

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
MEMILIH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR)
SYARIAH
(Studi Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang
Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Adi Yahya
125020507111008**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2016**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH
(Studi Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Adi Yahya
NIM : 125020507111008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 12 Agustus 2016.

Malang, 18 Agustus 2016

Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. M. Umar Burhan, SE., MS

NIP. 19460810 197412 1 002

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
MEMILIH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH
(Studi Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang)**

Adi Yahya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang
adyahya1@gmail.com

ABSTRAK

This research aim to analyze the factors that affect on the costumers decision choosing sharia mortgage services by BTN Shariah Bank Malang Branch. This research using survey method on 100 costumers of shariah mortgage. The collecting data process using a quetionere with likert scale and then tested by validity and reliability test using SPSS Software Vers.20. Based on results from logistic regression analyze, we found that religiusity and bank service factor give the significant effect to customer decission when choosing sharia mortgage services. Whereas, the knowledge factor has not give significant effect. Based on result of logistic regression coefficient, characteristic factor of sharia mortgages become the dominant factor that affect customer to choosing sharia mortgages because has the biggest beta value.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih KPR syariah di Bank BTN Syariah Cabang Malang. Survei dilakukan pada 100 nasabah untuk menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi para nasabah memilih KPR syariah. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner dengan skala likert, dan kemudian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS 20.0. Berdasarkan hasil analisis regresi logistik, ditemukan bahwa faktor karakteristik KPR syariah, faktor religiusitas, dan faktor pelayanan bank berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah. Sedangkan faktor pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan pada hasil koefisien regresi logistik, faktor karakteristik KPR syariah menjadi faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah karena memiliki nilai beta yang paling besar.

Kata kunci: Cotumers decission, Sharia mortgage, logistic model

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun serta dibarengi dengan bertambahnya pendapatan perkapita masyarakat, kebutuhan akan tempat tinggal menjadi meningkat. Rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap individu. Tempat tinggal menjadi sangat penting dalam kehidupan seseorang karena sosial kemasyarakatan diawali dari tempat tinggal dan lebih dalamnya dimulai dari rumah. Sebagai kebutuhan mendasar dalam membangun kehidupan dalam masyarakat tingkat permintaan akan properti khususnya rumah tidak akan pernah berhenti.

Jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah tidak diimbangi dengan penduduk yang mempunyai rumah/tempat tinggal, ini menjadi permasalahan yang harus diatasi pemerintah terkait kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS), permintaan rumah (*backlog*) pada tahun 2014 sebesar 13,5 juta unit berdasarkan konsep kepemilikan. Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat mengatakan bahwa kebutuhan rumah yang dapat dipenuhi pemerintah hanya sekitar 400 ribu hingga 500 ribu unit, akibatnya *backlog* akan terus naik tiap tahunnya. Persoalan lainnya adalah rumah yang tidak layak huni sebanyak 3,4 juta.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal dan pembangunan nasional demi mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat yang menjadi tujuan bangsa Indonesia, maka pemerintah menyediakan dan menyelenggarakan program yang salah satunya yaitu program kredit kepemilikan rumah bagi rakyat atau disebut juga dengan KPR.

Permasalahan ketersediaan lahan bagi perumahan mengakibatkan harga jual properti semakin meningkat. Ini menjadi beban bagi masyarakat yang ingin mempunyai rumah namun penghasilannya tidak besar. Fenomena ini membuka kesempatan bagi penyedia layanan jasa keuangan untuk memberikan bantuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Bank sebagai salah satu lembaga penyedia jasa keuangan diharapkan pemerintah dapat membantu memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat melalui proses yang sederhana dan terjangkau semua kalangan.

KPR sendiri dibagi menjadi dua yaitu KPR syariah dan KPR konvensional. Perbedaan keduanya terletak di biaya angsuran tiap bulan dan jangka waktu kreditnya. Jika pada bank konvensional angsuran tiap bulannya mengikuti siklus tingkat suku bunga dan jangka waktu paling lama 25 tahun, pada bank syariah angsuran tiap bulannya tetap sampai akhir dari masa kredit dan jangka waktunya paling lama 15 tahun.

Salah satu bank penyalur KPR adalah Bank BTN (Bank Tabungan Negara). Bank BTN sebagai pelopor penyaluran KPR di Indonesia sejak 1976, memiliki fokus dalam pembiayaan perumahan daripada non perumahan. Dari laporan tahunan Bank BTN 2015, hingga saat ini Bank BTN dan Bank BTN Syariah telah memberikan pembiayaan KPR sebesar Rp 124,93 triliun, atau sebesar 89,90% dari total pembiayaan yang dikeluarkan oleh Bank BTN. Penguasaan bisnis perumahan mencapai 30,6% pada 2015 dan terbesar di antara perbankan nasional. Meski KPR konvensional BTN lebih dominan, KPR BTN Syariah juga ikut andil dalam pembiayaan dengan mengalami peningkatan dalam pembiayaannya. Sepanjang 2015, Bank BTN Syariah menyalurkan pembiayaan konsumen sebesar Rp 2,46 triliun, meningkat sebesar 30,59% atau tumbuh sebesar Rp 576,70 miliar dari realisasi pembiayaan konsumen di tahun 2014 sebesar Rp 1,89 triliun. (Bank BTN, 2015)

Dengan adanya KPR BTN syariah, menjadikan masyarakat mempunyai opsi lebih dalam menentukan pemilihan jenis KPR. Pertumbuhan KPR Syariah yang tiap tahunnya semakin naik tidak terlepas dari peran nasabah. Semakin tahun masyarakat yang memilih Bank BTN Syariah, semakin banyak. Dalam pemilihan bank ini, masyarakat mempunyai alasan tersendiri. Banyak faktor dan latar belakang yang mempengaruhi, yaitu faktor internal dari nasabahnya tersendiri maupun faktor eksternal dari pihak bank.

Dari uraian di atas, maka pada penelitian ini penulis mencoba membahas tentang dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah : Studi Kasus Pada KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang”**.

B. KAJIAN PUSTAKA

Bank Syariah

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, “Bank Syariah adalah bank yang kegiatan usahanya berlandaskan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”. Selanjutnya (Soemitro, 2002:5) dalam bukunya menjelaskan, “Menurut ensiklopedia Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam”.

Menurut Antonio (2001), produk-produk bank syariah terdiri dari lima prinsip : (1) Prinsip Simpanan atau Titipan, (2) Prinsip Bagi hasil, (3) Prinsip Jual Beli, (4) Prinsip Sewa, (5) Prinsip Jasa.

KPR Syariah

KPR Syariah adalah pembiayaan yang digunakan untuk pembelian rumah secara kredit. KPR Syariah menggunakan akad murabahah, yaitu perjanjian jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli rumah yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati oleh bank dan nasabah. (Wirosa:2005)

Akad Pembiayaan KPR Syariah

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan atau tidak melakukan hukum tertentu. Menurut Rhesa Yogaswara (2010), beberapa akad mengenai KPR Syariah dijelaskan sebagai berikut :

Akad Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT)

Akad atau perjanjian ini merupakan akad untuk perjanjian sewa (*ijarah*) dari aset riil. Akad IMBT terdiri dari 2 jenis akad, yaitu akad jual-beli dan akad IMBT itu sendiri. Tata cara dari akad ini adalah pembeli menyewa aset (rumah, tanah, dll) yang dibeli oleh bank. Kemudian akad diakhiri dengan perpindahan kepemilikan di akhir masa akad dari bank kepada pembeli rumah.

Akad Istishna wal Istishna

akad *Istishna* yaitu akad jual beli dengan memesan terlebih dahulu barang yang diinginkan disertai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh konsumen dan disepakati antara konsumen dengan penjual. Sistem pembayaran dari akad ini menggunakan angsuran. Penyerahan barang pada Akad *Istishna* dilakukan pada akhir periode pembayaran, berbeda dengan Akad *murabahah* yang penyerahan barangnya dilakukan di awal kontrak. Hal ini karena rumah yang dipesan belum dibangun sehingga pada saat kontrak dilakukan, bentuk rumah beserta bahan dan alat perlu disetujui dengan sangat terperinci agar dibangun sesuai dengan harga yang telah disepakati.

Akad Musyarakah Mutanaqisah

Akad *Musyarakah* merupakan kerja sama antara beberapa pihak (minimal dua pihak) untuk membeli suatu aset, dengan membagi keuntungan dan kerugian sesuai dengan proporsi awal investasi. Akad *Musyarakah Mutanaqisah* adalah akad kerja sama antara bank dan pembeli rumah. Antara bank dan pembeli rumah berbagi hak kepemilikan sebuah rumah dimana sistem pembayaran untuk membeli rumah tersebut dilakukan dengan mengangsur perpindahan kepemilikan sesuai dengan proporsi yang telah disepakati. Sehingga, akad *Musyarakah Mutanaqisah* ini juga dapat disebut sebagai akad berkonsep kemitraan berkurang.

Teori Perilaku Konsumen

Rahardja dan Manurung (2004:75) menjelaskan, untuk dapat memahami perilaku konsumen harus dimengerti terlebih dahulu beberapa pengertian dan asumsi dasar, yaitu :

1. Barang
Barang adalah benda dan jasa yang dikonsumsi untuk memperoleh manfaat dan kegunaan. Barang yang dikonsumsi mempunyai sifat semakin banyak dikonsumsi semakin besar manfaat yang diperoleh.
2. Utilitas (*utility*)
Utilitas adalah manfaat yang diperoleh karena mengkonsumsi barang. Utilitas merupakan ukuran manfaat suatu barang dibandingkan dengan barang alternatif lainnya. Utilitas digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh konsumen. Utilitas total (*total utility*) adalah keseluruhan manfaat yang didapat dari seluruh barang yang dikonsumsi. Sedangkan utilitas marjinal (*marginal utility*) adalah manfaat tambahan yang diperoleh jika suatu pihak menambah konsumsi produk tersebut sebanyak satu unit barang.
3. Hukum Pertambahan Manfaat yang Semakin Menurun (*The Law of Diminishing Marginal Utility*)
Penambahan konsumsi suatu barang memberi tambahan utilitas yang besar tetapi pertambahan tersebut akan menurun bahkan menjadi negatif seiring dengan dinamika lingkungan dan kondisi yang terjadi.
4. Konsistensi Preferensi
Konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan. Ada dua sikap yang berkaitan dengan preferensi konsumen, yaitu lebih suka (*prefer*) dan atau sama-sama disukai (*indifference*), tanpa sikap ini perilaku konsumen sulit untuk dianalisis. Hal lain agar perilakunya dapat dianalisis, konsumen harus memiliki konsistensi preferensi. Bila $A > B$ dan barang $B > C$, maka barang $A > C$.
5. Pengetahuan Sempurna
Konsumen diasumsikan memiliki pengetahuan atau informasi yang lengkap mengenai kebutuhannya serta jenis produk apa yang paling mendekati atau sangat sesuai dengan kebutuhan. Konsumen jenis ini mengerti kualitas barang seperti apa, kapasitas produksi, teknologi yang digunakan, dan harga.

Perilaku Konsumen Dalam Islam

Kecenderungan materialistik semata-mata dari pola konsumsi modern di dalam Islam tidak diakui. Dasar pemikiran konsumsi dalam Islam adalah mengurangi keinginan fisiologik yang timbul dari faktor-faktor fisiologik buatan dengan tujuan membebaskan energi manusia untuk

tujuan-tujuan spiritual. Prinsip-prinsip yang melandasi kegiatan konsumsi dalam Islam menurut Mannan (1993:50) adalah keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas.

Menurut Burhan (1996:37) ciri perilaku konsumen dalam Islam adalah

1. Konsumen tidak bertujuan memaksimalkan kepuasan lahir, kecuali sampai batas yang moderat. Hal ini tidak berarti bahwa Islam membenarkan seseorang mengabaikan kebutuhan fisik atau biologisnya. Pemenuhan kebutuhan fisik secara wajar menjadi kewajiban setiap orang, keluarga maupun pemerintah.
2. Konsumen hanya mengkonsumsi benda atau jasa yang halal, baik zat maupun cara memperolehnya. Halal zat merupakan *necessary condition* dan halal cara memperolehnya merupakan *sufficient condition*.

Teori Pengambilan Keputusan

Pengertian Keputusan Pembelian

James A.F Stoner mengemukakan, keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif pilihan (Hasan, 2002:9). Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu :

- a. Pilihan berdasar alasan logis atau dengan berbagai pertimbangan.
- b. Pilihan terbaik dari beberapa alternatif yang bersifat wajib.
- c. Tujuan yang ingin dicapai dan keputusan yang mendekati pada tujuan tersebut.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2004).

Dalam setiap proses pengambilan keputusan hendaknya memahami empat komponen dari sebuah pengambilan keputusan (Hasan, 2002:11), yaitu :

- a. Tujuan pengambilan keputusan
- b. Identifikasi alternatif keputusan untuk menemukan solusi
- c. Perhitungan mengenai faktor-faktor tidak terduga
- d. Sarana atau alat untuk evaluasi hasil dari suatu pengambilan keputusan.

Proses Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler (2004:204-211) ada 5 tahap yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Pengenalan masalah
Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan. Kebutuhan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.
- b. Pencarian informasi
Seorang konsumen yang telah mengetahui kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk yang diinginkan. Situasi ini terbagi menjadi dua yaitu, (1) menguatnya perhatian dan (2) pencarian aktif informasi.
- c. Penilaian alternatif
Pada proses penilaian alternatif, konsumen memproses informasi dari beberapa produk yang berpotensi. Beberapa konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen dijelaskan dalam tiga bagian yaitu : (1) konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan. (2) konsumen mencari manfaat tertentu dari produk. (3) konsumen menganggap tiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.
- d. Keputusan Pembelian
Keputusan yang diambil oleh konsumen sangat berkaitan erat dengan perbandingan antara manfaat beserta resiko yang akan didapat akibat keputusan untuk membeli tersebut.
- e. Perilaku Pasca Pembelian
Para pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang. Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembelian produk. *Negative word of mouth* kemungkinan juga akan menyebar dari konsumen yang tidak puas.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Dari penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Faundri A. (2012) dan Alfi Mulikhah (2015), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu faktor karakteristik KPR syariah, faktor religiusitas, faktor pengetahuan, dan faktor pelayanan. Penjelasan lebih lanjut

mengenai keterkaitan teori dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih KPR Syariah dijelaskan sebagai berikut :

Faktor karakteristik KPR syariah

Merupakan karakter yang dimiliki oleh KPR Syariah. Ada 2 indikator di faktor karakteristik KPR, yaitu jangka waktu pembiayaan dan margin tetap (*fix rate*).

a) Jangka Waktu Pembiayaan

Untuk membantu kebutuhan masyarakat banyak perbankan menerapkan kebijakan layanan KPR mereka dengan jangka waktu maksimal selama 15-20 tahun. Kebijakan ini diharapkan mampu memberikan pilihan bagi masyarakat dalam pembayaran angsuran rumahnya. Untuk semua jenis KPR syariah, nasabah juga diuntungkan ketika ingin melunasi angsuran sebelum masa kontrak berakhir, karena bank syariah tidak akan mengenakan penalti. Bank syariah tidak memberlakukan sistem penalti karena harga KPR sudah ditetapkan sejak awal.

b) Margin Tetap (*Fix Rate*)

Skema KPR syariah memberi kepastian jumlah angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulan. Nasabah tidak akan dipusingkan dengan masalah naiknya angsuran apabila terjadi kenaikan suku bunga pasar karena besarnya nilai angsuran tetap sampai masa angsuran selesai. Harga jual rumah ditetapkan diawal ketika nasabah menandatangani perjanjian pembiayaan jual beli rumah. Dengan demikian, faktor penting yang dapat dijadikan pertimbangan untuk memilih KPR bank syariah adalah uang muka yang ringan, jangka waktu pembiayaan lama, kepastian nilai angsuran selama masa pembiayaan, dan tidak ada penalti jika angsuran lunas sebelum jangka waktu selesai.

Faktor Religiusitas

Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek akidah kehidupan manusia dengan akidah, syariah, dan akhlaq (Karim, 2011 : 1-2). Pada aspek akidah yaitu berhubungan dengan masalah-masalah keimanan dan dasar-dasar agama. Akidah memberikan dasar bagi seseorang mengenai hakikat apa yang harus dilakukan dalam hidupnya. Sehingga apa yang dilakukan seseorang dalam hidupnya akan selalu berpegang teguh pada akidahnya. Selanjutnya terdapat aspek syariah yang berisi aturan atau hukum-hukum yang berkaitan dengan perintah dan larangan sebagai penuntun hidup. Perkembangan kehidupan manusia yang semakin berkembang dan dinamis menjadikan aspek syariah mengalami banyak perubahan. Perubahan tersebut terutama terjadi dalam konsep bermuamalah sehingga mengharuskan perubahan pula pada syariat. Hal ini sesuai dengan yang diterangkan dalam Al-Qur'an (Depag RI, 2005 : 116) :

.....لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَا جَا.....

Artinya : "... untuk tiap-tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang". (Al-Maidah : 48)

Dan akhlaq yang merupakan perilaku atau sikap hidup yang dilakukan sebagai wujud adanya akidah dan syariah yang menjadi tolak ukur kualitas keberagaman seseorang (Karim, 2011 : 3-13). Oleh karena itu kepatuhan agama dalam melakukan segala sesuatu merupakan wujud adanya aspek akidah, syariah, dan akhlaq.

Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah.

Haram zatnya disebabkan oleh objek transaksinya yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa setiap transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan atau kedua belah pihak yang sama-sama ridho terhadap terjadinya suatu transaksi sehingga tidak akan terjadi *tadlis* yaitu penipuan. Haram selain zatnya dalam praktek kegiatan perekonomian karena melanggar beberapa hal berikut, yaitu : *gharar, bai' najasy, riba, maysir, riswah*. Selain itu adanya dukungan dari Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam Al-Qur'an (Depag RI, 2005 : 66) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”. (Al-Imran : 130)

Selanjutnya yang terakhir harus memperhatikan lengkap atau tidaknya akad yang dilakukan. Suatu transaksi dapat dikatakan tidak sah atau sah karena adanya rukun dan syarat suatu transaksi (Karim, 2011 : 30-49). Hal tersebut dikarenakan agar bisnis yang dijalankan di perbankan syariah akan jelas sehingga keberlangsungan bisnis tersebut termasuk kedalam bisnis halal yang memberi keuntungan material dan spiritual. Sehingga dapat disimpulkan penentuan pengaruh keputusan nasabah membeli KPR Syariah pada karakteristik faktor religiusitas karena menerapkan apa yang agama ajarkan, prinsip syariah, akad yang sesuai syariah, kegiatan muamalah yang halal, dan larangan riba.

Faktor Pengetahuan

Sebelum calon nasabah menggunakan jasa perbankan, maka diperlukan sebuah atau beberapa informasi atau pengetahuan akan suatu bank, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa merugikan atau dirugikan. Pengetahuan atau informasi tentang perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, saudara, keluarga, media cetak, media elektronik, dan lain-lain. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas, dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan. Selain itu berkaitannya dengan pengetahuan, di Al-Qur'an dijelaskan tentang pentingnya pengetahuan (Depag RI, 2005 : 543) :

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

Artinya : “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”. (Al-Mujadalah : 11)

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

1) Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan (Barnadib, 1996:80).

2) Media

Media yang secara khusus didesain untuk masyarakat yang sangat luas. Misalkan : televisi, radio, koran, papan reklame, dan majalah (Hermawan, 2012:192).

3) Keterpaparan Informasi

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau pula berupa transfer pengetahuan. Informasi dapat mencakup data, teks, *image*, kode, suara, program komputer, *database*. Informasi dapat juga dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar serta diteruskan melalui komunikasi (Lupiyoadi, 2013:109).

Oleh karena itu hal-hal yang perlu diperhatikan terkait pengetahuan dalam keputusan memilih KPR Syariah dapat ditentukan dengan indikator adanya informasi dari media, pengalaman teman, pengalaman saudara/keluarga, mengetahui prinsip KPR Syariah, dan mengetahui perhitungan margin keuntungan KPR Syariah.

Faktor Pelayanan

Menurut Ruslan (2005 : 275) dalam konsep *service of excellent* ada empat pokok yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, sehingga apabila salah satu tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan dinilai tidak baik. Agar nasabah mendapat pelayanan yang baik maka pihak bank harus memiliki konsep tersebut, dengan cara tingkah laku yang sopan, santun, ramah, dan informasi yang diberikan harus jelas dan tepat. Dalam bermuamalah pelayanan merupakan faktor yang sangat penting, dimana seperti yang diungkapkan dalam Al-Qur'an (Depag RI, 2005 : 106) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu...” (Al-Maidah :1).

Ayat ini menjelaskan, bahwa setiap mukmin berkewajiban menunaikan apa yang telah dia janjikan dan aqadkan baik berupa perkataan maupun perbuatan. Dan pelayanan merupakan salah

satu wujud tindakan perbankan syariah dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya (Badri, 2008 : 44).

Selanjutnya, menurut Mussry, Wirtz, dan Lovelock (2010 : 154) terdapat dimensi-dimensi kualitas layanan yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa, diantaranya penampilan unsur fisik (*tangibles*), kinerja yang dapat diandalkan dan akurat (*reliability*), kecepatan dan kegunaan (*responsiveness*), kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan (*assurance*), dan akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan (*empathy*). Hal-hal yang berkaitan dengan kualitas layanan tersebut memang perlu diperhatikan oleh perbankan syariah agar nasabah perbankan syariah tetap setia menggunakan layanan perbankan syariah. Sehingga pelayanan yang ramah, sopan, santun, dan penggunaan fasilitas yang mudah tentunya dapat menjadi pertimbangan nasabah memilih KPR Syariah di bank syariah. Oleh karena itu yang dapat dijadikan indikator untuk melihat pengaruh pelayanan terhadap keputusan memilih KPR Syariah di bank syariah adalah pelayanan yang sopan, santun, ramah, pelayanan yang cepat dan profesional, serta penggunaan fasilitas yang mudah.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:7) pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, kumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yang menggambarkan data-data informasi berdasarkan pada fakta yang diperoleh di lapangan. Fokus penelitian ini adalah pada persepsi yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih KPR syariah. Sehingga lokasi penelitian ini dilakukan di perumahan-perumahan yang ada di kota Malang yang menjadi nasabah KPR BTN syariah.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Arikunto (2006:131), sampel adalah sebagian populasi yang dianggap mewakili populasi yang diteliti. Penelitian yang dilakukan terhadap sampel tersebut diharapkan dapat mewakili kondisi keseluruhan dari populasi yang ada. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:122). Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah nasabah KPR Syariah Bank BTN Syariah Cabang Malang dan KPR BTN Cabang Malang.

Penentuan besarnya sampel didasarkan pada pendapat Gudono (2012) yang menegaskan bahwa jumlah observasi dalam regresi logistik minimal adalah 100. Dalam penelitian ini jumlah sampelnya sebanyak 100 responden. Dimana, 50 responden KPR BTN Syariah dan 50 responden KPR BTN. Kuisisioner ini diisi oleh para responden setelah peneliti menerangkan cara pengisian daftar pernyataan serta maksud pernyataan, selanjutnya daftar pernyataan diserahkan kepada responden.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber, adalah Umar (2001:42) :

a. Data Primer

Data primer (*primary sources*) merupakan data yang didapat dari sumber pertama seperti hasil wawancara atau hasil kuisisioner. Sumber data primer ini diperoleh dari observasi secara langsung ke sumber penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan 100 kuisisioner kepada nasabah KPR BTN syariah dan nasabah KPR BTN cabang Malang. Kuisisioner di dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu bagian satu dan bagian dua. Kuisisioner bagian satu penelitian mengenai identitas responden, seperti usia, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan perbulannya. Bagian dua kuisisioner penelitian mengenai pernyataan responden mengenai variabel dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder (*secondary sources*) adalah data yang tidak diperoleh dari sumbernya langsung, melainkan telah terhimpun pada pihak lain dan biasanya sudah berupa informasi

publik yang diterbitkan oleh lembaga atau instansi tertentu dan berwenang. Data ini diambil melalui kajian pustaka dari buku, jurnal, internet, atau literatur lainnya.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi logistik. Metode ini digunakan karena variabel dependen yaitu Y berupa dummy atau dua pilihan. Setelah data terkumpul dari kuesioner, input data terakhir akan dioalah dengan menggunakan software SPSS versi 20.0

Model analisis regresi logistik dilakukan dengan menggunakan persamaan berikut ini :

$$PL = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

$$PL = \text{Ln} \left[\frac{PL}{1-PL} \right]$$

Dimana $\text{Ln} \left[\frac{PL}{1-PL} \right]$ simbol yang menunjukkan penggunaan perbankan terhadap pembiayaan KPR yang diproyeksikan dengan variabel dummy (kategori 1 untuk responden pengguna KPR BTN Syariah dan kategori 0 untuk responden pengguna KPR BTN). PL merupakan Probabilitas Logit.

- α = Konstanta
- X_1 = Karakteristik KPR
- X_2 = Religiusitas
- X_3 = Pengetahuan
- X_4 = Pelayanan
- $B_1-\beta_4$ = Koefisien Regresi
- E = Kesalahan pengganggu

D. PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan data yang terkumpul dari penyebaran kuesioner, dapat diringkas dalam tabel 1. dimana terdapat data mengenai gambaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, agama, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu 87 orang. Berdasarkan usia, mayoritas responden baik KPR syariah maupun KPR konvensional berumur 26-30 tahun yaitu 23 orang dan 15 orang. Berdasarkan agama, mayoritas responden yang beragama Islam yaitu 50 orang responden KPR syariah dan 48 orang responden KPR konvensional. Untuk tingkat pendidikan semua responden mengenyam pendidikan perguruan tinggi, dengan mayoritas S1 sebanyak 39 orang responden KPR syariah dan 40 orang responden KPR konvensional. Kemudian berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 36 orang responden KPR syariah, dan 28 orang responden KPR konvensional. Mayoritas pendapatan responden baik dari responden KPR syariah maupun KPR konvensional Rp 2-4 Juta / bulan yaitu 37 orang dan 32 orang. Data yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 1 : Gambaran Umum Responden

Item	Data Responden	KPR Syariah		KPR Konvensional	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	82%	46	92%
	Perempuan	9	18%	4	8%
	Jumlah	50	100%	50	100%
Usia	21-25 tahun	8	16%	3	6%
	26-30 tahun	23	46%	15	30%
	31-35 tahun	13	26%	19	38%
	36-40 tahun	5	10%	10	20%
	41-45 tahun	1	2%	3	6%
	>45 tahun	-	-	-	-

Item	Data Responden	KPR Syariah		KPR Konvensional	
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
Agama	Islam	50	100%	48	96%
	Kristen	-	-	1	2%
	Katolik	-	-	-	-
	Budha	-	-	-	-
	Hindu	-	-	1	2%
	Jumlah	50	100%	50	100%
Pendidikan	SD	-	-	-	-
	SMP	-	-	-	-
	SMA	-	-	-	-
	Diploma	8	16%	4	8%
	S1	39	78%	40	80%
	S2	3	6%	6	12%
	Lainnya	-	-	-	-
	Jumlah	50	100%	50	100%
Pekerjaan	Karyawan Swasta	36	72%	28	56%
	Wiraswasta	6	12%	3	6%
	PNS	7	14%	8	16%
	Lainnya	1	2%	11	22%
	Jumlah	50	100%	50	100%
Pendapatan Perbulan	< Rp 2.000.000/bulan	8	16%	3	6%
	Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000/bulan	37	74%	32	64%
	Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000/bulan	5	10%	14	28%
	Rp > 6.000.000/bulan	-	-	1	2%
	Jumlah	50	100%	50	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Hasil Analisis Regresi Logistik

Hasil perhitungan regresi logistik terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah adalah sebagai berikut :

Tabel 2 : Hasil Koefisien Regresi Logistik

Faktor	Koefisien Regresi	Signifikansi
X1	0,748	0,002
X2	0,679	0,019
X3	0,545	0,131
X4	0,681	0,043
Konstanta	-44,089	0,003

a. Variable(s) entered on step 1 : X1, X2, X3, X4

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan nilai koefisien regresi pada tabel di atas, dapat dibuat persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = -44,089 + 0,748X_1 + 0,679X_2 + 0,545X_3 + 0,681X_4$$

Berdasarkan tingkat signifikansi yang digunakan, yaitu sebesar $\alpha = 0,05$. Dari tabel 4.9 di atas pada kolom signifikansi, nilai yang lebih kecil $\alpha = 0,05$ adalah Faktor Karakteristik KPR syariah (X_1) dengan nilai 0,002, Faktor Religiusitas (X_2) dengan nilai 0,019, dan Faktor Pelayanan (X_4) dengan nilai 0,043 sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat keyakinan 95 persen variabel X_1 , X_2 , dan X_4 berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR

Syariah. Sedangkan Faktor Pengetahuan (X_3) dengan nilai 0,131 lebih dari nilai signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat keyakinan 95 persen variabel X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR Syariah.

Uji Goodness Of Fit (R^2)

Untuk mengetahui ukuran ketepatan model yang dipakai, maka digunakan Uji *goodness of fit*. Ukuran tersebut dinyatakan dengan presentase variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Besarnya R^2 diambil dari nilai “Cox & Snell” dan “Nagelkerke” pada *software SPSS*.

Tabel 3 : Hasil Uji Goodness Of Fit (R^2)

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	21,907 ^a	,689	,918

a. Estimation terminated at iteration number 9 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari hasil perhitungan di atas diketahui nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,918. Nilai tersebut menunjukkan total kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan keragaman variabel terikat. Sehingga total variasi yang dapat dijelaskan melalui model yang terpakai adalah 91,8 persen atau variabel karakteristik KPR syariah yaitu religiusitas, pengetahuan, dan pelayanan menjelaskan sebesar 91,8 persen dari total variabel yang ikut menjelaskan variabel dependen. Sedangkan 8,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Model dan Parameter

Selanjutnya untuk menguji hipotesis nol digunakan Uji *Hosmer and Lemeshow* bahwa data empiris cocok atau dengan kata lain sudah sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dikatakan fit). Jika nilai *hosmer and lemeshow* $> 0,05$ maka H_0 diterima dan berarti ada perbedaan modal yang mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model diterima karena cocok dengan data observasinya. Hasil uji *hosmer and lemeshow* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 : Hasil Uji Hosmer and Lemeshow
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	,709	8	1,000

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari hasil pengujian ditemukan bahwa model yang diajukan telah cukup mampu menjelaskan data karena statistik *Hosmer and Lemeshow Goodness of fit* memiliki nilai sig = 1,000. Nilai ini lebih besar dari $\alpha = 0,05$ sehingga hipotesis nol (H_0) diterima dan (H_1) ditolak, berarti model telah mampu memprediksi nilai observasinya atau model telah mampu menjelaskan data.

Uji yang dilakukan selanjutnya yaitu uji signifikansi tiap-tiap parameter yang disebut Uji Wald. Uji ini dilakukan dengan membandingkan statistik Wald yang terdistribusi chi-square pada $df=1$ dengan chi-square tabel pada α . Jika statistik Wald lebih besar dari chi-square tabel pada $df=1$ dengan tingkat signifikansi α maka parameter signifikan.

Tabel 5 : Hasil Uji Wald

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	X1	,748	,243	9,483	1	,002	2,114
	X2	,679	,291	5,463	1	,019	1,973
	X3	,545	,361	2,284	1	,131	1,725
	X4	,681	,336	4,114	1	,043	1,976
	Constant	-44,089	14,866	8,796	1	,003	,000

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4.

Sumber : Data primer diolah, 2016

Pada tabel di atas, didapat nilai dari masing-masing variabel pada keputusan memilih KPR syariah. Faktor X_1 sebesar 9,483; X_2 sebesar 5,463; X_3 sebesar 2,284; dan X_4 sebesar 4,114. Dari hasil pada tabel diketahui ada tiga variabel yang signifikan terhadap α atau lebih besar dari 3,481 yaitu X_1 , X_2 , dan X_4 . Sedangkan variabel X_3 tidak signifikan terhadap α karena nilai uji Wald lebih kecil dari nilai α . Sehingga dapat disimpulkan bahwa X_1 (Karakteristik), X_2 (Religiusitas), dan X_4 (Pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih KPR Syariah.

Interpretasi Model dan Parameter

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = -44,089 + 0,748X_1 + 0,679X_2 + 0,545X_3 + 0,681X_4$$

1. Variabel Karakteristik KPR Syariah

Slope untuk variabel karakteristik KPR syariah mempunyai parameter = 0,748. Artinya, proporsi responden yang menyetujui bahwa KPR syariah diterapkan dengan uang muka ringan, jangka waktu pembiayaan lama, besaran angsuran tetap, dan tidak ada penalti lebih besar bila dibandingkan dengan responden yang tidak menyetujui karakteristik KPR syariah tersebut.

Data di atas menunjukkan, responden yang sudah menjadi nasabah KPR syariah benar-benar berpreferensi pada uang muka ringan, jangka pembiayaan lama, tidak ada penalti. Dengan kata lain, nasabah benar-benar memaksimalkan manfaat yang didapat (utilitas) dari KPR syariah ini. Utilitas sendiri digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh konsumen (Rahardja dan Manurung, 2004:75).

2. Variabel Religiusitas

Slope untuk variabel religiusitas mempunyai parameter = 0,679. Artinya, proporsi keputusan nasabah memilih KPR syariah berdasarkan religiusitas seseorang yang menilai KPR syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah, kegiatan muamalat yang halal, dan tidak mengandung unsur riba lebih besar daripada proporsi keputusan nasabah memilih KPR syariah berdasarkan religiusitas seseorang yang menilai KPR syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah, kegiatan muamalat yang tidak halal, dan mengandung unsur riba.

Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman nasabah KPR syariah terhadap sistem syariah dipengaruhi oleh religiusitas seseorang, dimana perilaku nasabah dipengaruhi oleh akhlaq dan akidah seseorang. Akidah memberikan dasar bagi seseorang mengenai hakikat apa yang harus dilakukan dalam hidupnya. Selanjutnya pada aspek syariah berisi aturan atau hukum-hukum yang berkaitan dengan perintah dan larangan sebagai penuntun hidup, dan akhlaq yang merupakan perilaku atau sikap hidup yang dilakukan sebagai wujud adanya akidah dan syariah yang menjadi tolak ukur kualitas keberagamaan seseorang (Karim, 2011:3-13).

Dengan kata lain, nasabah memaksimalkan kepuasannya pada sesuatu yang mereka anggap halal. Hal ini menandakan bahwa semakin banyak barang/jasa halal yang dikonsumsi, semakin menambah tingkat kepuasan mereka (Karim, 2001:32).

3. Variabel Pengetahuan

Variabel pengetahuan mempunyai parameter = 0,545. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi responden yang mengetahui informasi mengenai KPR syariah dengan baik lebih besar daripada responden yang tidak mengetahui informasi KPR syariah dengan baik.

Informasi detail tentang KPR syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap aktivitas perbankan syariah. Untuk meningkatkan perkembangan bank

syariah khususnya KPR, bank syariah sebaiknya meningkatkan kegiatan promosi baik melalui media cetak, elektronik maupun promosi langsung agar informasinya tersebar luas sehingga masyarakat tahu dan paham mengenai manfaat menjadi nasabah KPR bank syariah. Seperti yang kemukakan Amirullah (2002:39) bahwa kegiatan promosi merupakan salah satu kegiatan inti dari sistem pemasaran yang dapat digunakan pemasar untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Semakin banyak masyarakat yang menjadi nasabah diharapkan dapat menjadi magnet bagi masyarakat lain seperti keluarga, teman agar ikut menjadi nasabah bank syariah khususnya KPR.

4. Variabel Pelayanan

Variabel pelayanan pada bank mempunyai parameter = 0,681. Hal ini memberikan arti bahwa responden yang merasa puas terhadap pelayanan KPR bank syariah (mudah, ramah, cepat, dan profesional) jumlahnya lebih besar bila dibandingkan dengan jumlah responden yang tidak puas terhadap pelayanan KPR bank syariah.

Menurut Irawan (2003:37) bahwa pelayanan yang baik atas barang atau jasa yang ditawarkan merupakan hal yang mutlak bagi produsen untuk menjamin kepuasan pelanggannya. Hal ini sesuai dengan data di atas yang menunjukkan bahwa nasabah KPR bank syariah sudah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah. Selain itu, fakta ini juga membenarkan bahwa utility (kepuasan) merupakan suatu dasar pengambilan keputusan seorang konsumen (Rahardja dan Manurung, 2004:76).

Hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan untuk menentukan tingkat keberhasilan bank syariah untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya sudah sesuai dengan pendapat Mussry, Wirtz, dan Lovelock (2010:154), dimana kualitas jasa harus memperhatikan : *tangibles* (penampilan unsur fisik), *reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat), *responsiveness* (kecepatan dan kegunaan), *assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), dan *empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

Faktor Dominan

Faktor karakteristik KPR syariah mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih KPR syariah karena hasil regresi logistik, faktor X_1 (karakteristik KPR syariah) memiliki koefisien β yang paling besar, yaitu 0,748.

Kondisi ini menunjukkan bahwa responden menempatkan faktor karakteristik KPR syariah sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan. Selain itu, dapat dikatakan mayoritas responden yang memilih KPR syariah sudah banyak yang memahami konsep KPR syariah dimana tingkat suku bunga tidak mempengaruhi angsuran perbulannya sehingga berapapun tingkat suku bunga berada apakah naik atau turun angsuran perbulannya akan tetap sama sesuai dengan perjanjian di awal akad yang sudah disepakati. Selain itu, mereka juga lebih suka dengan tidak adanya penalti apabila ingin melunasi pembiayaan sebelum jatuh tempo.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Faktor karakteristik KPR syariah, religiusitas, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah. Sedangkan faktor pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah.
2. Faktor karakteristik KPR syariah menjadi faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah. Pemahaman nasabah terhadap KPR syariah sudah bagus dan konsisten. Hal ini didasari oleh faktor karakteristik KPR syariah yang berpengaruh secara signifikan, dan pengetahuan yang ternyata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah. Meskipun faktor pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan, hasil sikap responden mayoritas paham dan mengerti dengan akad yang digunakan KPR syariah.

Saran

1. Agar perkembangan perbankan syariah terus naik khususnya produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah, maka sosialisasi secara intens kepada masyarakat tentang bank syariah secara umumnya dan tentang KPR syariah secara khususnya agar masyarakat

mengerti, paham tentang sistem, konsep, produk, keuntungan, dan keunggulan KPR syariah.

2. Selain sosialisasi dan peningkatan pemahaman akan KPR syariah, aspek penting lainnya yaitu pelayanan. Pelayanan dari bank syariah khususnya mengenai KPR syariah juga perlu diperbaiki dan ditingkatkan agar nasabah merasa nyaman, dan jumlah nasabah dapat bertambah serta dapat bersaing dengan bank konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi' i. 2001. *Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Aliah, Wasilatul. 2010. *Preferensi Nasabah terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR Syariah) (Studi pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor)*. Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Amri, Kharisma Faundria. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Pemilihan KPR Syariah : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi VI. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Armawan, Fikhri. 2007. *Analisis Faktor-Faktor Bank dan Internal Nasabah yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya.
- Badri, M. Arifin bin. 2008. *Sifat Perniagaan Nabi*. Cetakan Pertama. Bogor : Darul Ilmi.
- Barnadib, Imam. 1996. *Dasar – Dasar Kependidikan: Memahami Makna dan Prespektif Beberapa Teori Pendidikan*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Burhan, Umar. 1997. *Memberdayakan Ekonomi Umat : Suatu Kajian Konsepsional dan Beberapa Bukti Empiris*. Lintasan Ekonomi, Vol. IV, No. 1, Edisi Khusus.
- Depag RI. 2005. *Alqur'an dan Terjemahan*. Bandung : Syamil Al-Qur'an.
- Ghozali. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dendan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dendan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Gudono. 2012. *Analisis Multivariat*. Yogyakarta : BPF
- Gujarati, Damodar. 2003. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta : Erlangga.
- Habiby, Tri Rahmat. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Meminjam Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Studi Kasus Di Kota Malang*. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. Diakses pada 17 Januari 2016.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Heykal, Mohammad. 2014. *Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah di Indonesia : Studi Pendahuluan*. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Komunikasi. Universitas Binus. Diakses pada 11 Januari 2016.
- Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Karim, Adiwarmar. 2001. *Microeconomics Islam*. Jakarta : Muamalat Institute.
- _____. 2011. *Bank islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Laporan Tahunan Bank BTN tahun 2015. www.btn.co.id diakses pada 21 Januari 2016.

- Lathif, Azharudin. 2005. *Fiqh Muamalat*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, Alfi. 2015. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEB UB)*. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. Diakses pada 17 Januari 2016.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mussry, Jacky, Wirtz, Jochen, dan Lovelock, Christopher. 2010. *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta : Erlangga.
- Rahardja, Prathama, dan Manurung, Mandala. 2004. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ruslan, Rosadi. 2005. *Management Public Relations*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Soemitro, Warkum. 2002. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (BAMUI& TAFKUL) di Indonesia*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV. Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Cetakan ke 17. Bandung : CV. Alfabeta
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2001. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nazir, Muhammad. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nicholson, Walter. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Terjemahan IGN Bayu Mahendra dan Abdul Aziz. Jakarta : Erlangga.
- Muslimin. 2002. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Malang : Bayu Media & UMM Press.
- Utomo, Toni Prasetyo. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)*. Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. Diakses pada 17 Januari 2016.
- Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta : UII Press.
- Yogaswara, Rhesa. 2010. *Potensi Lembaga Keuangan Syariah Mikro dalam Skema Pembiayaan Perumahan secara Syariah*, dalam Seminar Internasional IBFI Trisakti : Jakarta.