keuangan, dan manajemen tim. Terampil dalam mengidentifikasi kebutuhan nasabah dan memberikan solusi yang bermanfaat.

Jakarta, 25 Desember 2025