

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “ Analisa Pengaruh Strategi Srgmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah di Bank BTN KCP Syariah Jombang” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Segmentasi, Targeting dan Positioning terhadap keputusan nasabah mengambil KPR Syariah (studi kasus nasabah BTN Syariah Jombang).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengambil KPR Syariah di BTN Syariah Jombang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya teknik *accidental* sampling yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam penelitian. Dengan jumlah sampel yang diambil sejumlah 91 nasabah KPR Syariah di BTN Syariah. Dalam melakukan proses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 20 dan EViews. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data serta pembahasan hasil data disimpulkan bahwa segmentasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil KPR Syariah dengan nilai thitung 2,751285 dan nilai profitabilitas 0,0072 lebih kecil 0,05. Targeting berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil KPR Syariah dengan nilai thitung 0,714677 lebih besar dan nilai profitabilitas 0,4767 lebih kecil 0,05. Segmentasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil KPR Syariah dengan nilai thitung 8,663600 dan nilai profitabilitas 0,000 lebih kecil 0,05.

Kata kunci : Segmentasi, Targeting, Positioning dan keputusan Pengambilan

ABSTRACT

This study which is entitled “An analysis of the influence of segmentation, targeting and positioning strategy (STP) toward customers’ decision to take Syariah ownership credit of house (KPR) in BTN KCP Syariah Bank in Jombang” aimed to analyze the segmentation, targeting and positioning strategy toward customers’ decision on taking syariah KPR (a case study on syariah BTN customers (nasabah).

The population in this study were all of the customers who take syariah KPR in syariah BTN, Jombang. The technique of collecting the data is through non-probability sampling or accidental sampling technique. It is the technique of determining the sample according to coincidental situation in which all of the members of the population meet accidentally with the researcher. So, they can be determined as the sample in this research. The sample were 91 customers of KPR in Syariah BTN. In the process of analyzing the data, the researcher uses SPSS and Eviews program. This research uses multiple linier regression analysis. this analysis was uses to examine the relationship between two or more independent variables and dependent variables.

The result of this research shows that segmentation influences positively and significantly toward the customers’ decision to take Syariah KPR with score of thitung 2.751285 and the score of profitability 0.0072 lower than 0.05. Targeting influences positively and significantly toward customers’ decision to take syariah KPR with score of thitung 0.714577 more than the score of profitability 0.4767 lower than 0.05. segmentation influence positively and significantly toward customers’ decision to take KPR syariah with score of thitung 8.663600 and score of profitability 0.000 lower than 0.05.

Keyword: Segmentation, targeting, positioning, and customers’ decision.