

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)

Dimas Zaenal Arifin¹, Siti Aisyah^{1,*}, Retno Suwiyanti²

¹Fakultas Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Gunadarma, Depok

Jl. Margonda Raya No.100 Kampus D, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Gunadarma, Depok

Jl. Margonda Raya No.100 Kampus D, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia

Email: ¹dimaszaenal038@gmail.com, ^{2,*}aisyahdaruss@staff.gunadarma.ac.id, ³retnosuwiyanti@staff.gunadarma.ac.id

Email Penulis Korespondensi: aisyahdaruss@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak—Didirikannya bank syariah adalah salah satu tanda berkembangnya industri perbankan Indonesia. Kredit Pemilikan Rumah Syariah (KPR) adalah jenis KPR yang menggunakan transaksi yang sesuai dengan hukum Islam. Klien yang menggunakan fasilitas pembiayaan KPR dari bank syariah tidak akan mengalami suku bunga bank yang berubah-ubah dan ketidakpastian saat mendapatkan kredit kepemilikan rumah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh faktor-faktor seperti religiusitas, literasi, dan biaya terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan KPR di bank Syariah. Penelitian ini bersifat kualitatif, dan metode yang digunakan adalah survei. Nasabah bank syariah yang melakukan kredit pembelian rumah melalui layanan KPR di wilayah Jabodetabek adalah responden penelitian ini. Dengan menggunakan metode pengambilan sampel non-probability, kuesioner dengan sampel seratus orang disebarluaskan secara online kepada warga Jabodetabek. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Selanjutnya, data dikumpulkan dengan bantuan alat bantu SPSS Versi 27. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel Religiusitas (X1) dan Literasi (X2) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih layanan KPR pada bank Syariah (Y). Sebaliknya, variabel Biaya (X3) berdampak negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih layanan KPR pada bank Syariah (Y).

Kata Kunci: Religiusitas; Literasi; Biaya; Keputusan Nasabah

Abstract—The establishment of Islamic banks is one of the signs of the growth of the Indonesian banking industry. Sharia Home Ownership Credit (KPR) is a type of KPR that uses transactions in accordance with Islamic law. Clients who use the KPR financing facilities from Islamic banks will not experience fluctuating bank interest rates and uncertainty when obtaining home ownership credit. The purpose of this research is to determine the influence of factors such as religiosity, literacy, and costs on customers' decisions to use mortgage services at Islamic banks. This research is qualitative in nature, and the method used is a survey. Customers of Islamic banks who take out home purchase loans through the mortgage service in the Jabodetabek area are the respondents of this study. Using the non-probability sampling method, a questionnaire with a sample of one hundred people was distributed online to residents of Jabodetabek. The data analysis used is multiple linear regression analysis. Next, the data were collected with the help of SPSS Version 27. The test results show that the variables Religiosity (X1) and Literacy (X2) partially have a positive and significant impact on customers' decisions to choose mortgage services at Islamic banks (Y). Conversely, the variable Cost (X3) has a negative and significant impact on customers' decisions to choose mortgage services at Islamic banks (Y).

Keywords: Religiosity; Literacy; Cost; Customer Decision

1. PENDAHULUAN

Sebagai lembaga intermediari yang berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat untuk membiayai kegiatan sektor perekonomian, perbankan nasional memainkan peran yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian. Lembaga perbankan biasanya ada di berbagai negara dengan tujuan meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Cahya et al., 2021). Oleh karena itu, pertumbuhan bank nasional dapat digunakan sebagai ukuran kemajuan bangsa. Semakin maju suatu negara, semakin besar peran perbankan dalam pemerintahannya. Didirikannya bank syariah adalah salah satu tanda berkembangnya industri perbankan Indonesia. Perbankan syariah di Indonesia adalah hasil dari keinginan masyarakat yang membutuhkan perbankan yang mengikuti prinsip syariah sebagai sistem perbankan alternatif.

Bank Syariah berfungsi sebagai lembaga intermediasi antara masyarakat yang kaya dan masyarakat yang miskin. Mereka memiliki beberapa karakteristik, salah satunya adalah melayani kepentingan publik dan mencapai tujuan sosioekonomi islam. Ini karena bank Syariah harus mencapai tujuan sosioekonomi islam dan sulit bagi klien berpenghasilan rendah untuk memiliki rumah.

Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah perumahan, baik untuk tempat tinggal, bisnis, perkantoran, dan sebagainya. Namun, tidak semua orang di masyarakat dapat menikmati atau memiliki rumah yang layak, sehat, aman, dan cocok. Oleh karena itu, pembangunan perumahan dan pemukiman harus terus dilakukan untuk menyediakan lebih banyak rumah dengan harga terjangkau bagi semakin banyak orang, terutama untuk kelompok berpenghasilan rendah (Fernando, Y., Ahmad, I., Azmi, A., & Borman, 2021). Seiring perkembangan zaman, kemajuan teknologi, dan peningkatan taraf hidup masyarakat, kebutuhan manusia akan tempat tinggal, terutama kebutuhan akan tempat tinggal.

Untuk membantu mereka yang kesulitan membeli rumah secara tunai, ada skema pembayaran melalui KPR. KPR adalah layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya sebagai pinjaman untuk membeli rumah. Adanya kebutuhan yang tinggi untuk memiliki rumah tanpa diimbangi dengan peningkatan daya beli masyarakat menyebabkan KPR muncul. Selain skema pinjaman perumahan konvensional yang ditawarkan oleh bank

konvensional, ada juga skema pinjaman perumahan syariah. KPR syariah adalah jenis KPR di mana transaksi dilakukan sesuai dengan hukum Islam.

Pada umumnya orang mengenal KPR syariah hanya disediakan oleh perbankan syariah. Pada kenyataannya layanan KPR syariah juga disediakan oleh lembaga keuangan lain seperti koperasi atau lembaga keuangan lain, bahkan developer perumahan syariah juga menyediakan layanan KPR syariah tanpa perantara bank. Berbeda dengan KPR konvensional yang menggunakan sistem Bunga, maka KPR syariah tidak boleh menggunakan instrumen bunga dalam perhitungan angsuran. KPR syariah memiliki margin yang telah ditetapkan sejak awal, sehingga harganya tidak akan berubah sampai masa cicilan berakhir. Ini berbeda dengan KPR konvensional, yang memiliki sistem bunga yang menyebabkan cicilan terus berubah (Qorizah & Setiawan Prabowo, 2019).

Perbankan Syariah membedakan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah dari KPR konvensional. Mereka berbeda karena perbedaan prinsip. Perbankan Syariah bergantung pada hasil, sedangkan perbankan konvensional bergantung pada kredit. Ada sejumlah akad yang dapat digunakan dalam KPR Syariah, seperti akad murabahah, akad istishna, dan akad ijarah muntahiyah bit tamlik (IMBT). KPR Sejahtera, yang merupakan program kerjasama dengan Kementerian Perumahan Rakyat, adalah kredit pemilikan rumah dengan margin rendah dan cicilan tetap sepanjang jangka waktu cicilan. KPR Sejahtera terdiri dari KPR Syariah Sejahtera Tapak untuk pembelian rumah tapak dan KPR Sejahtera Susun untuk pembelian rumah susun.

Seiring dengan pertumbuhan populasi manusia, permintaan tempat hunian terus meningkat. Dalam hal ini, pemerintah mengeluarkan program kredit kepemilikan rumah (KPR), yang dimaksudkan untuk membantu orang mendapatkan rumah. Karena pelanggan yang menggunakan sistem KPR tidak perlu menyediakan uang tunai untuk membeli properti. Pada tahap awal pembelian rumah, konsumen hanya perlu menyediakan sejumlah uang muka antara 10% dan 30%, tergantung pada ketentuan masing-masing bank. KPR ini berlangsung lama dan angsuran yang dibayar dapat diiringi dengan ekspetasi penghasilan.

Bank telah menawarkan banyak kemudahan, seperti mempersingkat proses pengajuan, mengurangi biaya administrasi, dan tingkat suku bunga yang rendah, sebagai daya tarik. Sayangnya, beberapa orang merasa khawatir untuk mendapatkan kredit kepemilikan rumah dari bank karena suku bunga bank umum yang berubah-ubah dan tidak stabil. Namun, jika Anda menggunakan fasilitas pembiayaan KPR dari bank syariah, juga dikenal sebagai KPR IB (Islamic Banking), Anda tidak perlu khawatir.

Hasil survei yang dilakukan oleh Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama menunjukkan bahwa religiusitas masyarakat meningkat selama pandemi. Sejak mengalami atau menjalani pandemi COVID-19, sebagian besar responden mengatakan bahwa mereka menjadi lebih religius (taat beragama) (Kemenag, 2021). Sebagai hasil dari survei Bank Indonesia tahun 2022, indeks literasi ekonomi dan keuangan syariah di seluruh negeri mencapai 23,3%. Tingkat pengetahuan masyarakat tentang topik ini diharapkan meningkat, sehingga lebih mungkin untuk mendorong bangkitnya pelaku usaha dalam sektor ini.

Meskipun penelitian yang ada telah secara ekstensif mengeksplorasi konsep KPR Syariah, berbagai akadnya, dan perannya dalam lanskap keuangan Indonesia, masih terdapat kesenjangan signifikan dalam memahami dampak sosial-ekonomi jangka panjang KPR Syariah terhadap rumah tangga Indonesia. Studi dapat menggali lebih dalam korelasi antara adopsi KPR Syariah dengan peningkatan kesehatan keuangan rumah tangga, akumulasi aset, dan kualitas hidup secara keseluruhan. Selanjutnya, analisis komparatif antara KPR Syariah dan skema kredit perumahan konvensional dapat memberikan wawasan berharga tentang preferensi konsumen, persepsi risiko, dan faktor-faktor pendorong pilihan antara keduanya. Selain itu, peran kebijakan dan peraturan pemerintah dalam membentuk pasar KPR Syariah dan dampaknya terhadap inisiatif perumahan terjangkau tetap menjadi area yang kurang dieksplorasi.

Menurut Kotler, (2016), keputusan konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dapat menggambarkan seberapa baik pemasar dalam memasarkan produknya. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler, P., & Armstrong (2016) diantaranya adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan penjual, jumlah pembelian produk, waktu beli produk, dan cara pembayaran. Dalam konteks produk jasa terutama disektor perbankan, keputusan konsumen untuk memilih produk yang dimiliki oleh sektor perbankan sendiri tidak lepas dari beberapa unsur yang ditawarkan, tidak terkecuali produk layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah. Indrasari (2019) menyatakan bahwa "pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "melayani" berarti membantu menyiapkan (membantu seseorang memenuhi kebutuhan mereka), sedangkan "melayani" berarti berusaha memenuhi kebutuhan orang lain. Pada dasarnya, pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses yang meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Kualitas layanan pelanggan dapat dibagi menjadi dua kategori: kategori kualitas yang baik dan kategori kualitas yang buruk. Kedua kategori ini tidak permanen atau kaku, tetapi fleksibel dan dapat diubah, dan perubahan ini tentunya merupakan peningkatan kualitas layanan untuk menjadi lebih baik lagi. Beberapa hal diperlukan untuk mendukung proses perubahan ini. Kualitas pelayanan, menurut Tjiptono (2019) didefinisikan sebagai "kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan ini sendiri merupakan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian. Kualitas layanan yang dibutuhkan oleh konsumen tidak

lepas dari unsur, reliability, assurance dan empathy. Ketiga unsur tersebut merupakan perpaduan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Apriliana & Sukaris, 2022).

Dalam Kamus bahasa Indonesia, "religi" didefinisikan sebagai suatu sistem yang didasarkan pada kepercayaan dan pengabdian kepada Tuhan. Menurut Harahap, M. H., al Amin, R., & Wibowo (2021) religiusitas adalah keadaan dimana seorang individu berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama yang di anutnya. Religiusitas tercermin dalam berbagai sisi kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Aspek-aspek religiusitas dalam pelaksanaan ajaran agama islam menurut Selvianti et al., (2020) yaitu : 1) Aspek iman setingkat dengan religious belief, 2) Aspek islam setingkat dengan religious practice, 3) Aspek ihsan setingkat dengan religious experience, 4) Aspek ilmu setingkat dengan dengan religious knowledge, 5) Aspek amal setingkat dengan religious consequences. Religiusitas beberapa tahun terakhir kerap menjadi kajian dalam penelitian dalam menentukan seseorang untuk memilih bertransaksi selain tunai, terutama dengan sistem kredit baik secara financial ataupun fisik dalam bentuk rumah. Penelitian yang dilakukan oleh (Hadija et al., 2020) menjelaskan bahwa, religiusitas mempengaruhi seseorang dalam melakukan transaksi secara kredit.

Menurut Purnama, H. M., & Yuliafitri (2019), literasi keuangan syariah dapat diartikan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan syariah maupun masyarakat luas tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan syariah serta produk dan jasa keuangan syariah, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan secara syariah sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan. Menurut Nurrohmah, R. F., & Purbayati (2020) literasi keuangan syariah merupakan pemahaman atau pengetahuan mengenai keuangan syariah, dalam hal ini mengenai bank syariah. Menurut Istarani (2014) literasi keuangan dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni: 1) Jenis kelamin 2) Pendidikan 3) Pendapatan 4) Sifat pekerjaan 5) Tempat kerja.

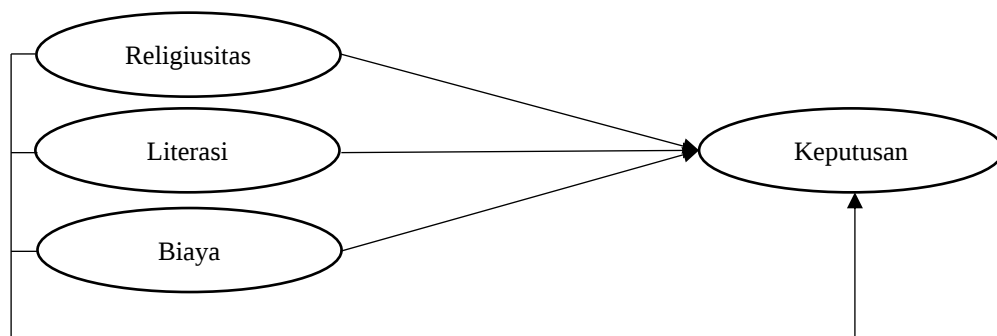
Biaya menurut Yuniarka (2023) adalah ukuran sumber daya yang dapat dikorbankan, baik termasuk aset dan beban. Jika biaya mempunyai manfaat di masa depan maka tergolong neraca sebagai aset, namun jika tidak akan dilaporkan dalam laporan laba rugi sebagai beban. Sedangkan menurut Hilton (2020) adalah pengorbanan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, diukur dengan pengeluaran atau pemberian sumber daya. Menurut Lores & Siregar (2019) indikator biaya yaitu ketelusuran biaya, perilaku biaya, fungsi pokok perusahaan, dan elemen biaya produksi.

2. METODE PENELITIAN

Subjek penelitian dapat dijelaskan sebagai responden atau pihak yang dijadikan sebagai sumber informasi tentang data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk keberlangsungan proses dari penelitian yang sedang dilakukan, adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan KPR perbankan syariah di daerah Jabodetabek. Data primer pada penelitian ini didapatkan dari hasil kuesioner online melalui google form dari para nasabah yang menggunakan layanan KPR perbankan syariah di daerah Jabodetabek. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu; Religiusitas (X1), Literasi (X2), dan Biaya (X3), sedangkan variabel terikat yaitu Keputusan (Y). Populasi adalah area yang terdiri dari objek dan subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi yang digunakan ialah penduduk kota Jabodetabek yang menggunakan layanan KPR perbankan syariah. Metode pengambilan sampel adalah Non Probability Sampling dengan Teknik Purposive Sampling. Jumlah populasi yang tidak teridentifikasi jumlah tepatnya, maka penelitian ini menggunakan rumus Levy, P. S., & Lemeshow (2013) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times P \times (1-P)}{d^2} = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Jika menggunakan perhitungan (Hair et al., 2018) dalam menentukan jumlah sampel minimum representatif, didapatkan jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak digunakan dalam penelitian atau pengolahan data. Dalam mencari data dan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu studi dokumentasi dan studi pustaka. Berikut adalah gambar model kerangka konseptual penelitian dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, dapat dideskripsikan bahwa, masing-masing variabel seperti; religiusitas, literasi dan biaya, baik secara parsial (masing-masing) maupun simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan. Hasil pengujian baik secara parsial maupun simultan dapat diketahui pada bagian hasil dan pembahasan. Adapun kerangka konseptual yang menggambarkan variabel penelitian, dimana variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2018), dua variabel penelitian yaitu: 1). Variabel bebas (variabel independent) adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya, 2). Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang tergantung pada variabel lainnya. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu: variabel bebas (independent) terdiri dari; Religiusitas (X1), Literasi (X2), Biaya (X3) dan variabel terikat (dependent) adalah Keputusan (Y).

Definisi operasional variabel dapat dijelaskan antara lain; Religiusitas (X1), Menurut Harahap, M. H., al Amin, R., & Wibowo (2021) religiusitas adalah keadaan dimana seorang individu berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama yang di anutnya. Literasi (X2), menurut Lestari (2020) Literasi adalah suatu pengetahuan dan unsur-unsur yang berkaitan dengan pengetahuan yang dapat mempengaruhi perilaku manusia. Biaya (X3) merupakan suatu objek yang oleh akuntansi biaya diproses hingga menghasilkan dua penafsiran, yaitu: secara luas dan sempit (Mulyadi, 2018). Keputusan (Y), menurut (Kotler, P., & Armstrong, 2016), keputusan konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu; melakukan pengujian instrumen yang digunakan untuk menguji alat-alat yang terdapat pada penelitian ini. Adapun uji alat yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya, melakukan Uji Asumsi Klasik, Uji asumsi klasik terdiri atas; uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya uji hipotesis dengan melakukan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian dari data kuesioner, menggunakan kriteria pengujian yang diukur dengan melihat r tabel dan r hitung. Jika r hitung > r tabel maka kuesioner dikatakan valid, jika r hitung < r tabel maka kuesioner tersebut tidak valid. Hasil pengolahan data kuesioner untuk uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	R tabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	Pernyataan 1	0,599	0,197	Valid
	Pernyataan 2	0,716	0,197	Valid
	Pernyataan 3	0,767	0,197	Valid
	Pernyataan 4	0,510	0,197	Valid
	Pernyataan 5	0,695	0,197	Valid
	Pernyataan 6	0,508	0,197	Valid
	Pernyataan 7	0,505	0,197	Valid
	Pernyataan 8	0,534	0,197	Valid
	Pernyataan 9	0,534	0,197	Valid
Literasi (X2)	Pernyataan 1	0,694	0,197	Valid
	Pernyataan 2	0,681	0,197	Valid
	Pernyataan 3	0,719	0,197	Valid
	Pernyataan 4	0,758	0,197	Valid
	Pernyataan 5	0,730	0,197	Valid
Biaya (X3)	Pernyataan 1	0,440	0,197	Valid
	Pernyataan 2	0,558	0,197	Valid
	Pernyataan 3	0,748	0,197	Valid
	Pernyataan 4	0,760	0,197	Valid
Keputusan (Y)	Pernyataan 5	0,815	0,197	Valid
	Pernyataan 1	0,717	0,197	Valid
	Pernyataan 2	0,791	0,197	Valid
	Pernyataan 3	0,789	0,197	Valid
	Pernyataan 4	0,815	0,197	Valid
	Pernyataan 5	0,843	0,197	Valid
	Pernyataan 6	0,621	0,197	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat semua pernyataan pada item variabel memiliki r hitung $>$ r tabel, artinya bahwa instrumen penelitian layak atau valid digunakan untuk memperoleh data.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi dari waktu ke waktu serta stabilitas data dari tiap variabelnya dan menggunakan kriteria pengujian yang diukur dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 maka kuesioner dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel. Hasil pengolahan data kuesioner untuk uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,709	Reliabel
Literasi (X2)	0,709	Reliabel
Biaya (X3)	0,703	Reliabel
Keputusan (Y)	0,858	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel yaitu 0,60 keatas. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel reliabel.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

3.1.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov dengan syarat jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Hasil pengolahan data kuesioner untuk uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

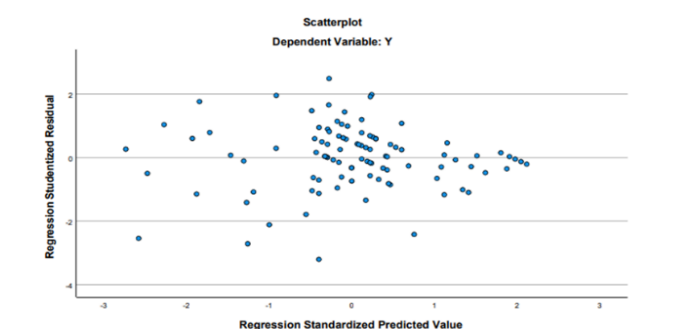
Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.30174133
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.049
	Negative	-.069
Test Statistic		.763
Asymp. Sig (2 tailed)		.070

Berdasarkan Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa hasil dari uji One Sample Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai asymp.sig sebesar 0,070 $>$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi secara normal.

3.1.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varian atau tidak dari nilai residualnya. Hasil uji heteroskedastisitas dilihat dari titik-titik data yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Berdasarkan dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot menghasilkan bahwa titik-titik penyebaran data yang diuji menyebar ke atas dan angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola, sehingga dibawah dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.1.3.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terjadi multikolonieritas atau tidak dan apakah antara variabel bebas terjadi korelasi yang kuat atau tidak dalam model regresi. Jika data mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$ maka dalam model regresi tidak terdapat multikolonieritas, sebaliknya jika nilai $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,1$ maka dalam model regresi terdapat multikolonieritas. Hasil pengolahan data kuesioner untuk uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinnearity Tolerance	Statistics VIF
1 (Constant)		
Religiusitas	,914	1,094
Literasi	,620	1,612
Biaya	,621	1,612
a. Dependent Variable: Minat Beli		

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memperoleh nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi antara variabel bebas yaitu; religiusitas, literasi dan biaya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3.1.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018) Uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas yaitu; religiusitas, literasi dan biaya terhadap keputusan.

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1(Constant)	1,904	2,918			,653	,516
Religiusitas	,094	,072	,093		2,311	,003
Literasi	,463	,112	,355		4,117	,001
Biaya	-,511	,100	-,442		5,129	,001
a. Dependent Variable: Keputusan						

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,904 + 0,094 (\text{Religiusitas}) + 0,463 (\text{Literasi}) + 0,511 (\text{Biaya})$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 1,904. Tanda positif artinya menunjukkan kondisi dimana antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh yang searah. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen yang meliputi Religiusitas (X1), Literasi (X2) dan Biaya (X3) tidak mengalami perubahan atau bernilai 0, maka nilai Keputusan secara rata-rata adalah sebesar 1,904.
2. Nilai koefisien regresi variabel Religiusitas (X1) sebesar 0,094. Artinya, jika variabel Religiusitas (X1) meningkat satu satuan, maka Keputusan (Y) akan meningkat sebesar 0,094 dengan anggapan variabel independen lainnya tetap. Begitupun sebaliknya, jika variabel Religiusitas (X1) menurun satu satuan, maka variabel Keputusan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,094 dengan anggapan variabel independen lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel Literasi (X2) sebesar 0,463. Artinya, jika variabel Literasi (X2) meningkat satu satuan, maka Keputusan (Y) akan meningkat sebesar 0,463 dengan anggapan variabel independen lainnya tetap. Begitupun sebaliknya, jika variabel Literasi (X2) menurun satu satuan, maka variabel Keputusan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,463 dengan anggapan variabel independen lainnya tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel Biaya (X3) sebesar 0,511 menunjukkan bahwa variabel biaya (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa jika variabel Biaya (X3) meningkat satu satuan, maka variabel Keputusan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,511 dengan anggapan variabel independen lainnya tetap. Begitupun sebaliknya, jika variabel Biaya (X3) menurun satu satuan, maka Keputusan (Y) akan meningkat sebesar 0,511 dengan anggapan variabel independen lainnya tetap.

3.1.3.5 Uji Hipotesis

3.1.3.5.1 Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2018) Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing masing variabel bebas (religiusitas, literasi dan biaya) terhadap variabel terikat (Keputusan). Berdasarkan tabel 5 dapat dijelaskan, pertama, variabel Religiusitas (X1) memiliki nilai signifikansi $0,003 > 0,05$, dan t_{hitung} sebesar $2,311 < t_{tabel}$ 1,985, sehingga dapat disimpulkan variabel Religiusitas (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan (Y). Kedua, variabel Literasi (X2) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, dan t_{hitung} sebesar $4,117 > t_{tabel}$ 1,985, sehingga dapat disimpulkan variabel Literasi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan (Y). Ketiga, variabel Biaya (X3) memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, dan t_{hitung} sebesar $5,129 > t_{tabel}$ 1,985, sehingga dapat disimpulkan variabel Biaya (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan (Y).

3.1.3.5.2 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018) Uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan kedalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Hasil pengolahan data kuesioner untuk uji F (simultan) dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	720,155	3	240,052	40,461	.001 ^b
Residual	569,555	96	5,933		
Total	1289.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi, Biaya

Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai sig $0.001 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} $40,461 > 3,09$ yang berarti hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Religiusitas, Literasi dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan.

3.1.3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh model regresi menerangkan variabel terikat (Y). Hasil pengolahan data kuesioner untuk uji Koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.747 ^a	.558	.545	2,43575	

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Literasi, Harga
b. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0,545 berarti bahwa variabel yang berpengaruh seperti; Religiusitas, Literasi dan Harga mampu memberikan sebagian informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel Keputusan sebesar 54,5% dan sisanya sebesar 45,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan KPR Pada Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hadija et al., 2020) dan (Fadhilah, 2023). Religiusitas menjadi landasan nasabah cenderung untuk memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Karena dalam KPR syariah berdasarkan prinsip-prinsip islam yang melarang riba dengan hal ini KPR syariah menjadi pilihan yang sesuai bagi nasabah yang mengutamakan kepatuhan terhadap ajaran agama. Nasabah yang religiusitas akan lebih merasa aman dengan prinsip-prinsip adil dan transparan yang diikuti oleh KPR syariah dibandingkan dengan model konvensional. KPR syariah juga memiliki resiko yang lebih rendah karena didasari dengan prinsip keadilan dan pembagian resiko antara pihak yang terlibat transaksi, sehingga mempengaruhi keputusan dalam memilih produk keuangan.

3.2.2 Pengaruh Literasi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan KPR Pada Bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Literasi berpengaruh terhadap Keputusan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sabrina, 2024) dan (Waluyo, 2024). Dengan memiliki tingkat literasi yang tinggi masyarakat cenderung lebih memahami karakteristik, manfaat dan resiko terkait dengan produk yang akan digunakan. Hal ini

memungkinkan nasabah untuk memahami prinsip dasar KPR syariah seperti larangan riba dan pembagian resiko. Nasabah juga mampu mengevaluasi potensi keuntungan jangka panjang dan resiko-resiko yang didapat sehingga dapat lebih sesuai dengan situasi keuangan dan tujuan. Dengan adanya literasi ini juga dapat membandingkan produk-produk KPR syariah dari berbagai bank syariah, untuk segi biaya, syarat-syarat, ataupun manfaat yang akan ditawarkan yang memungkinkan untuk memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu.

3.2.3 Pengaruh Biaya terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan Kpr Pada Bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Biaya berpengaruh terhadap Keputusan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Waluyo, 2024). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian (Qorizah & Setiawan Prabowo, 2019), yang menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian nasabah dalam menggunakan produk KPR Syariah. Sehingga bisa disimpulkan bahwa jumlah angsuran dan biaya-biaya lain yang telah ditawarkan telah sesuai dengan apa yang nasabah dapatkan. Meskipun biaya KPR syariah tinggi, nasabah menganggapnya sebanding dengan nilai dan manfaat yang diberikan. Mereka lebih memperhatikan kualitas layanan daripada biaya. Layanan KPR syariah menawarkan pengalaman lebih baik dengan pelayanan responsif dan kemudahan proses, meskipun biayanya lebih tinggi. faktor kebaikan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dapat menjadi pertimbangan yang dominan dibanding dengan pertimbangan pembiayaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil pengujian dan analisis penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan layanan KPR pada bank syariah (studi kasus nasabah bank syariah di jabodetabek) maka dapat ditarik kesimpulan yaitu religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan KPR pada bank syariah. Literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan KPR pada bank syariah. Biaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih layanan KPR pada bank syariah. Berdasarkan penelitian ini, saran diberikan kepada perusahaan, bahwa bank syariah perlu memberikan evaluasi tentang promosi dan sosialisai yang efektif agar dapat mempertahankan minat nasabah, dan perlu adanya promosi yang inovatif dan kreatif agar lebih menarik nasabah lebih banyak. Sedangkan, bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mencari variabel independent lainnya yang diperkirakan mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen, sehingga hasil yang ada dapat memperkuat hasil penelitian.

REFERENCES

- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Cahya, A. D., Widyastuti, M. L., & Fatharani, H. (2021). Peran Perbankan Dalam Pembiayaan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Fidusia : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 138–149. <https://doi.org/10.24127/jf.v4i2.613>
- Fadhilah, L. L. P. (2023). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Pengajuan Kpr Syariah Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kc Madiun Agus Salim (The Influence Of Religiosity, Belief And Product Knowledge On Interest To Apply Sharia Kpr At Bank Syariah. Skripsi.
- Fernando, Y., Ahmad, I., Azmi, A., & Borman, I. (2021). Penerapan Teknologi Augmented Reality Katalog Perumahan Sebagai Media Pemasaran Pada PT. San Esha Arthamas. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5(1).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadija, H., Nuriatullah, N., & Nurfitriani, N. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 37–55. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.10.37-55>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Harahap, M. H., al Amin, R., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk di Toko Alfamart Pintu 3 Bida Ayu Sei Beduk. *Jurnal Jumka*, 1(1), 39–48.
- Indrasari Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Istarani. (2014). *Model pembelajaran inovatif*, Medan. 121–124.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Edisi ke S). Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management*. In *Journal of Marketing* (15th editi, Vol. 37, Issue 1, p. 109). Pearson Education, Inc. <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Lestari. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8.
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons.
- Lores, L., & Siregar, R. (2019). Biaya Kualitas, Produktivitas Dan Kualitas Produk : Sebuah Kajian Literatur. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(2), 94. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i2.2577>
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153.
- Purnama, H. M., & Yuliafitri, I. (2019). Efektifitas Gerakan Literasi Keuangan Syariah Dalam Mengedukasi Masyarakat Memahami Produk Keuangan Syariah. *Banque Syar'i : Jurnal Llmiah Perbankan Syariah*, 5(1), 10.
- Qorizah, A., & Setiawan Prabowo, P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah

- Bank Jatim Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 149–161.
- Sabrina, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Bank Syariah Dengan Kecerdasan Spiritual Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Masyarakat Muslim yang Berdomisili di Kota Malang) (Doctoral dissertation).
- Selvianti, F., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2020). Pengaruh Religiusitas, Label Halal, dan Alasan Kesehatan terhadap Keputusan Membeli Produk Makanan Instan Korea. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 183–197. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.515>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Waluyo, B. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Citra Merek , Harga , dan Promosi Terhadap Minat Milenial Pada BSI Griya. 5(1).
- Yuniarka, G. R. (2023). *Evaluasi Penentuan Harga POKOK PRODUK PADA NARUNA CERAMIC STUDIO (NCS)*. Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.