

## Pengaruh Pemahaman Akad *Murabahah* dan Minat Pengajuan KPR Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Menggunakan KPR Syariah (Studi Kasus di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Kabupaten Bekasi)

Nur Fajar Maulidia<sup>1</sup> Destiana Kumala<sup>2</sup> Sawqi Saad El Hasan<sup>3</sup>

Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, STEBIS Bina Mandiri, Bogor, Jawa Barat, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [nfajarm07@gmail.com](mailto:nfajarm07@gmail.com)<sup>1</sup> [destiana.kumala86@gmail.com](mailto:destiana.kumala86@gmail.com)<sup>2</sup> [sawqi@binamandiri.ac.id](mailto:sawqi@binamandiri.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

*This research is motivated by the importance of consumers in deciding to purchase Sharia KPR, where this is influenced by several factors, including understanding the Murabahah contract and interest. This study aims to identify and analyze the effect of understanding the Murabahah contract and interest in applying for a Sharia KPR on the decision to buy a house using a Sharia KPR, with a case study at Mutiara Puri Harmoni 3 Housing in Bekasi Regency, both partially and simultaneously. This research method uses a quantitative approach with data collection through questionnaires as primary data and agency documents and scientific literature as secondary data. A sample of 66 respondents was determined from a population of 190 consumers using the Slovin formula with an error rate of 5%. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the effect of two independent variables on the dependent variable. The results showed that understanding of the murabaha contract and interest in applying for an Islamic KPR simultaneously and partially had a positive and significant effect on the decision to purchase a house through an Islamic KPR scheme. This finding confirms that these two variables are key factors that contribute directly to encouraging consumers to make purchasing decisions. Thus, the higher the level of understanding of the murabaha contract and interest in Sharia KPR, the greater the likelihood of a home purchase decision through sharia-based financing.*

**Keywords:** *Muraba Contract, Interest, Purchase decision*

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya konsumen dalam memutuskan pembelian KPR Syariah, dimana hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu pemahaman akad *murabahah* dan minat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh pemahaman akad *murabahah* dan minat pengajuan KPR Syariah terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah, dengan studi kasus di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Kabupaten Bekasi, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner sebagai data primer dan dokumen instansi serta literatur ilmiah sebagai data sekunder. Sampel sebanyak 66 responden ditentukan dari populasi 190 konsumen menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh dua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap akad *murabahah* dan minat pengajuan KPR Syariah secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah melalui skema KPR Syariah. Temuan ini menegaskan bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor kunci yang berkontribusi secara langsung dalam mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pemahaman akad *murabahah* dan minat terhadap KPR Syariah, semakin besar kemungkinan terjadinya keputusan pembelian rumah melalui pembiayaan berbasis syariah.

**Kata Kunci:** Akad *Murabahah*, Minat, Keputusan Pembelian

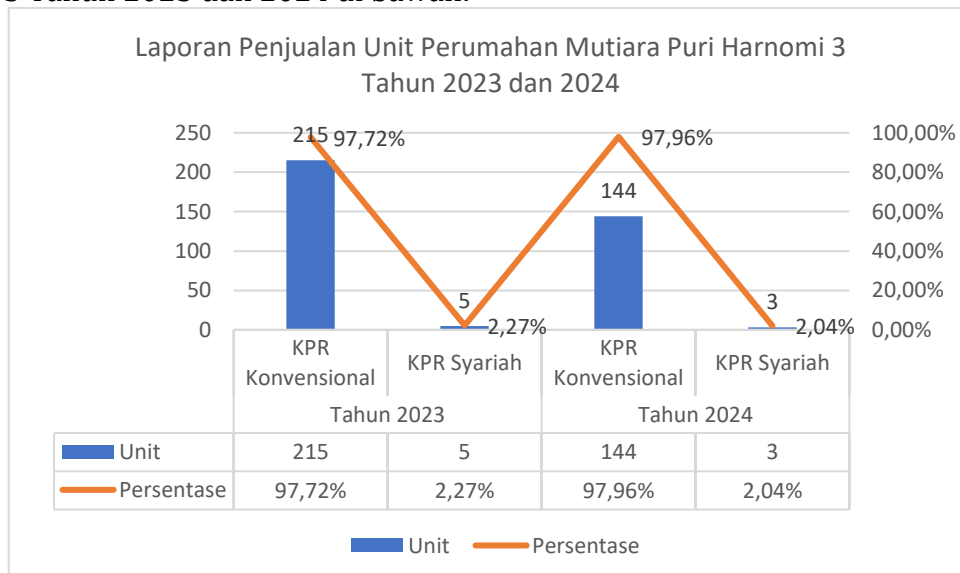


This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

Perkembangan sektor perumahan di Indonesia menunjukkan tren yang meningkat, khususnya dalam produk pembiayaan berbasis syariah. Pada data yang didapatkan dalam Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 mencatat bahwa pembiayaan KPR syariah tumbuh sebesar 15%. Selain itu survey yang dilakukan Rumah.com mengungkapkan bahwa 60% responden lebih memilih KPR syariah dibanding KPR konvensional, yang mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip keuangan syariah. Peningkatan ini menunjukkan adanya pergeseran dalam preferensi konsumen yang semakin memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. KPR syariah, sebagai salah satu alternatif pembiayaan, menawarkan solusi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah bagi masyarakat yang ingin memiliki rumah. Namun, keberhasilan produk ini sangat tergantung pada pemahaman masyarakat terhadap akad *murabahah* dan minat mereka untuk mengajukan KPR syariah. Akad *murabahah*, yang merupakan jenis kontrak jual beli dengan margin keuntungan yang transparan dan disepakati, menjadi landasan utama dalam KPR syariah. Sehingga pentingnya pemahaman yang baik mengenai akad *murabahah* dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih KPR syariah.

Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 merupakan salah satu perumahan subsidi yang terletak di Kabupaten Bekasi yang tergabung dalam developer Vista Land Group. Lokasi perumahan ini cukup strategis, namun uang muka yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan dengan kompetitor di wilayah sekitar. Selain itu, meskipun perumahan ini termasuk developer non syariah, perumahan ini memberikan pilihan pembiayaan KPR Syariah di Bank BTN Syariah dengan akad *murabahah*, hal ini bertujuan untuk memfasilitasi konsumen yang tidak ingin melakukan KPR di Bank konvensional. Namun, meskipun Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 memiliki banyak keunggulan, dimana salah satunya ada pilihan pembiayaan KPR syariah, tetapi pada laporan penjualannya banyak konsumen yang memutuskan untuk menggunakan KPR konvensional. Hal ini terlihat pada data penjualan unit Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Tahun 2023 dan 2024 di bawah:



**Gambar 1. Laporan Penjualan Unit Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Tahun 2023 dan 2024**

Berdasarkan gambar 1. Laporan Penjualan Unit Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Tahun 2023 dan 2024. Jumlah unit penjualan menggunakan KPR Konvensional sebanyak 215 unit atau 97,72% dan KPR Syariah hanya sebanyak 5 unit atau 2,28% pada tahun 2023. Dan pada tahun 2024 sebanyak 144 unit 97,96% dan KPR Syariah sebanyak 3 unit atau 2,04%.

Disini terlihat bahwa rendahnya KPR syariah jauh dibanding dengan konvensional. Padahal KPR syariah menawarkan solusi yang sesuai prinsip syariah yaitu menggunakan akad *Murabahah*. Dalam hal ini alasan konsumen memutuskan menggunakan KPR konvensional di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 karena KPR Syariah dengan KPR Konvensional, dari segi tenor maupun biaya cicilan nilainya sama, yang membedakan hanya dari akad yang digunakan. Konsumen hanya fokus pada harga jual beli namun tidak fokus pada akad dan nilai syariah yang terkandung di dalamnya. Padahal sebagai muslim seharusnya memahami bahwa pentingnya menjauhi riba dan mentaati prinsip-prinsip syariah. Artinya, Konsumen pada perumahan ini masih kurang pemahaman tentang akad yang digunakan pada KPR syariah yaitu *murabahah* dan karena terfokus ke harga jual beli sehingga minat terhadap KPR syariah menjadi rendah. Menurut Juniawati et al. (2024), pemahaman akad *murabahah* merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah. Akad *murabahah*, sebagai salah satu mekanisme dalam KPR Syariah, menekankan transparansi dalam penetapan harga dan margin keuntungan, sehingga memberikan rasa aman bagi konsumen yang ingin menghindari riba. Selain itu, minat konsumen dalam pengajuan KPR syariah juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah (Nurrunajmi & Amaliah, 2024). Dengan pemahaman konsumen tentang akad *murabahah* dan minat konsumen dalam pengajuan KPR syariah tinggi maka keputusan mereka dalam memilih pembelian rumah menggunakan KPR syariah juga meningkat. Kebaharuan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nurrunajmi & Amaliah (2024) dengan judul “Pengaruh Preferensi Dan Minat Terhadap Keputusan Milenial Dalam Kredit Pemilikan Rumah Di Bjb Tamansari Bandung”, dalam penelitiannya variabel pertama fokus pada referensi konsumen, sedangkan penelitian saya fokus pada pemahaman akad *murabahah*. Kebaharuan lainnya yaitu, belum pernah ada yang melakukan penelitian mengenai studi kasus di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru mengenai akad *murabahah* terhadap minat pengajuan KPR Syariah di area tersebut.

Sehingga berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Pemahaman Akad *Murabahah* Dan Minat Pengajuan KPR Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Menggunakan Kpr Syariah (Studi Kasus di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 di Kabupaten Bekasi).” Penulis melakukan pembatasan pada masalah penelitian dengan memfokuskan perhatian pada variabel-variabel yang relevan, yaitu pemahaman akad *murabahah*, minat pengajuan KPR syariah, dan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis seberapa besar pengaruh pemahaman akad *murabahah* dan minat pengajuan KPR syariah secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR syariah (studi kasus di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3) baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat akademis: memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya dalam memahami hubungan antara pemahaman akad *murabahah*, minat, dan keputusan pembelian KPR syariah. Penelitian ini juga memperkaya referensi akademik terkait perilaku konsumen, dan manfaat praktis: penelitian ini membantu lembaga keuangan syariah meningkatkan edukasi akad *murabahah*, mendukung pelaku industri properti memahami kebutuhan pasar, dan memberikan panduan bagi masyarakat untuk membuat keputusan finansial berbasis syariah, serta dapat menjadi kajian lebih lanjut untuk Bank BTN syariah yang bekerjasama dengan developer untuk lebih mengedukasi melalui media sosial maupun secara langsung, terkait nilai-nilai syariah dalam akad *murabahah* agar dapat menjangkau segmentasi konsumen muslim yang lebih luas.

## Kajian Pustaka

### Pemahaman Akad *Murabahah*

Pemahaman merupakan hasil belajar peserta didik, misalnya dapat merumuskan susunan menggunakan kalimatnya sendiri, atas apa yang telah didengar atau dibacanya (Sudjana, 1995). Sedangkan menurut Melina & Zulfa (2022). Pemahaman konsumen merupakan seluruh informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai jenis produk, jasa dan pengetahuan lainnya yang berhubungan dengan perannya sebagai konsumen. Menurut Antonio (2001) dalam bukunya, *murabahah* diartikan sebagai transaksi jual beli barang dengan harga pokok yang disertai tambahan keuntungan yang telah disepakati. Dalam konteks ini, penjual diwajibkan untuk mengungkapkan harga dasar dari produk yang dijual dan menetapkan tingkat keuntungan sebagai tambahan. Selain itu, penjual juga harus menentukan jangka waktu pembiayaan serta jumlah angsuran yang akan dibayarkan. Sehingga berdasarkan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa pemahaman akad *murabahah* adalah pengetahuan mengenai transaksi jual beli barang dengan harga pokok yang disertai tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam akad ini, penjual harus mengungkapkan harga dasar produk, menetapkan tingkat keuntungan, serta menentukan jangka waktu pembiayaan dan jumlah angsuran yang akan dibayarkan.

Landasan hukum *murabahah* dalam Al-Qur'an yaitu Q.S. An-Nisa ayat 29, yang artinya "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." Berdasarkan ayat di atas dengan jelas bahwa Allah SWT melarang kita untuk memakan harta orang lain dengan cara yang batil, kecuali dengan transaksi yang berdasarkan saling suka sama suka diantara kedua pihak. Oleh sebab itu dalam menjalankan transaksi harus adanya persetujuan dari kedua belah pihak, sehingga transaksi bisa berjalan sesuai syariat islam. Dan landasan hukum *murabahah* dalam hadits Rasulullah SAW yang sebagaimana diriwayatkan oleh Tirmidzi yang artinya " Artinya: Dari Rifa'ah Ibn Rafi', Rasulullah ditanya, 'Wahai Rasulullah, apa pekerjaan yang paling baik?' Rasulullah menjawab bahwa pekerjaan terbaik adalah yang dilakukan dengan tangan sendiri dan perdagangan yang baik." (Riwayat Ahmad, Al Bazzar, dan Ath Thabrani). Regulasi mengenai KPR Syariah di Indonesia diatur dalam undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan dan dalam Peraturan Otoritas Jasa keuangan (PJOK) Nomor 10/PJOK.05/2019 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan Syariah, serta Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) No: 111/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli *Murabahah*.

Rukun dan syarat *murabahah* yaitu penjual (*ba'i*), pembeli (*musytari*), barang (*mabi'*), harga jual (*tsamanatau*), serta ijab dan qabul. syarat penjual (*ba'i*) dan pembeli (*musytari*), yaitu: paham hukum, ridha dan tidak ada paksaan atau dibawah tekanan. Syarat barang (*mabi'*) yaitu bukan barang yang diharamkan, berfaedah, penjual dapat melakukan penyerahan kepada pembeli, bukan merupakan hak milik pihak lain, spesifikasi sesuai dengan apa yang diberikan penjual kepada pembeli, dan barang bergerak dikuasai pembeli setelah akad. Syarat harga jual (*tsamanatau*) yaitu harga jual adalah harga beli ditambah keuntungan. Harga jual tetap selama perjanjian. Pembayaran dan jangka waktu disepakati bersama. Syarat ijab dan qabul yaitu spesifikasi harus jelas, kesesuaian harga dan barang yang disepakati di awal, tidak membatasi waktu. Skema rukun dan syarat pada akad *Murabahah* di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Bekasi. Dalam rukun terdapat pihak-pihak yang terlibat (*Aqad*) seperti Bank BTN syariah sebagai penjual (pemberi pembiayaan) dan Nasabah sebagai pembeli (penerima pembiayaan). Terdapat Barang yang diperjualbelikan dengan jelas dan diketahui oleh kedua pihak seperti barang yang diperjualbelikan adalah tanah dan bangunan rumah dengan luas 60 m<sup>2</sup> untuk

tanah dan 28 m<sup>2</sup> untuk bangunan. Harga Jual dan Margin Keuntungan harus disepakati antara bank dan nasabah, yang mencakup harga beli Bank Rp 185.000.000 Margin keuntungan Rp 79.679.071 Harga jual kepada nasabah Rp 258.679.071. Persetujuan Kedua Pihak (bank dan nasabah) sepakat atas harga jual dan cara pembayaran dengan harga Rp 258.679.071, dan akan membayar angsuran bulanan sebesar Rp 1.437.106 selama 180 bulan. Untuk Syarat-syarat Akad *Murabahah* telah terpenuhi, seperti tidak ada Unsur Riba atau Gharar (Ketidakpastian) karena dalam akad ini, konsumen sudah mengetahui margin keuntungan yang diterapkan dan ridha karena sudah disepakati sebelumnya, dengan alur angsuran yang jelas setiap bulannya sesuai tenor pada akad. Menurut Iqbal (2019) indikator pemahaman akad *murabahah* yaitu: interpretasi akad *Murabahah*, mencontohkan akad *murabahah*, membandingkan akad *murabahah* dengan akad lain.

### Minat Konsumen

Menurut Nurrunnajmi & Amaliah (2024) minat beli konsumen adalah aspek yang bersifat pribadi dan terkait dengan perilaku. Setiap individu yang menginginkan suatu objek akan berusaha untuk memperoleh objek tersebut. Sedangkan menurut Setyobudi & Farida (2021) mendefinisikan minat beli konsumen sebagai tindakan di mana konsumen memiliki harapan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi produk yang tersedia. Sedangkan Menurut Bowen, Kotler, dan Makens (1999) (dalam Priyanti et al. 2017), minat beli muncul setelah melalui proses evaluasi alternatif. Dalam proses ini, individu akan menyusun serangkaian pilihan terkait produk yang ingin dibeli, berdasarkan merek maupun ketertarikan. Minat beli adalah sebuah perilaku yang muncul sebagai reaksi terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Seperti teori yang di kembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991 yaitu teori perilaku yang direncanakan (*Theory of Planned Behavior*) yang mana teori ini menjelaskan bahwa, niat untuk melakukan suatu perilaku seperti minat KPR dipengaruhi oleh tiga komponen utama yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Sikap konsumen terhadap suatu produk mencerminkan evaluasi positif atau negatif mereka yang dapat berpengaruh langsung pada minat beli. Konsumen yang memiliki sikap positif terhadap suatu produk lebih cenderung memiliki minat yang tinggi untuk membelinya. Selain itu, norma subjektif, yang mencakup pengaruh sosial dari keluarga dan teman juga dapat meningkatkan minat beli, jika konsumen merasa bahwa orang-orang terdekat mereka mendukung keputusan untuk membeli minat mereka akan meningkat. Dan yang terakhir adalah kontrol perilaku yaitu yang berkaitan dengan persepsi konsumen tentang kemampuan mereka untuk melakukan pembelian. Konsumen yang merasa memiliki kendali dan akses terhadap informasi yang memadai cenderung lebih berminat untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat konsumen adalah tahap dimana konsumen memilih dari beberapa merek dalam daftar pilihan mereka, dan akhirnya memutuskan untuk membeli alternatif yang paling disukai. Ini merupakan proses yang dilalui konsumen dalam membeli barang atau jasa, berdasarkan berbagai pertimbangan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah ekonomi, aksesibilitas dan religiusitas (Ramadhani et al., 2021). Indikator yang digunakan untuk mengukur minat beli meliputi: minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif (Putri et al., 2022).

### Keputusan Pembelian

Teori keputusan dalam konteks perilaku konsumen menurut Blackwell, Miniard, dan Engel (2013) (dalam Juandi, 2021) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari beberapa tahap. Pertama, pengakuan kebutuhan terjadi ketika konsumen menyadari kekurangan atau keinginan. Kemudian, mereka melakukan pencarian informasi dari sumber

internal dan eksternal. Selanjutnya, konsumen melakukan evaluasi alternatif untuk membandingkan pilihan berdasarkan kriteria tertentu. Setelah itu, mereka mengambil keputusan pembelian dan akhirnya, mengevaluasi dan pengalaman mereka pada tahap perilaku pasca pembelian. Proses ini adalah kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan situasional. Menurut Cravens, (2002) memberi pengertian bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara mengevaluasi lebih dari satu alternatif yang dipengaruhi oleh alasan utama melakukan pembelian yang meliputi cara pembelian, produk, dan situasi.

Keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk. Dalam proses membeli atau menggunakan produk tertentu, konsumen akan melalui serangkaian langkah yang menggambarkan bagaimana mereka menganalisis berbagai input untuk mengambil keputusan pembelian (Abdul Kohar Septyadi et al., 2022). Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang rumit, di mana konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan mempertimbangkan berbagai alternatif. Tujuan dari keputusan pembelian menurut Tjiptono et al. (2012) adalah untuk memberikan pemahaman mengenai jenis produk dan kriteria yang relevan, mengevaluasi produk atau merek baru, serta membandingkan berbagai pilihan yang ada untuk membentuk penilaian terhadap preferensi konsumen. Indikator keputusan pembelian menurut Nevitatama (2024) pengenalan suatu produk, informasi produk, preferensi, keputusan pembelian, dan sesudah melakukan pembelian.

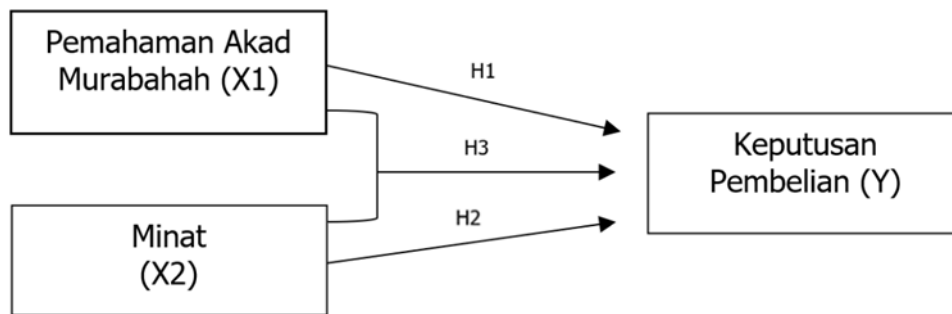
### Review Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Melina & Zulfa (2022) dengan judul “Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Bank Syariah Di Kota Pekanbaru”. Hasilnya menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat Kota Pekanbaru tentang produk pembiayaan *Murabahah* dikatakan kuat dengan persentase 77.03% atau berada pada wilayah “cukup paham” dan “paham”. Ini maknanya adalah masyarakat Kota Pekanbaru memiliki pemahaman yang cukup atau paham terhadap produk pembiayaan *Murabahah*. Penelitian yang dilakukan oleh Juniawati et al. (2024) dengan judul “Pengaruh Akad *Murabahah* Terhadap Keputusan”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa akad *murabahah* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah, dimana transparansi harga dan kesesuaian dengan prinsip syariah menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Nurrunnajmi & Amaliah (2024) dengan judul “Pengaruh Preferensi Dan Minat Terhadap Keputusan Milenial Dalam Kredit Pemilikan Rumah Di BJB Tamansari Bandung”, Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa preferensi dan minat secara parsial berpengaruh terhadap keputusan milenial dalam kredit pemilikan rumah di BJB Tamansari Bandung. Nasabah milenial memiliki persepsi yang sangat positif tentang sikap karyawan dalam melayani nasabah milenial, produk kredit perumahan sangat kompetitif dan promosi kredit sangat komunikatif. Sementara minat tidak secara langsung mempengaruhi preferensi nasabah.

### Kerangka Pemikiran

Pemahaman konsumen terhadap akad *murabahah* sangat penting dalam memutuskan pembelian rumah menggunakan KPR syariah, karena semakin tinggi pemahaman konsumen tentang akad *murabahah* maka semakin tinggi juga konsumen untuk memutuskan pembelian rumah KPR syariah. Minat pengajuan KPR syariah pada diri konsumen sangat penting bagi mereka dalam pengambilan keputusan pembelian perumahan menggunakan KPR syariah, semakin tinggi minat konsumen, maka semakin tinggi juga keputusan mereka untuk pembelian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis dalam penelitian ini dapat menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dengan gambar kerangka pemikiran di atas peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pemahaman akad *murabahah* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR syariah.

H2: Minat pengajuan KPR Syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah.

H3: Pemahaman akad *murabahah* dan Minat pengajuan KPR syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013). Populasi yang terdiri dari 190 konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik sampel yaitu simple random sampling, yang artinya memberikan kesempatan sama bagi populasi untuk dipilih sebagai sampel yang diambil secara acak menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error 10%, tingkat ini dipilih karena untuk mempermudah peneliti dalam mengambil dan menjangkau besaran sampel serta terbatasnya tenaga, waktu, dan sumber daya. Berikut hasil besaran sampel yang akan digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{190}{1 + 190 (0,1)^2} = \frac{190}{1 + 190 (0,01)} = \frac{190}{1 + 1,90} = \frac{190}{2,90} = 65,51$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e2=Tingkat kesalahan atau error

Jadi, sampel dalam penelitian ini 65,51 atau dibulatkan menjadi 66 orang.

Tabel 1. Operasional variabel

| Variabel                        | Indikator                                                                     | Skala Likert | Sumber        |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|
| Pemahaman akad <i>murabahah</i> | Kemampuan Menginterpretasikan akad <i>murabahah</i> (3 item)                  | 1-4          | (Iqbal, 2019) |
|                                 | Kemampuan untuk mencontohkan akad <i>murabahah</i> (4 item)                   | 1-4          |               |
|                                 | Kemampuan dalam membandingkan akad <i>murabahah</i> dengan akad lain (3 item) | 1-4          |               |

|                     |                                                                                                            |     |                      |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------|
| Minat               | Kemampuan menunjukkan minat transaksional terhadap KPR syariah (4 item)                                    | 1-4 | (Putri et al., 2022) |
|                     | Kemampuan memanfaatkan rekomendasi orang lain dalam minat referensial terhadap KPR syariah (4 item)        | 1-4 |                      |
|                     | Kemampuan mengidentifikasi preferensi pribadi dalam minat preferensial terhadap KPR syariah (3 item)       | 1-4 |                      |
|                     | Kemampuan mengeksplorasi informasi lebih lanjut tentang KPR syariah dalam minat eksploratif (3 item)       | 1-4 |                      |
| Keputusan pembelian | Kemampuan untuk mengenali suatu produk (3 item)                                                            | 1-4 | (Nevitatama, 2024)   |
|                     | Mengetahui tentang informasi KPR Syariah (4 item)                                                          | 1-4 |                      |
|                     | Kemampuan untuk menentukan preferensi (3 item)                                                             | 1-4 |                      |
|                     | Kemampuan untuk mengambil keputusan yang bijaksana selama perilaku ketika menggunakan KPR syariah (2 item) | 1-4 |                      |
|                     | Kemampuan untuk mengambil keputusan yang relevan dalam aktivitas sesudah pembelian KPR syariah (3 item)    | 1-4 |                      |

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yaitu pemahaman akad *murabahah* (X1), Minat (X2) dan keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner (angket) yang menggunakan skala Likert. Sementara itu, data sekunder didapatkan dari jurnal dan instansi terkait dengan cara mempelajari dan mengkaji informasi tersebut. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi software SPSS versi 22 dengan teknik statistik untuk menguji kualitas data, termasuk uji validitas dan uji reliabilitas pada item pernyataan variabel dalam kuesioner. Selain itu, analisis regresi linier berganda dilakukan dengan uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), serta Uji-F dan Uji-t untuk membuktikan hipotesis pertama, kedua, dan ketiga.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel Pemahaman Akad *Murabahah* (X1) dan Minat KPR Syariah (X2) terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan KPR Syariah (Y).

**Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                                 |                             |            |                           |       |
|---------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     |
|                           |                                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                         | (Constant)                      | 5,159                       | 2,163      |                           | 2,385 |
|                           | Pemahaman Akad <i>Murabahah</i> | ,719                        | ,137       | ,513                      | 5,254 |
|                           | Minat KPR Syariah               | ,420                        | ,090       | ,453                      | 4,640 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan pada Tabel 1, bentuk persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 5,159 + 0,719X_1 + 0,420X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 5,159 menunjukkan bahwa jika Pemahaman Akad *Murabahah* dan Minat KPR Syariah bernilai nol, maka nilai Keputusan Pembelian diprediksi sebesar 5,159. Artinya, meskipun tidak ada pengaruh dari kedua variabel independen, masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar nilai tersebut. Koefisien regresi pada variabel Pemahaman Akad *Murabahah* ( $X_1$ ) sebesar 0,719 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada tingkat pemahaman akad *murabahah* akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,719 satuan, dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Sementara itu, koefisien regresi pada variabel Minat KPR Syariah ( $X_2$ ) sebesar 0,420 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam minat terhadap KPR Syariah akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,420 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

### Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi R (R Square) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan kriteria berikut: Jika nilai R square mendekati 0 (semakin kecil nilai R square), maka pengaruh variabel independen dianggap terbatas atau tidak signifikan. Dan jika nilai R square mendekati 1 (semakin besar nilai R square), maka variabel independen memiliki pengaruh yang kuat, dan model regresi menunjukkan hasil yang mendekati kebenaran.

**Tabel 3. Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup>                                                    |                   |          |                   |                            |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                                         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                                             | .943 <sup>a</sup> | .889     | .885              | 1,365                      |
| a. Predictors: (Constant), Minat KPR Syariah, Pemahaman Akad <i>Murabahah</i> |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian                                    |                   |          |                   |                            |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 2, nilai R Square sebesar 0,889 menunjukkan bahwa sebesar 88,9% variasi dari variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Pemahaman Akad *Murabahah* dan Minat KPR Syariah. Sementara itu, sisanya sebesar 11,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Parsial atau uji t

Uji T (uji parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Keputusan mengenai uji T bergantung pada kriteria sebagai berikut: Jika nilai sig < 0,05 dan t hitung > t tabel, maka data diterima, dan jika nilai sig > 0,05 dan t hitung < t tabel, maka data ditolak.

**Tabel 4. Uji Parsial**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |                           |  |  |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|--|--|
|                           | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |  |  |

| Model                                      |                                 | B     | Std. Error | Beta | t     | Sig. |
|--------------------------------------------|---------------------------------|-------|------------|------|-------|------|
| 1                                          | (Constant)                      | 5,159 | 2,163      |      | 2,385 | ,020 |
|                                            | Pemahaman Akad <i>Murabahah</i> | ,719  | ,137       | ,513 | 5,254 | ,000 |
|                                            | Minat KPR Syariah               | ,420  | ,090       | ,453 | 4,640 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian |                                 |       |            |      |       |      |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 3, diketahui bahwa variabel pemahaman akad *murabahah* memiliki nilai t hitung sebesar 5,254 dengan nilai signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman akad *murabahah* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara parsial. Selanjutnya variabel minat KPR syariah juga menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,640 dengan nilai signifikansi 0,000, yang juga lebih kecil dari 0,05. Ini berarti variabel Minat KPR Syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### Uji Simultan atau uji F

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen, serta untuk menguji signifikansi model regresi yang digunakan. Uji F ditentukan berdasarkan kriteria berikut: Jika nilai sig < 0,05 dan f hitung > f tabel, maka hasil data diterima dan jika nilai sig > 0,05 dan f hitung < f tabel, maka hasil data ditolak.

**Tabel 5. Uji Simultan**

| ANOVA <sup>a</sup>                                                            |            |                |    |             |         |                   |
|-------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model                                                                         |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                                                                             | Regression | 937,045        | 2  | 468,522     | 251,304 | ,000 <sup>b</sup> |
|                                                                               | Residual   | 117,455        | 63 | 1,864       |         |                   |
|                                                                               | Total      | 1054,500       | 65 |             |         |                   |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian                                    |            |                |    |             |         |                   |
| b. Predictors: (Constant), Minat KPR Syariah, Pemahaman Akad <i>Murabahah</i> |            |                |    |             |         |                   |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai F hitung sebesar 251,304 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan

### Pembahasan

#### Pengaruh Pemahaman Akad *Murabahah* terhadap Keputusan Pembelian (H1)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Pemahaman Akad *Murabahah* adalah 5,254 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara pemahaman akad *murabahah* terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang

terhadap akad *murabahah*, maka semakin besar individu tersebut memutuskan untuk membeli rumah melalui KPR syariah. Pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip, mekanisme, perbedaan, serta keadilan dalam akad *murabahah* memberikan rasa aman dan keyakinan bagi konsumen dalam mengambil keputusan. Hasil ini didukung oleh penelitian Melina & Zulfa (2022) studi berjudul “Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Bank Syariah di Kota Pekanbaru,” yang menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap produk pembiayaan *murabahah* tergolong kuat, dengan persentase 77,03% berada pada kategori “cukup paham” dan “paham”. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman yang baik dapat mendorong masyarakat untuk lebih percaya dan memilih produk pembiayaan berbasis akad syariah.

### **Pengaruh Minat KPR Syariah terhadap Keputusan Pembelian (H2)**

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Minat KPR Syariah adalah 4,640 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara minat terhadap KPR Syariah dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap KPR Syariah memberikan dampak yang nyata dalam mendorong keputusan konsumen, untuk membeli rumah melalui skema pembiayaan syariah. Semakin tinggi minat seseorang terhadap KPR Syariah, semakin besar kemungkinan mereka mengambil keputusan pembelian KPR Syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurrunnajmi & Amaliah (2024) yang berjudul “Pengaruh Preferensi dan Minat terhadap Keputusan Milenial dalam Kredit Pemilikan Rumah di BJB Tamansari Bandung,” yang menemukan bahwa minat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian KPR Syariah di kalangan milenial.

### **Pengaruh Pemahaman Akad *Murabahah* dan Minat KPR Syariah terhadap Keputusan Pembelian (H3)**

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 251,304 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{13}$  diterima. Ini berarti bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan KPR Syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman terhadap akad *murabahah* dan minat terhadap KPR Syariah mampu menjelaskan variasi yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah melalui skema pembiayaan syariah. Temuan ini menjadi kontribusi baru dalam pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen terhadap produk pembiayaan syariah, khususnya KPR Syariah.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap akad *murabahah* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian rumah menggunakan KPR Syariah, yang berarti semakin baik pemahaman seseorang terhadap prinsip, mekanisme, dan keadilan dalam akad *Murabahah*, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan pembelian. Minat terhadap KPR Syariah juga berpengaruh signifikan dan positif, menandakan bahwa semakin tinggi minat individu terhadap produk KPR Syariah, semakin besar kecenderungan mereka untuk memilihnya sebagai alternatif pembiayaan. Secara simultan, kedua variabel pemahaman akad *murabahah* dan minat terhadap KPR Syariah—terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menandakan bahwa pemahaman dan minat konsumen secara bersama-sama memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan produk KPR Syariah.

## **Saran**

Berdasarkan penelitian Pengaruh Pemahaman Akad *Murabahah* Dan Minat Pengajuan KPR Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Menggunakan Kpr Syariah (Studi Kasus Di Perumahan Mutiara Puri Harmoni 3 Kabupaten Bekasi), peneliti memberikan saran agar lembaga perbankan syariah lebih aktif dalam memberikan edukasi yang mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat terkait akad-akad syariah, khususnya akad *murabahah*, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya dan keyakinan konsumen. Selain itu, strategi pemasaran perlu ditingkatkan dengan pendekatan yang lebih kreatif, informatif, dan sesuai dengan preferensi generasi muda agar dapat membangun minat yang lebih besar terhadap KPR Syariah sebagai pilihan utama dalam pembiayaan rumah. Hasil dalam penelitian ini juga memberikan peluang bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji variabel lain dalam konteks pemasaran, seperti kepercayaan konsumen, persepsi nilai, kualitas layanan, atau promosi digital, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk pembiayaan syariah, khususnya KPR Syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Andriani, F. (2019). Implementasi Akad *Murabahah* dan Musyarakah Mutanaqishah dalam Pembiayaan Pemilikan Rumah pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia). *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 11(1).
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Cravens, H. (2002). Woodruff. In *Marketing Management*.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku konsumen jilid 2*.
- Fatwa, I. A. (2024). Analisis Konsep Keadilan dalam Sistem Perbankan Syariah: Studi Kasus Implementasi Akad *Murabahah* di Bank Syariah Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 389–397.
- Hanafi, B., Anggraini, T., & Inayah, N. (2024). Penyaluran Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah Pada Perumahan Bersubsidi Dengan Akad *Murabahah* (Studi Kasus Bank Sumut KCP Syariah Kota .... *JPEK (Jurnal ...*, 8(2), 678–688.
- Iqbal, M. (2019). *Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Di Kecamatan Kuta Alam)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Juandi, M. (2021). Strategi Pemasaran Digital Melalui Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket di Kelurahan Tuah Karya Menurut Ekonomi Syariah. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Juniawati, N., Listina, Y. M., & Hasanah, D. (2024). Pengaruh Akad *Murabahah* Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 2(2), 95–103.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politik*, 6(1), 1–7.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23.
- Maulana, F. K., Wahono, B., & ABS, M. K. (2024). Implementasi Pembiayaan KPR iB Hijrah dengan Menggunakan Akad *Murabahah* Pada Bank Muamalat Indonesia KC Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.

- Melina, F., & Zulfa, M. (2022). Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* Bank Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 338–351. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10448](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10448)
- Nevitatama, R. Y. (2024). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Suku Bunga , Pendapatan , Jangka Waktu dan Taksiran Jaminan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah KPN pada PT BPR Dana Nusantara Provinsi Kepulauan Riau*. 5(2), 135–146.
- Nurrunnajmi, T., & Amaliah, I. (2024). *Milenial Dalam Kredit Pemilikan Rumah DI BJB*. 13(05), 1464–1476.
- Nuzula, J. N. L., & Haryanti, P. (2024). *Pengaruh harga, kualitas layanan dan produk terhadap keputusan pembelian kpr*. 6(1), 1–10.
- Priyanti, Y., Susanti, F., & Aziz, N. (2017). Minat beli konsumen toko sepatu bata di pasar raya padang dilihat dari sikap dan iklan. *Jurnal Pundi*, 1(2).
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 29–40.
- Ramadhani, F., Hasbi, S., & Rohim, A. N. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan KPR Syariah Di Jabodetabek. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 1139–1155.
- Ravita, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau. *Maisyatuna*, 5(1), 129–141. <https://doi.org/10.53958/mt.v5i1.443>
- Risky Sobari, Tuti Anggraini, & Nurul Inayah. (2024). Analisis Pelaksanaan Akad *Murabahah* dalam Pembiayaan Pembelian Rumah (PPR) Syariah, Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelana. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2414–2423.
- Ritonga, M. A. P. (2024). Analisis Perbandingan Pembiayaan KPR Menggunakan Akad *Murabahah* Dengan Akad Musyarakah Mutanaqisah Di Bank Syariah Indonesia KC. Medan Aksara. *Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu*, 2(2), 219–233.
- Saktiani, D. A. (2024). *Analisis Penerapan Sharia Compliance Pada Pembiayaan Dengan Akad Murabahah Bil Wakalah Di Kspps Hanada Quwais Sembada Kebasen*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Setyobudi, M. A., & Farida, S. N. (2021). Pengaruh citra merek dan daya tarik promosi terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia di Surabaya. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2), 29–36.
- Sudjana, N. (2010). *Penilaian hasil proses belajar mengajar*. Remaja rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suharto, A. S., & Anwar, M. K. . (2018). Minat Masyarakat Terhadap KPRS (Kredit Pemilikan Rumah Syariah) dengan Skema *Murabahah* pada BNI Syariah KC Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 1–11.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). *Strategic marketing*. Yogyakarta: Publisher Andi.