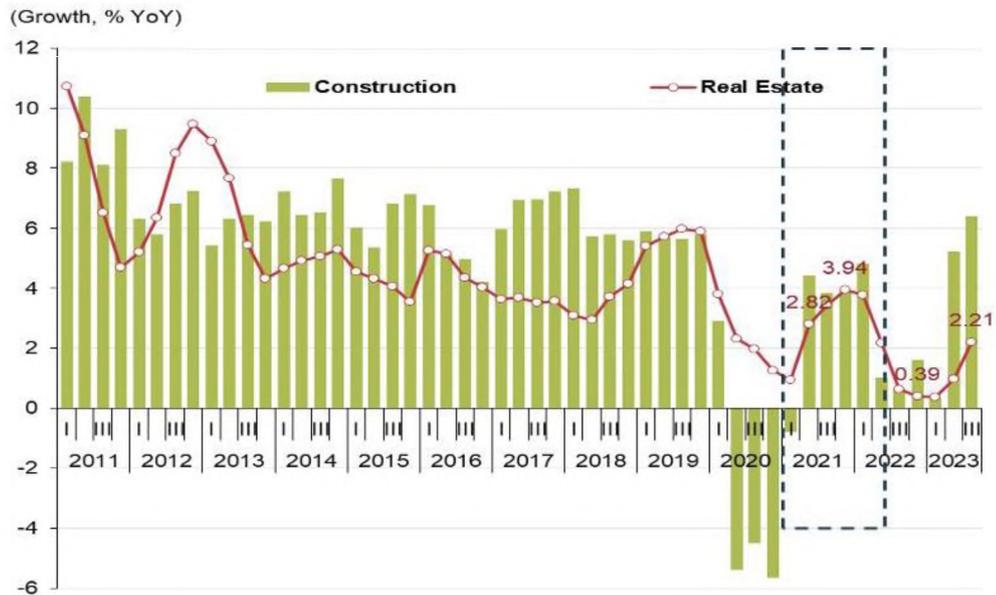


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan yang terjadi dalam setiap segi dan aspek kehidupan saat ini dapat dirasakan semakin ketat dan mengakibatkan perubahan yang signifikan dalam berbagai bidang. Akibat dari perubahan tersebut antara lain adalah hal-hal yang menjadi kebutuhan bagi setiap orang juga semakin berkembang, salah satunya kebutuhan dalam aspek sosial ekonomi. Angka pertumbuhan penduduk yang semakin tinggi sangat mempengaruhi keadaan sosial, yaitu dengan bertambahnya jumlah dan kepadatan penduduk di suatu wilayah, maka mengakibatkan semakin berkurangnya lahan yang dapat dijadikan lahan pemukiman yang layak bagi penduduk, sedangkan di sisi lain, rumah adalah salah satu kebutuhan primer bagi kehidupan masyarakat. Tidak seimbangnya lahan untuk pemukiman dengan penambahan jumlah penduduk inilah yang menjadi masalah sosial ekonomi yang berdampak secara nasional.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Perumahan di Indonesia

Sumber : BPS : Analisis *The Indonesian Economic Intelligence* (IEI)

Secara umum, perkembangan properti di Indonesia selama 2023 masih sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian domestik dan intervensi kebijakan dari otoritas. Mencermati bahwa sektor properti memberikan dampak multiplier yang besar bagi perekonomian, pemerintah dan otoritas terkait seperti Bank Indonesia (BI) pun memberikan perhatian besar terhadap keberlanjutan pertumbuhan sektor properti. Pada 2021, misalnya, pemerintah mengeluarkan insentif fiskal berupa Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN-DTP) bagi pembelian rumah pertama untuk harga rumah sampai Rp2 miliar. Kebijakan ini berakhir pada September 2022. Kemudian, BI juga menerbitkan kebijakan makroprudensial berupa pelonggaran loan to value (LTV) hingga 100%. Kebijakan pelonggaran LTV ini masih berlaku hingga sekarang.

Sejak November 2023 lalu, pemerintah kembali mengeluarkan insentif fiskal serupa. Bahkan, cakupan insentifnya diperluas, yaitu terhadap pembelian rumah pertama seharga sampai dengan Rp5M, namun PPN yang ditanggung pemerintah adalah untuk nilai pembelian maksimal sebesar Rp2 miliar per unit. Kebijakan tersebut berlaku hingga Desember 2024. Mengacu pada kebijakan serupa pada 2021 di atas, kebijakan insentif fiskal berupa PPN-DTP yang dikombinasikan dengan kebijakan pelonggaran LTV terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja sektor properti. Hal tersebut tercermin dari kinerja pertumbuhan sektor ekonomi yang terkait dengan sektor properti, seperti sektor Konstruksi dan sektor Real Estate serta termasuk Konsumsi Rumah Tangga terkait Perumahan serta Investasi Bangunan

Pemerintah, khususnya di kota atau kabupaten besar, mempunyai tugas untuk dapat mengatasi masalah sosial tersebut, karena pertumbuhan jumlah penduduk yang tinggi tanpa diimbangi dengan dibangunnya lahan pemukiman yang memadai, akan mengakibatkan berbagai masalah kependudukan. Salah satunya Kabupaten Bungo yang memiliki luas wilayah sekitar 4.659 km². Wilayah ini secara geografis terletak pada posisi 101° 27' sampai dengan 102° 30' Bujur Timur dan di antara 1° 08' hingga 1° 55' Lintang Selatan. Berdasarkan letak geografisnya Kabupaten Bungo berbatasan dengan Kabupaten Tebo dan Kabupaten Dharmasraya di sebelah Utara, Kabupaten Tebo di sebelah Timur, Kabupaten Merangin di sebelah Selatan, dan Kabupaten Kerinci di sebelah Barat.

Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan Penduduk Di Provinsi Jambi

| Wilayah | Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi (Ribu Jiwa) | | |
|----------------------|--|--------|--------|
| | 2020 | 2021 | 2022 |
| Provinsi Jambi | 3548.2 | 3585.1 | 3631.1 |
| Kerinci | 250.3 | 251.9 | 253.9 |
| Merangin | 354.1 | 355.7 | 357.6 |
| Sarolangun | 290.1 | 293.6 | 298.1 |
| Batang Hari | 301.7 | 306.7 | 313.2 |
| Muaro Jambi | 402.0 | 406.8 | 412.8 |
| Tanjung Jabung Timur | 229.8 | 231.8 | 234.2 |
| Tanjung Jabung Barat | 317.5 | 320.6 | 324.5 |
| Tebo | 337.7 | 340.9 | 344.8 |
| Bungo | 362.4 | 367.2 | 373.3 |
| Kota Jambi | 606.2 | 612.2 | 619.6 |
| Kota Sungai Penuh | 96.6 | 97.8 | 99.2 |

Sumber : BPS Provinsi Jambi

Dari data diatas menunjukkan pertumbuhan penduduk kabupaten Bungo nomor 3 terbesar setelah Kota Jambi, dan Kabupaten Muaro Jambi. Letak Kabupaten Bungo yang strategis karena berada di tengah dan mudah dijangkau dengan transportasi darat. Kabupaten Bungo juga berada di jalan lintas sumatera yang terhubung langsung dengan beberapa provinsi lain seperti Sumatera Selatan, Sumatera Barat, dan Riau. Pertumbuhan jumlah penduduk yang meningkat,

jumlah penduduk Tahun 2022 sebanyak 373.300 jiwa . Jumlah penduduk tersebut mendiami wilayah seluas 4.659 km² sehingga rata-rata kepadatan penduduk pada Tahun 2022 adalah 80 jiwa per km² (Laporan Kinerja Bungo, 2022).

Meningkatnya jumlah penduduk di kabupataen Bungo juga beriringan dengan skor Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) yang menduduki nomor 2 setelah kota Jambi yaitu dengan skor 2,92. Wacana kabupaten Bungo yang akan disusulkan menjadi kota sangat memungkinkan perkembangan yang pesat.

PROVINSI JAMBI



2,99

SKOR IDSD 2022
PROVINSI JAMBI



1 kota

≥ skor provinsi

| KABUPATEN/KOTA | LINGKUNGAN PENDUKUNG | | | | SDM | | | PASAR | | | EKOSISTEM INOVASI | | SKOR IDSD |
|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|-------------------|----------|-----------|
| | Pilar 1 | Pilar 2 | Pilar 3 | Pilar 4 | Pilar 5 | Pilar 6 | Pilar 7 | Pilar 8 | Pilar 9 | Pilar 10 | Pilar 11 | Pilar 12 | |
| NASIONAL* | 4,14 | 2,91 | 3,57 | 3,05 | 3,76 | 3,73 | 2,68 | 3,73 | 2,66 | 1,31 | 5,00 | 2,62 | 3,26 |
| PROVINSI JAMBI | 4,35 | 2,06 | 3,47 | 2,86 | 3,83 | 3,70 | 1,94 | 3,37 | 3,20 | 0,46 | 5,00 | 1,58 | 2,99 |
| KERINCI | 3,91 | 2,44 | 2,28 | 2,83 | 3,85 | 3,32 | 2,29 | 3,53 | 3,64 | 0,45 | 5,00 | 1,06 | 2,88 |
| MERANGIN | 4,04 | 1,54 | 2,49 | 2,80 | 3,92 | 2,80 | 2,16 | 2,98 | 4,63 | 0,68 | 5,00 | 0,68 | 2,81 |
| SAROLANGUN | 4,09 | 1,78 | 2,64 | 2,97 | 3,77 | 2,98 | 1,70 | 2,42 | 3,03 | 0,75 | 5,00 | 0,33 | 2,62 |
| BATANG HARI | - | 1,52 | 2,76 | 3,06 | 3,92 | 2,86 | 1,70 | 3,24 | 3,88 | 0,80 | 5,00 | 1,01 | - |
| MUARO JAMBI | 4,05 | 1,70 | 3,01 | 2,93 | 3,92 | 3,26 | 1,49 | 2,13 | 3,77 | 1,11 | 5,00 | 1,47 | 2,82 |
| TANJUNG JABUNG TIMUR | 3,87 | 2,59 | 2,80 | 2,61 | 3,54 | 2,60 | 1,08 | 2,08 | 0,73 | 1,13 | 5,00 | 0,85 | 2,41 |
| TANJUNG JABUNG BARAT | 3,85 | 1,58 | 3,10 | 3,15 | 3,69 | 2,85 | 0,88 | 2,60 | 3,99 | 2,03 | 5,00 | 0,10 | 2,74 |
| TEBO | 3,93 | 1,78 | 2,62 | 2,82 | 3,85 | 2,67 | 1,67 | 2,69 | 3,63 | 0,70 | 5,00 | 0,46 | 2,65 |
| BUNGO | 3,98 | 2,31 | 2,62 | 2,87 | 3,69 | 2,97 | 2,47 | 2,93 | 4,35 | 0,86 | 5,00 | 1,03 | 2,92 |
| JAMBI | 4,27 | 2,52 | 4,84 | 2,76 | 4,08 | 3,95 | 4,84 | 3,82 | 2,48 | 1,28 | 5,00 | 2,25 | 3,51 |
| SUNGGAI PENUH | - | 2,23 | 2,46 | 2,75 | 4,00 | 4,10 | 5,00 | 4,26 | 4,37 | 0,31 | 5,00 | 1,35 | - |

Keterangan :

Pilar 1: Institusi
Pilar 2: Infrastruktur
Pilar 3: Adopsi TIK
Pilar 4: Stabilitas ekonomi makro

Pilar 5: Kesehatan
Pilar 6: Keterampilan
Pilar 7: Pasar produk
Pilar 8: Pasar tenaga kerja

Pilar 9: Sistem keuangan
Pilar 10: Ukuran pasar
Pilar 11: Dinamisme bisnis
Pilar 12: Kapabilitas inovasi

Gambar 1. 2 Skor IDSD Provinsi Jambi

Sumber : Badan Riset dan Inovasi Nasional

Sehubungan dengan pertumbuhan penduduk dan meningkatnya ekonomi juga meningkatnya permintaan akan ketersediaan hunian. Oleh karena itu, dalam hubungannya dengan aspek ekonomi, pemerintah bekerja sama dengan pihak terkait lainnya dalam sektor ekonomi, dalam hal ini adalah sektor perbankan, sebagai pihak yang memberikan dana guna proses pengadaan suatu lahan pemukiman bagi penduduk. Salah satu pelaku lembaga keuangan adalah bank, di mana bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak (UU No. 10 Tahun 1998). Bank sebagai salah satu unsur dari sistem perbankan mempunyai peranan ekonomi, yaitu sebagai pihak yang memberikan kredit (kreditur) kepada pihak yang membutuhkan (debitur) sesuai dengan kebutuhannya. Penyaluran kredit merupakan kegiatan usaha yang mendominasi pengalokasian dana bank, yaitu mencapai 70%-80% dari volume usaha bank.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/4/PBI/2005 tanggal 20 Januari 2005 tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Aktivitas Sekuritisasi Aset Bagi Bank Umum disebutkan bahwa kelangsungan usaha bank tergantung pada kemampuan dan efektifitas bank dalam mengelola risiko kredit. Sekuritisasi aset merupakan alternatif cara mitigasi risiko kredit. Penyelenggaraan sekuritisasi aset kredit bank di samping perlu memperhatikan dan memenuhi prinsip kehati-hatian dalam rangka menghindari bank dari kemungkinan menghadapi risiko yang lebih besar juga perlu didukung dengan administrasi kredit yang baik.

Kebutuhan masyarakat akan perumahan yang terus meningkat perlu didukung pasokan pembiayaan yang sustainable. Sehubungan dengan hal tersebut, sekuritisasi kredit pemilikan rumah merupakan alternatif dalam rangka mendukung kesinambungan pasokan pembiayaan perumahan. Dalam rangka mendukung efektifitas dan efisiensi penyelenggaraan sekuritisasi kredit pemilikan rumah sekaligus mendukung pengembangan pasar sekunder kredit pemilikan rumah yang sehat serta tetap memperhatikan aspek transparansi dan perlindungan nasabah debitur kredit pemilikan rumah, perlu dilakukan pembakuan proses administrasi kredit pemilikan rumah yang dicakup pada Standard Operating Procedure Administrasi Kredit Pemilikan Rumah Dalam Rangka Sekuritisasi (SOP KPR).

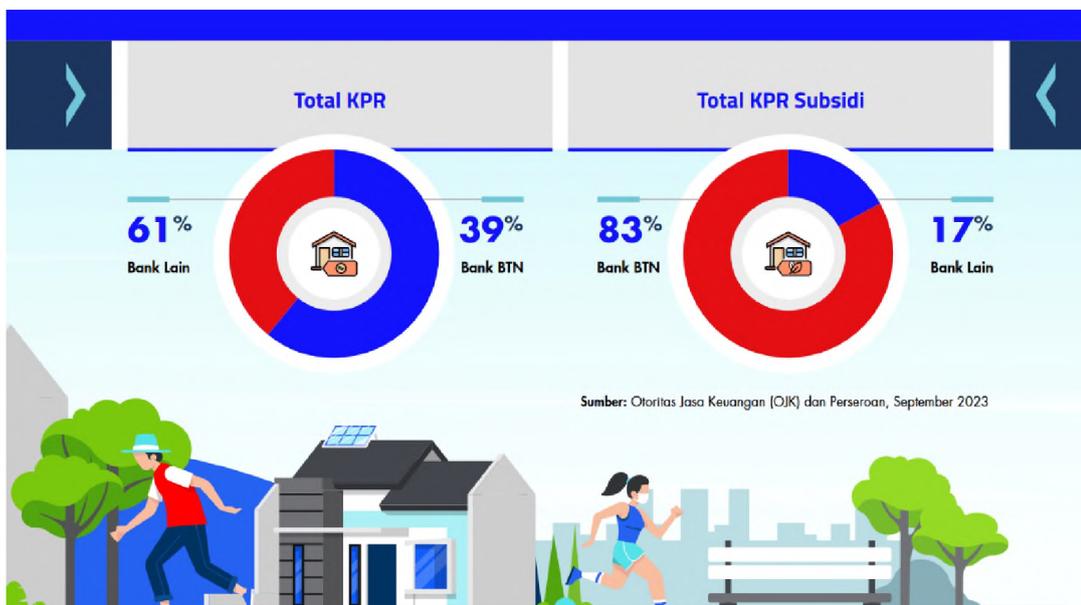
Bank Indonesia memberikan perhatian yang besar terhadap aktivitas perbankan dalam menyalurkan KPR. Penyaluran KPR penting untuk senantiasa memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam rangka mendukung mitigasi risiko kredit melalui sekuritisasi. Penyelenggaraan administrasi KPR yang baik akan membantu bank untuk melakukan sekuritisasi KPR dengan lebih efisien. Dengan demikian, dasar hukum Pedoman Penyusunan SOP KPR adalah :

1. Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/4/PBI/2005 tanggal 20 Januari 2005 tentang Prinsip Kehati-Hatian Dalam Aktivitas Sekuritisasi Aset Bagi Bank Umum.
2. Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tanggal 20 Januari 2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah kredit konsumsi untuk kepemilikan rumah tinggal berupa rumah tapak atau rumah susun atau apartemen (tidak termasuk rumah kantor dan rumah toko) dengan agunan berupa rumah tinggal yang diberikan bank kepada debitur perorangan dengan jumlah maksimum pinjaman yang ditetapkan berdasarkan nilai agunan. Peranan bank dalam bekerja sama dengan pemerintah untuk mengatasi masalah pemukiman adalah sebagai pihak yang memberikan Kredit Pemilikan Rumah (KPR), di mana bank yang memberikan kredit perumahan disebut juga mortgage bank, dan di Indonesia mortgage bank dapat disamakan dengan fungsi Bank Tabungan Negara (BTN) pada saat ini. Dalam sejarah perumahan khususnya mengenai kredit perumahan.

Bank BTN merupakan bank pelopor dan pencetus KPR, yang dibuktikan dengan realisasi KPR pertama kali di Indonesia oleh Bank BTN di Semarang pada 10 Juli 1976. Istilah KPR di Indonesia pertama kali juga diperkenalkan oleh Bank BTN, Bank Tabungan Negara merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di sektor perbankan. Tujuan didirikan bank ini adalah untuk mendukung pembiayaan di bidang jasa layanan keuangan keluarga dan perumahan melalui tiga produk utama, yakni bisnis, perbankan perseorangan dan Syariah. Bank Bank Tabungan Negara sudah berdiri sejak tahun 1897 di Batavia dan di awal pembentukannya, Bank Tabungan Negara menggunakan nama Postspaarkbank. Tahun 1963 Postspaarkbank berganti nama menjadi Bank Tabungan Pos, kemudian berganti nama lagi menjadi Bank Tabungan Negara sampai sekarang. Seiring waktu, status Bank Tabungan Negara ditetapkan sebagai PT Bank Tabungan Negara (Persero) karena sukses dalam program perumahan melalui

fasilitas KPR (Kredit Pemilikan Rumah). Kesuksesan Bank Tabungan Negara dalam program Kredit Pemilikan Rumah Bank Tabungan Negara membuat status mereka berubah dari bank konvensional menjadi Bank Devisa. Dengan status tersebut cakupan layanan Bank Tabungan Negara lebih luas. Salah satu program yang paling terkenal adalah Kredit Pemilikan Rumah Bank Tabungan Negara. Kredit Pemilikan Rumah Bank Tabungan Negara merupakan produk kredit rumah yang dibuat oleh bank pemerintah ini untuk keperluan pembelian rumah. Produk Kredit kepemilikan rumah yang ditawarkan oleh Bank Tabungan Negara sangat kompetitif jika dibandingkan dengan produk dari bank lain. Bank BTN merupakan bank yang menangani KPR dengan pangsa pasar masyarakat menengah ke bawah, dengan menguasai 82,99% pangsa pasar rumah sederhana yang ada sehingga nama Bank BTN sering diidentikkan dengan hal KPR. (Laporan Tahunan BTN, 2022)



Gambar 1. 3 Market Share KPR BTN Tahun 2023

Sumber : Laporan Tahunan 2023 PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

Sebagai Bank yang fokus pada Perumahan, Bank Tabungan Negara memiliki posisi strategis pada ekosistem perumahan nasional terutama pada segmen Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Penyaluran Kredit Pemilikan Rumah Bank Tabungan Negara sangat membantu masyarakat Indonesia dalam memiliki hunian layak dan terjangkau. Selain itu, Kredit Pemilikan Rumah Bank Tabungan Negara juga mampu mendukung terwujudnya ekosistem perumahan Indonesia yang baik dan stabil sehingga mampu menjaga stabilitas perekonomian nasional serta mendukung program perumahan, sehingga mampu menjangkau lebih banyak masyarakat khususnya masyarakat berpenghasilan rendah (MBR). Mendengar kata KPR, sebagian besar masyarakat akan tertuju pada Bank BTN, karena *image* dari KPR telah melekat kuat dimiliki oleh Bank BTN.

Bank BTN konsisten pada bisnis inti (Core Business) dalam pembiayaan perumahan sesuai dengan visi Bank BTN sendiri yang ingin menjadi Bank termuka dalam pembiayaan. Bank BTN lebih dikenal dengan produk KPR atau pembiayaan rumah tinggal. Dimana pasar yang sangat luas ini menjadi kesempatan emas bagi bank yang telah terkenal dengan program KPR.. BTN lebih menekankan pada pembelian tempat tinggal atau rumah kerana rumah merupakan salah satu dari kebutuhan primer yang mempunyai sifat harus dimiliki setiap orang. Adanya produk yang ditawarkan semacam KPR BTN Subsidi atau bisa memilih KPR BTN Non Subsidi. KPR BTN Subsidi yaitu kredit kepemilikan rumah program kerja sama dengan kementerian pekerjaan umum dan perumahan rakyat dengan suku bunga rendah, cicilan ringan dan tetap sepanjang jangka waktu kredit, terdiri atas KPR untuk pembelian rumah tapak dan rumah susun,

sedangkan KPR BTN Non subsidi yaitu kredit pemilikan rumah dari Bank BTN untuk keperluan pembelian rumah dari Developer atau Non Developer, baik untuk pembelian rumah baru atau second, pembelian rumah belum jadi (Indent) maupun Take Over kredit dari Bank lain. dan pemerintah mengharapkan tingkat kemiskinan indonesia semakin ditekan.

Merek dapat memberikan keunggulan-keunggulan, diantaranya adalah merek yang kuat dapat memberikan citra atau kesan yang kuat bagi para konsumen, sehingga tercipta suatu kesan terhadap merek tertentu. Citra merek adalah cara konsumen benar-benar merasakan ekspresi visual atau verbal dari suatu yang mengarah pada asosiasi psikologis atau emosional yang diinginkan oleh merek yang ingin dipertahankan oleh merek di benak konsumen. Pengetahuan merek terdiri dari semua pikiran, perasaan, citra, pengalaman, keyakinan, dan sebagainya yang diasosiasikan dengan merek. Secara khusus, merek harus menciptakan asosiasi merek yang kuat, menguntungkan dan unik yang kuat, menguntungkan dan unik dengan pelanggan. (Kotler & Keller, 2016).

Selain citra merek, kualitas layanan juga sangat penting dalam keputusan pembelian rumah. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini adalah aspek penting dari keputusan pembelian. Kualitas layanan yang tinggi menyiratkan bahwa suatu layanan dapat diandalkan, responsif, dan memenuhi atau melampaui kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah aktifitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah organisasi kepada pihak lain yang biasanya

tidak konkret dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.
(Kotler & Keller, 2016)

Tabel 1. 2 Jumlah Aplikasi dan Realisasi KPR BTN Bungo

| Tahun | Jumlah Aplikasi | Realisasi KPR |
|-------|-----------------|---------------|
| 2020 | 333 | 217 |
| 2021 | 573 | 344 |
| 2022 | 356 | 280 |
| 2023 | 611 | 457 |

Sumber : Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bungo

Seiring pertambahan penduduk di Kabupaten Bungo berdampak dengan meningkatnya permohonan aplikasi pengajuan kredit kepemilikan rumah pada Bank Tabungan Ngera di Kabupaten Bungo, terlihat dari kolom diatas jumlah pengajuan KPR dari tahun 2020 sebanyak 333 aplikasi menjadi 611 aplikasi pada tahun 2023.

Perkembangan di era globalisasi dan informasi saat ini mendorong gaya hidup masyarakat yang berdampak pada perubahan struktur pasar konsumen. Perubahan gaya hidup, pergeseran kebutuhan konsumen, tentu tidak bisa dibendung sejalan dengan kenaikan daya beli mereka, yang disertai ketersediaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Konsumen saat ini hidup dengan berbagai macam kebutuhan dan produsen akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam upaya untuk memenangkan pasar, produsen dituntut untuk memahami perilaku konsumen. Salah satu faktor yang banyak mempengaruhi perilaku konsumen saat ini adalah gaya hidup.

Gaya hidup merupakan salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Jika diartikan, gaya hidup merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. (Kotler & Keller, 2016) Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang dan menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Pendorong utama utama dari industri ini adalah peningkatan pendapatan per kapita, perubahan gaya hidup, belanja konsumen, aktivitas perumahan, dan urbanisasi. Karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian termasuk usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan dan pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai-nilai. (Kotler & Keller, 2016). Dalam memenuhi gaya hidup kebutuhan primer yaitu rumah Masyarakat membutuhkan kredit dalam proses kepemilikan rumah.

Perubahan pola gaya hidup generasi muda saat ini yang cenderung konsumtif sebagai dampak dari pengaruh aktivitas sosial media telah mengakibatkan para milenial seringkali merasa kesulitan dalam membeli rumah pertama. Kecenderungan milenial yang lebih mementingkan pada pemenuhan gaya hidup seperti pakaian, makanan dan minuman, traveling, dan aktivitas seputar hobi membuat rencana membeli rumah seringkali dikesampingkan. Akibatnya mereka tidak merasa bahwa semakin hari umur terus menua namun

masih tinggal bersama orang tua, atau pindah dari satu kontrakan ke kontrakan lainnya dan tidak kunjung memiliki rumah

Brand image atau citra perusahaan juga turut mempengaruhi aspek keputusan pembelian. Hal tersebut diperkuat dengan teori yang menyatakan bahwa citra merek dapat menjadi indikator dari keputusan pembelian dan niat berperilaku (Dash, Kiefer dan Paul, 2021). Oleh karena itu, semakin positif citra merek dari sebuah perusahaan maka secara tidak langsung juga akan meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Citra merek nyatanya juga turut mempengaruhi kepercayaan dari pelanggan, dimana citra merek tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan kredibilitas dari merk (Jung, Kim dan Kim, 2020). Dalam jurnal “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Starbucks Di Senayan City (Albert Budiyanto, 2019) menunjukkan hasil penelitian variabel Citra Merek dan Kualitas Layanan secara bersama-sama ada pengaruh terhadap Proses Keputusan Pembelian, ada pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Keputusan Pembelian dan ada pengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap Proses Keputusan Pembelian. Dalam penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya), hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas tas impor. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk tas impor. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian. Gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui persepsi kualitas menghasilkan hubungan yang positif dan signifikan serta dapat digolongkan sebagai mediasi parsial, dimana persepsi kualitas bukan hanya variabel yang dapat memediasi hubungan gaya hidup dengan keputusan pembelian. (Kartikasari, Yuliana : 2020).

Tabel 1. 3 Nama Perumahan dan Developer pada BTN Kabupaten Bungo

| No | Developer | Nama Perumahan |
|----|--------------------------------------|---------------------------|
| 1 | PT Asa Jaya Building | Aksana Raya |
| 2 | PT Bungo Bathin Damai | Taman Cendana |
| 3 | PT Chynta Azzurah Sejahtera | SKB Residence |
| 4 | PT Cipta Jaya Ewisa | Bungo Cipta Graha 5 |
| 5 | PT Citra Nae Zidni | Griya Barokah |
| 6 | PT Graha Pratama Gemilang | Puri Raflecia Residence 4 |
| 7 | PT Griya Mulya Lestari | Griya Daksinapati Asri |
| 8 | PT Jaya Bakti Permata Sari | Purwobakti Indah Duo |
| 9 | PT Karya Abadi Wiguna | Bungo Persada Indah 3 |
| 10 | PT Ilham Jaya Sentosa | Elmas City Residence |
| 11 | PT Wijoyo Oridina Properti | Bungo City Residence |
| 12 | PT Wijoyo Oridina Properti | Bungo City Residence 2 |
| 13 | PT Wijoyo Oridina Properti | Bungo City Residence 3 |
| 14 | PT Anugerah Rezeki Bersaudara Madani | Bungo Dani Residence 3 |
| 15 | PT Arah Bangun Prestasi Mandiri | Puri Indah Marsawa |
| 16 | PT Arah Bangun Prestasi Mandiri | Puri Indah Sepakat |
| 17 | PT Bangun Tiga Artha | Pondok Siginjai Sari |
| 18 | PT Berkah Cipta Perkasa | Aziziyah Residence |
| 19 | PT Berkah Cipta Perkasa | Al Madinah 2 |
| 20 | PT Berkah Cipta Perkasa | Zam Zam Residence |

| | | |
|----|--------------------------------|-------------------------|
| 21 | PT Bungo Graha Indah | Graha Nusa Indah |
| 22 | PT Cahaya Bintang Fendra | Barcelona |
| 23 | PT Candika Capital Propertindo | Candika Asri |
| 24 | PT Group Cahaya Abadi | Family Residence |
| 25 | PT Harmoni Visi Tama | Griya Sartika Asri |
| 26 | PT Khasbuna Multi Utama | Permata Residence 5 |
| 27 | PT Khoviz Lanskap Properti | Pessona Bungo Residence |
| 28 | PT Lidya Jaya Abadi | Bungo Griya Abadi |
| 29 | PT Marga Mulya Indah Asri | Mulia Indah Asri 2 |
| 30 | PT Mitra Harapan Kentjana | Graha Bungo Kentjana |
| 31 | PT Mitra Sentosa Mandiri | Villa Adeva |
| 32 | PT Mitra Sentosa Mandiri | Sentosa Residence |
| 33 | PT Petra Cipta Utama | Green Petra 2 |
| 34 | PT Sinar Penyelamat Umat | Al Kautsar Residence 5 |
| 35 | PT Sinar Penyelamat Umat | Al Kautsar Residence 6 |
| 36 | PT Sinar Penyelamat Umat | Al Kautsar Residence 7 |

Sumber : Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bungo

Dari data tabel diatas menunjukkan banyak pilihan perumahan dan developer yang sudah bekerja sama dengan Bank BTN Kabupaten Bungo, sebagai salah satu kabupaten terbesar dan berkembang, kabupaten Bungo menjadi salah satu alasan untuk banyak masyarakat menetap dan mengajukan kredit kepemilikan rumah. Berdasarkan isu dan fenomena yang telah dijelaskan di latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini penulis ingin membahas dan mempelajari secara mendalam mengenai **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Kredit Pemilikan Rumah Yang Dimoderasi Gaya Hidup Pada Bank Tabungan Negara Di Kabupaten Bungo”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah di Bank Tabungan Negara Bungo?
2. Bagaimana Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah di Bank Tabungan Negara Bungo?
3. Bagaimana Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah di Bank Tabungan Negara Bungo?
4. Bagaimana Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah yang dimoderasi Gaya Hidup di Bank Tabungan Negara Bungo?
5. Bagaimana Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah yang dimoderasi Gaya Hidup di Bank Tabungan Negara Bungo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa seberapa pengaruh Citra Merek terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah di Bank Tabungan Negara Bungo?
2. Untuk menganalisa seberapa pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah di Bank Tabungan Negara Bungo?

3. Untuk menganalisa pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah di Bank Tabungan Negara Bungo?
4. Untuk menganalisa pengaruh Citra Merek terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah yang dimoderasi Gaya Hidup di Bank Tabungan Negara Bungo
5. Untuk menganalisa pengaruh Layanan terhadap keputusan nasabah untuk kredit kepemilikan rumah yang dimoderasi Gaya Hidup di Bank Tabungan Negara Bungo

1.3 Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi pada literatur akademis terkait manajemen pemasaran, layanan keuangan, dan perilaku konsumen dengan memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan kredit kepemilikan rumah.
2. Memberikan wawasan praktis kepada industri keuangan, khususnya Bank Tabungan Negara, untuk meningkatkan strategi pemasaran, pengelolaan brand, dan peningkatan kualitas layanan agar dapat lebih baik memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.
3. Membantu Bank Tabungan Negara untuk meningkatkan daya saingnya dengan memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi nasabah, sehingga dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan harapan mereka.