

Religiusitas, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Minat Generasi Milenial dalam Pengambilan KPR Syariah di Kabupaten Kudus

Tika Isna Febriyanti¹, Agep Rumanto²

IAIN Kudus¹, IAIN Kudus²

Email: tikaisna21@gmail.com¹, agep@iainkudus.ac.id²

Abstract

This research aims to determine the influence of religiosity, facilities, and location on the interest of millennial people in taking out sharia KPR in Kudus Regency. The population in this research is all millennial people in the Kudus Regency. The sample used in this research was 100 respondents. The method used in this research is a quantitative research method. This research variable uses two variables, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are religiosity, facilities, and location, while the dependent variable is millennials' interest in taking out KPR in Kudus Regency. This research uses primary data from questionnaires and is analyzed using the SPSS 26 application. The results of this research show that the religiosity variable has no positive and insignificant effect on millennial people's interest in taking out Sharia KPR. Meanwhile, the facilities and location variables have a positive and significant effect on the interest of millennial people in taking out Sharia KPR in Kudus Regency.

Keywords: Interest; Religiosity; Facility; Location.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh religiusitas, fasilitas, dan lokasi terhadap minat masyarakat milenial dalam pengambilan KPR Kabupaten Kudus. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat milenial di Kabupaten Kudus. Adapun sampel yang digunakan penelitian ini adalah 100 Responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel Independen dan variabel dependen. Untuk variabel independen pada penelitian ini adalah religiusitas, fasilitas, dan lokasi, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah minat masyarakat milenial dalam pengambilan KPR di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari kuesioner dan dianalisis dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Religiusitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat milenial dalam pengambilan KPR Syariah. Sedangkan variabel Fasilitas dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat milenial dalam pengambilan KPR Syariah di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci: Minat; Religiusitas; Fasilitas; Lokasi.

PENDAHULUAN

Rumah atau hunian merupakan kebutuhan utama bagi manusia setelah kebutuhan pangan dan sandang, kebutuhan pangan dan sandang

masih mudah dijangkau untuk memenuhi kebutuhan hidup serta dengan harga yang masih bervariasi untuk kalangan masyarakat (Waluya, Arifin, Yasid, & Ritonga, 2022). Generasi millennial Menurut BPS adalah penduduk yang lahir dari tahun 1981 sampai dengan tahun 1996, dan untuk generasi Z lahir dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2012.

Hal yang dapat menarik nasabah dalam perumahan tidak hanya mencakup fisik bangunan rumah, melainkan dengan adanya fasilitas yang mendukung baik fasilitas dalam rumah maupun diluar rumah, pendukung fasilitas dan aksesibilitas yang ada, yaitu seperti sarana jalan, jaringan listrik & telephone, serta saluran air limbah. Nasabah akan mempertimbangkan faktor lain seperti lokasi, lokasi merupakan salah satu fasilitas khusus yang mengacu pada sosial masyarakat dan menjadi salah satu pertimbangan bagi nasabah, lokasi strategis seperti lokasi yang aman, nyaman, sehat, teratur, dan memiliki jarak yang terjangkau, maka akan menjadi pendorong bagi nasabah untuk memilih kredit kepemilikan rumah (Azizah, 2019). KPR Syariah menjadi jalan alternatif untuk pembiayaan kepemilikan Rumah bagi masyarakat terutama masyarakat muslim yang ingin mengajukan kredit kepemilikan rumah tanpa bunga.

KAJIAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior adalah teori yang berawal dari *Theory of Reasoned Action* yang di ciptakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1975. Teori ini memproyeksikan bahwa perilaku pada seseorang tidak hanya dikendalikan secara individu, tetapi perlu dikontrol dengan adanya sumber daya, keterampilan, dan kesempatan, jadi perlu menambahkan konsep control perilaku (*perceived behavioral control*) yang memberi pemahaman akan mempengaruhi niat dan perilaku (Sodik, Nur Zaida, & Zulmiati, 2022). Pada TPB memiliki sikap penggunaan pada perilaku yang mempengaruhi minat, dan selanjutnya menambahkan variabel tambahan persepsi kontrol perilaku, yang dimana akan mempengaruhi perilaku terhadap minat penggunaan.

Minat

Menurut Percy dan Rosister (1992) menjelaskan bahwa minat membeli adalah sebuah ajaran dalam diri nasabah guna melakukan pembelian pada suatu produk, merencanakan, merekomendasikan, memilih, serta melakukan keputusan untuk membeli produk. (Andespa, 2017). Beberapa indikator yang menjadi tolak ukur dalam peningkatan minat, antara lain (Maharani, 2020):

1. Ketertarikan
2. Keinginan
3. Keyakinan

Beberapa aspek yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan dari dalam individu
2. Faktor sosial
3. Faktor perasaan atau emosional.

Religiusitas

Religiusitas merupakan suatu keadaan, sikap, perilaku yang dalam diri manusia dengan meyakini, mentaati aturan, dan menghayati nilai-nilai, ajaran yang ada pada agama, dengan tujuan untuk mencapai titik kebahagiaan di dunia maupun akhirat. Religiusitas dalam Islam, merupakan alat untuk mendapatkan keridhaan kepada Allah. Lebih lanjut, lima dimensi religiusitas yaitu:

1. Dimensi keyakinan (ideologi)
Dimensi keyakinan menunjukkan bagaimana seorang muslim dapat menerima atau mengakui akan keyakinan terhadap kebenaran pada agamanya.
2. Dimensi praktik
Dimensi praktik menunjukkan perilaku seseorang dalam pemujaan, ketaatan, dan menunjukkan komitmen terhadap agamanya.
3. Dimensi pengalaman
Dimensi pengalaman menunjukkan akan pengalaman-pengalaman yang bertepatan pada seseorang dalam mengalami perasaan serta pengalaman religius seperti sering merasakan bahwa doanya dikabulkan, merasakan kedekatan dengan Allah SWT. (Muhammad Nasrullah, 2020)
4. Dimensi pengetahuan agama
Dimensi pengetahuan agama menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki agama mempunyai beberapa pengetahuan agama terutama dasarnya seperti keyakinan, kitab suci, dan tradisi-tradisi.
5. Dimensi pengamalan
Dimensi pengamalan menunjukkan tingkatan seseorang dimotivasi oleh ajaran agama, yaitu cara seseorang menjalin hubungan erat dengan dunia terutama pada orang lain dari hari ke hari.

Ancok (2005) kehidupan manusia didalam religiusitas memiliki 2 fungsi dalam kehidupan manusia dalam beragama, antara lain fungsi kesosialan dan fungsi personal. Fungsi personal merupakan kehidupan seorang individu dengan sistem penilaian berisikan beberapa aturan tertentu. Aturan-aturan tersebut menjadikan tujuan agar bersikap serta memiliki tingkah laku yang sesuai dan sudah diatur dalam agama.

Fasilitas Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)

Fasilitas merupakan segala suatu sarana yang digunakan dengan tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan perusahaan, segala sesuatu yang memberikan kemudahan bagi konsumen pada perusahaan bagian jasa atau barang, fasilitas tersedia seperti, keadaan, perlengkapan,

kontruksi, dan kebersihan, fasilitas tersebut perlu diperhatikan karena memiliki keterkaitan yang kuat oleh perasaan yang akan diharapkan oleh konsumen (Yuriansyah, 2013).

Fasilitas dalam perusahaan jasa perbankan seperti Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) yaitu produk dalam perbankan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah dalam bentuk tanah beserta bangunannya. Fasilitas KPR juga terbentuk karena kebutuhan tempat tinggal yang tinggi, tetapi kemampuan daya beli masyarakat masih rendah. Sebelum menyalurkan kredit, bank melakukan analisis kelayakan yang sesuai dengan prinsip perbankan.

Beberapa macam jasa memiliki faktor faktor yang mempengaruhi fasilitas jasa akan terbentuk dalam hubungan antar pelanggan dengan fasilitas yang memiliki pengaruh pada kualitas jasa tersebut, yaitu:

1. Ketersediaan tanah dan kebutuhan tempat.
2. Kemampuan.
3. Faktor keindahan.
4. Masyarakat dan Lingkungan sekitar

Menurut Tjiptono, indikator fasilitas mencakup antara lain (Muhtarom, Syairozi, & Yonita, 2022):

1. Proses perencanaan spasial seperti yang berkaitan dengan jarak, lokasi, serta bentuk ukuran
2. Perencanaan ruangan, perencanaan ruang berkaitan dengan interior dan arsitek untuk menata atau mengatur penempatan seperti perabotan dan perlengkapan lainnya
3. Instruksi secara grafis, meliputi penampilan, penentuan bentuk, memilih warna, serta tata pencahayaan

Lokasi

Menurut Nugroho dan Paramitha (2009) lokasi yang baik akan menjamin ketersediaan akses yang cepat, sehingga akan menarik konsumen lebih besar. Lokasi dalam perbankan merupakan tempat keadaan bank yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan KPR terutama pada Lokasi perumahan yang akan dijadikan tempat tinggal konsumen (Sofiyanto, Fathoni, & Haryono, 2016).

Menurut Binarto, aspek aspek yang mempengaruhi pada tempat tinggal, antara lain: (Kalesaran, 2013)

1. Aspek tipologi merupakan pengelompokan berdasarkan jenis atau tipe, mencakup tata letak, batas, dan luas permukaan tanah yang akan dijadikan rumah/hunian.
2. Aspek biotik Merupakan pengelompokan dalam jenis makhluk hidup, aspek ini menjadi contoh salah satu aspek non fisik.
3. Aspek abiotik. Aspek abiotik meliputi aspek fisik seperti prasarana, menjadi dasar dalam permukiman yang memiliki fungsi sebagai operasional permukiman berupa sistem alami maupun buatan.

Peneliti mengambil beberapa indikator lokasi yang sesuai dengan penelitian, antara lain:

1. Ketersediaan akses menuju pusat pelayanan
2. Lokasi strategis
3. Kelancaran akses jalan
4. Lokasi yang tidak bising dari polusi udara maupun suara

Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)

Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) sering digunakan untuk pembelian rumah serta Kebutuhan konsumen lainnya adalah bentuk rumah serta produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah dan konvensional. Menurut OJK, KPR Syariah adalah pembiayaan kepemilikan rumah dalam bentuk pembiayaan jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek untuk membiayai pembelian rumah sesuai aturan akad Murabahah dan akad lainnya (Ahmad & Sulistiana, 2021).

KPR Syariah menjadi salah satu produk pembiayaan kepemilikan Rumah yang diminati masyarakat terutama masyarakat muslim yang ingin mengajukan kredit kepemilikan rumah tanpa bunga. Adapun beberapa karakteristik pada KPR syariah menurut (Yahya, 2016) yaitu:

1. Jangka waktu pembiayaan
Jangka waktu pembiayaan merupakan waktu untuk pengembalian dana pembiayaan disertai bagi hasil dari awal pencairan dana sampai jatuh tempo pelunasan. Bagi nasabah, dengan memilih jangka waktu yang lama akan meringankan dalam pelunasannya.
2. Margin tetap
Margin dalam KPR merupakan keuntungan bagi nasabah dengan bank yang sudah disepakati dalam perjanjian atas pembiayaan menggunakan akad jual beli, margin dalam pembiayaan bersifat tetap artinya tidak akan berubah dalam jangka waktu lama.

Manfaat KPR sebagai berikut:

1. Pelunasan pembiayaan dapat dilakukan dengan jangka panjang, sesuai dengan kemampuan nasabah.
2. Nasabah tidak perlu menyiapkan dana yang besar dalam pembelian pembiayaan rumah, karena pelunasan dapat dilakukan dengan cara diangsur, jadi hanya menyiapkan dana awal untuk uang muka.
3. Harga rumah yang terus meningkat
4. Dokumen surat surat kepemilikan rumah seperti Surat Hak Milik, akta legalitas kepemilikan rumah, dll akan lebih terjamin.

Sementara indikator KPR menurut penelitian (Yahya, 2016) yaitu:

1. Mengetahui perhitungan Margin tetap KPR Syariah
2. Kesesuaian akad dengan prinsip syariah
3. Jangka waktu pembiayaan yang sesuai
4. Adanya fasilitas KPR yang mudah
5. Jumlah angsuran yang sudah pasti

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian kuantitatif yang dipakai oleh peneliti. Penelitian kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 92 orang dan Teknik pengambilan sampel ini dengan menggunakan rumus Lemeshow, untuk menghitung jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, atau memiliki jumlah populasi tidak terbatas. Adapun Sampel yang digunakan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Responden berupa seluruh masyarakat generasi milenial yaitu yang berumur 26-45 tahun pada tahun 2024
2. Respondennya adalah masyarakat generasi milenial yang berada di wilayah kabupaten Kudus

Penelitian menggunakan analisis deskriptif, analisis kuantitatif, dan analisis regresi berganda. Uji normalitas dan uji asumsi klasik digunakan untuk analisis kuantitatif, dan uji signifikansi simultan (uji f) digunakan untuk analisis regresi berganda. Koefisien determinasi dan uji signifikansi dilakukan parameter individu (uji-t).

PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas menggunakan uji Statistik *One Sample Kolmogorof-Smirnov*, adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1
Uji Normalitas

Nilai Signifikansi	α
0,163	0,05

Sumber : Data diolah dari SPSS, 2024

Dilihat pada Tabel 1, uji normalitas menggunakan *Kolmogorof-Smirnov* dengan nilai signifikansi 0,163 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Multikolinieritas

Variable	Nilai Tolerance	Nilai VIF
Religiusitas (X1)	0,243	4,123
Fasilitas (X2)	0,206	4,863
Lokasi (X3)	0,338	2,960

Sumber : Data diolah dari SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai-nilai toleransi setiap variabel > 0,10 dan VIF < 10 sehingga diartikan tidak memiliki kejadian multikolinearitas antar variabel tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas, digunakan untuk menguji apakah nilai regresi menyimpang dari sisa observasi pada model regresi liniesr ke observasi lainnya. Dalam uji ini, pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai signifikan > alpha (α) yaitu 0,05, maka tidak ada gejala penyimpangan heterokedastisitas. Jika sebaliknya, nilai signifikansi kurang dari alpha (α) maka, terjadi penyimpangan heterokedastisitas.

Hasil dari uji Heterokedastisitas dengan menggunakan metode *Glejser* diperoleh variabel religiusitas (X1) 0,993, variabel fasilitas (X2) 0,790, dan variabel lokasi (X3) 0,407, yang > 0,05. dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Heterokedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi dipakai sebagai analisis data multivariate serta menentukan nilai variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Nilai Koefisien dan Konstanta dari Regresi

Nilai Konstanta	Variabel	Nilai Koefisien
	Religiusitas (X1)	0,098
0,896	Fasilitas (X2)	0,401
	Lokasi (X3)	0,420

Sumber : Data diolah dari SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu : $Y = 0,896 + 0,098REL + 0,401FAS + 0,420LOK$

1. Nilai konstanta sebesar 0,896 maka mempunyai arti bahwa minat Masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah nilainya 0,896 satuan.
2. Koefisien dari variabel religiusitas sebesar 0,098, menunjukkan pengaruh positif terhadap minat masyarakat milenial dalam variabel religiusitas, dapat diartikan apabila ada kenaikan 1 variabel Religiusitas dapat mempengaruhi minat generasi milenial sebanyak 9,8%.
3. Koefisien dari variabel fasilitas 0,401, menunjukkan bahwa variabel Fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat milenial dapat diartikan apabila ada kenaikan 1 variabel Fasilitasdapat mempengaruhi minat generasi milenial sebanyak 40,1%.
4. Koefisien nilai regresi variabel lokasi 0,420, menunjukkan dalam variabel lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat

milenial dapat diartikan apabila ada kenaikan 1 variabel Lokasi dapat mempengaruhi minat generasi milenial sebanyak 42%.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Penelitian ini uji t difungsikan sebagai alat ukur besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam uji t Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berikut hasil dari Uji t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, yaitu:

Tabel 4
Hasil Uji t

Variabel	Sig.	Nilai signifikan
Religiusitas	0,357	0,05
Fasilitas	0,000	0,05
Lokasi	0,000	0,05

Sumber : Data diolah dari SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4, dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Hasil variabel religiusitas (X_1) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,357 atau sig. $> 0,05$, H_1 ditolak. Jadi keseluruhan variabel religiusitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah (Y).

b. Hipotesis 2

Nilai signifikansi yang dihasilkan dari variabel fasilitas (X_2) adalah 0,000 yaitu sig. $< 0,05$ maka H_1 diterima. Jadi keseluruhan variabel fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah (Y).

c. Hipotesis 3

Nilai signifikansi yang dihasilkan variabel lokasi (X_3) sebesar 0,000 atau sig. $< 0,05$ maka H_1 diterima. Secara keseluruhan variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah (Y).

2. Uji Determinasi (R^2)

Berikut hasil uji koefisien determinasi yang dijelaskan pada Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	.867 ^a	.752	.745	1.49880

Sumber : Data diolah dari SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 5, diketahui R square sebesar 0,752 atau 75,2%, maka kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh variabel Religiusitas, Fasilitas, dan Lokasi terhadap minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah. Serta sisa 24,8 % dijelaskan dalam variabel lainnya.

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Milenial dalam Pengambilan KPR Syariah

Karena nilai koefisiennya bernilai positif maka memiliki hubungan positif dalam faktor Religiusitas. Apabila hasil dari uji statistik parsial, diperoleh t_{hitung} 0,926 dan t_{tabel} 1,985 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak. Secara keseluruhan variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat generasi milenial dalam mengambil KPR Syariah.

Penelitian yang dibuat oleh Lady Ragia Alfa, dkk (Alfa et al., 2024) bahwa faktor yang diteliti meliputi religiusitas dan pengetahuan. Dalam penelitian tersebut, bahwa religiusitas merupakan variabel yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Masyarakat Milenial dalam Pengambilan KPR Syariah

Karena nilai koefisiennya positif, maka terdapat hubungan positif antara koefisien Fasilitas dengan minat masyarakat milenial dalam pengambilan KPR Syariah. Hasil uji statistik parsial menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,602 dan t_{tabel} sebesar 1,985 maka H_1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara keseluruhan variabel Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah.

Penelitian yang dibuat oleh Luluk Nur Azizah (Azizah, 2019) yang menyatakan bahwa faktor yang diteliti meliputi, harga, pendapatan, lokasi, dan fasilitas. Dalam penelitian tersebut bahwa fasilitas merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan rumah di perumahan Tambora.

Pengaruh Lokasi terhadap Minat Masyarakat Milenial dalam Pengambilan KPR Syariah

Karena Nilai positif pada koefisien, faktor Lokasi dengan minat masyarakat milenial dalam pengambilan KPR Syariah terdapat hubungan yang positif. Hasil uji statistik parsial diperoleh t_{hitung} 4,890 dan t_{tabel} 1,985 maka H_1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara keseluruhan variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat generasi milenial dalam mengambil KPR Syariah.

Penelitian yang dibuat oleh Mutiah Khaira Sihotang (Sihotang, 2018) bahwa faktor yang diteliti meliputi fasilitas, lokasi, dan pendapatan. Hasil

dari penelitian tersebut bahwa faktor lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan perumahan syariah di kota Medan

KESIMPULAN

Salah satu variabel yang tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah yaitu variabel religiusitas. Hal ini menunjukkan variabel religiusitas tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah. Variabel fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat milenial dalam mengambil KPR Syariah. Jadi, dalam hal ini dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat fasilitas dan lokasi, maka dapat meningkatkan minat masyarakat milenial terhadap pengambilan KPR Syariah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran bagi penulis selanjutnya, sebaiknya hasil penelitian ini dikembangkan lebih mendalam dengan mempelajari faktor lainnya yang mempengaruhi minat masyarakat milenial jadi untuk mengoptimalkan hasil penelitian tersebut. Pada saat proses pengumpulan sampel dapat mengumpulkan lebih banyak agar memiliki data untuk penelitian yang lebih akurat. Sampel dengan agama yang beragam atau menyasar agama selain Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, L., & Sulistiana, T. (2021). Analisis Uang Muka dalam Akad Murabahah pada Kredit Pemilikan Rumah (Studi pada BNI Syariah KCP Jababekah Cikarang Bekasi). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(1), 55-64. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i01.177>
- Alfa, L. R., Tarmizi, A., Mutia, A., Diwantara, V., Islam, U., Sulthan, N., & Saifuddin, T. (2024). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Properti pada PT. Griya Permata Kencana Jambi. *JRIME : Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi* 2(1).
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Azizah, L. N. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Subsidi (Studi Kasus Perumahan Planet Green Tambora Lamongan). *Media Mahardika*, 17(3), 444-450.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.702>
- Muhammad Nasrullah. (2020). Islamic Branding, Religiusitas, dan Keputusan Konsumen terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)* 13(July), 1-23.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun

- Kuliner Canditanggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391-402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Sihotang, M. K. (2018). Pengaruh Fasilitas , Lokasi dan Pendapatan Terhadap Permintaan Perumahan Syariah di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 1-7.
- Sodik, F., Nur Zaida, A., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35-53. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>
- Sofiyanto, I., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (Studi Empiris Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang). *Journal of Management*, 2(2), 110. Retrieved from <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/513>
- Waluya, A. H., Arifin, S., Yasid, A., & Ritonga, I. (2022). Intensi Generasi Milenial Kota Banda Aceh terhadap Produk KPR Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2545-2554. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6419>
- Yahya, A. (2016). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah*, 10(2), 1-94.
- Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.15294/maj.v2i1.1408>