

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH
(KPR) SYARIAH (Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Kota Malang)**

SKRIPSI



Oleh

DELLA ARIFA IGHFIRLI AMALIA

NIM : 17540092

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH
(KPR) SYARIAH (Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

DELLA ARIFA IGHFIRLI AMALIA

NIM : 17540092

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH
(KPR) SYARIAH (Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Kota Malang)**

SKRIPSI

Oleh

DELLA ARIFA IGHFIRLI AMALIA

NIM : 17540092

Telah disetujui pada tanggal 6 agustus 2021

Dosen Pembimbing,



Barianto Nurasri Sudarmawan, ME

NIP. 19920720 20180201 1 191

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 19770826 200801 2 011

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH (Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Kota Malang)

SKRIPSI

Oleh
DELLA ARIFA IGHFIRLI AMALIA
NIM : 17540092

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 7 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji :

1. Ketua
Kurniawati Meylianingrum, M.E
NIP. 19920502 201903 2 029
2. Dosen Pembimbing/sekretaris
Barianto Nurasri Sudarmawan, ME
NIP. 19920720 20180201 1 191
3. Penguji Utama
Esy Nur Aisyah, SE., MM
NIP. 19860909 201903 2 014

Tanda tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Rayuk Sri Rahayu, MM
NIP. 19770826 200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Della Arifa Ighfirli Amalia
NIM : 17540092
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Mengatakan bahwa “skripsi” yang saya buat untuk memenuhi pesyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMELIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH (Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Kota Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 8 April 2022

Hormat Saya,



Della Arifa Ighfirli Amalia

NIM : 17540092

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk kalian :

Orang-orang tersayang,

Semoga kita senantiasa selalu diberikan kesehatan, rejeki melimpah, umur panjang, kebahagiaan, ilmu yang bermanfaat, dan selalu berada ditempat yang mulisa di sisi-nya.

Amin.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam. Atas segala karunia dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Judul skripsi ini tentang “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Pada BTN Syariah Cabang Malang)”.

Skripsi ini disusun dengan semaksimal mungkin dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak untuk tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terimakasih ini dengan setulus hati penulis haturkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdun Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yayuk Sri Rahayu, SE., MM. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Barianto Nurasri Sudarmawan, ME. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ayah, ibu, adik dan seluruh keluarga yang selalu setia mengadahkan tangan setiap waktu untuk mendoakan penulis, serta selalu memberikan motivasi sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Karyawan BTN Syariah yang telah membantu dalam melengkapi tugas akhir ini.

7. Bapak shovi, fatik, fany, bimo, rohman, fahry dan ibu nike, adel, rosa, okta. Selaku nasabah yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis yang senantiasa memberikan semangat dan senantiasa memberikan bantuan kapanpun yang saya butuhkan. Terutama kepada Rosa Salsabila, Oktarina Tri Alfionita, dan Kuncoro Dion Bimantaka yang setia menemani saya, yang selalu saya repotkan, dan yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
9. Teman-teman jurusan perbankan syariah yang selalu berbagi rasa selama belajar disaat kuliah.
10. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Haseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook selaku member BTS yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini
11. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk karya tulis ini agar menjadi lebih baik. Penulis telah berusaha untuk menjelaskan atau memaparkan mengenai *preferensi konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan KPR Syariah* sesuai dengan hasil wawancara dan buku-buku yang penulis peroleh. Demikian skripai ini penulis buat, semoga bermanfaat dan mohon maaf bila terdapat kesalahan dalam kata-kata atau tulisan yang penulis buat dalam skripsi ini.

Malang, 3 Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 Teori Preferensi Konsumen	20
2.2.2 Teori Perilaku Konsumen	23
2.2.3 Teori Perilaku Konsumen dalam Islam	25
2.2.4 Konsumsi dalam pandangan <i>Maqashid Syariah</i>	27
2.2.5 Faktor – Faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk islami	31
2.2.6 Perilaku Keputusan Pembelian Konsumen	37
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	42
3.3. Data dan Jenis Data	43

3.4.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.	Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1	Reduksi Data	46
3.5.2	Penyajian Data	46
3.5.3	Penarikan kesimpulan	46
3.6	Analisis Keabsahan Data.....	47
BAB IV.....		48
PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		48
4.1	Paparan Data Penelitian.....	48
4.1.1	Sejarah Berdirinya BTN Syariah	48
4.1.2	Visi & Misi BTN Syariah.....	49
4.1.3	Deskripsi Informan	50
4.2	Hasil dan Pembahasan Penelitian	54
4.2.1	Preferensi Nasabah	54
4.2.2	Proses Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk.....	88
BAB V		100
PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....		103

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Jumlah Nasabah menggunakan KPR	10
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4 1 Deskripsi Informan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Indeks Harga Property Residensial	5
Gambar 4 1 informan berdasarkan jenis kelamin.....	52
Gambar 4 2 informan berdasarkan pekerjaan	52
Gambar 4 3 informan berdasarkan produk yang digunakan	53
Gambar 4 4 informan berdasarkan lama menjadi nasabah	54
Gambar 4 5 Proses pengambilan keputusan pembelian	89
Gambar 4 6 lima tahap proses pengambilan keputusan	98
Gambar 4 7 empat tahap proses pengambilan keputusan	98
Gambar 4 8 tiga tahap proses pengambilan keputusan	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Reduksi Data dengan Triangulasi data dengan triangulasi	107
Lampiran 2 Bukti Konsultasi	123
Lampiran 3 Biodata Penelitian	125
Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme	126
Lampiran 5 Hasil Turnitin	127

ABSTRAK

Della Arifa Ighfirli Amalia. 2022, SKRIPSI. Judul: “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (studi kasus pada BTN Syariah cabang malang)”

Pembimbing : Barianto Nurasri Sudarmawan, ME.

Kata kunci : Preferensi, KPR, Proses

Permasalahan ini tentang keinginan konsumen dalam memiliki rumah impian. akan tetapi, Memiliki sebuah rumah sering kali terbentur pada minimnya dana yang dimiliki oleh konsumen. Sehingga pengembangan KPR dirlir sebagai salah satu alternatif utama dengan tujuan untuk dapat memiliki rumah sendiri. KPR saat ini tengah menjadi primadona. hal ini dikarenakan jumlah peminat atau permintaan KPR yang cukup besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap keputusan memilih KPR syariah dan proses nasabah dalam pengambilan keputusan memilih KPR syariah. Dari latar belakang itulah sehingga penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (studi kasus pada BTN Syariah cabang malang)”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek dan fenomena yang diteliti. Subjek penelitian terdapat 10 informan. Data dikumpulkan dengan cara wawancara, pengamatan di lapangan (observasi), dokumentasi dan library research. Analisis data melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan analisis statistic deskriptif.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk syariah yaitu reputasi, kualitas pelayanan, harga dan kesadaran halal. kemudian ditemukan juga dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk syariah nasabah menggunakan beberapa tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah memilih KPR syariah karena memiliki keyakinan dan ketertarikan lebih pada bank syariah. dan memiliki kepuasan sehingga menimbulkan perhatian lebih terhadap sesuatu seperti dalam pemenuhan kebutuhan akan tempat tinggal dengan memilih produk KPR syariah.

ABSTRACT

Della Arifa Ighfirli Amalia. 2022, THESIS. Title: “Analysis of Consumer Preferences Decision

to Choose Sharia Home Ownership Loan Financing Product (KPR) (case study on BTN Syariah cab. malang)”

Advisor : Barianto Nurasri Sudarmawan, ME.

Keyword : Preferences, Mortgages, Processes

This issue is about the desire of consumers to have a dream home. However, having a house is often bumped into the lack of funds owned by consumers. So that the development of mortgages is seen as one of the main alternatives with the aim to be able to have your own home. KPR is currently being prima donna. This is due to the large number of mortgage requests or mortgage requests. The purpose of this research is to find out the factors that influence customer preferences for the decision to choose a Sharia mortgage and customer process in making decisions to choose Sharia mortgages. From that background so that this study was conducted with the title "Analysis of Consumer Preferences Towards The Decision to Choose Sharia Home Ownership Loan Financing Products (KPR) (case study on BTN Syariah cab. malang)".

This research uses a qualitative approach. With the aim of describing the objects and phenomena studied. The study subjects had 10 informants. Data is collected by means of interviews, observations in the field (observations), documentation and library research. Data analysis goes through three stages: data reduction, data presentation, and descriptive statistical analysis.

From the results of the study pointed out that there are factors that can affect consumer preferesi in having Shariah products, namely reputation, quality of service, price and halal awareness. It was also found in the process of making decisions to purchase sharia products using several stages, namely problem recognition, information search, alternative assessment, purchasing decisions and consumer satisfaction. So it can be concluded that customers choose Islamic mortgages because they have more confidence and interest in Islamic banks. and have satisfaction so as to cause more attention to something such as in meeting the need for a place to live by choosing sharia mortgage products.

المستخلص

ديلا عارفة إغبرلي أماليا. 2022، أطروحة العنوان: "تحليل تفضيلات المستهلك
"(مالانج الشريعة BTN دراسة حالة عن فرع) (KPR) قرار اختيار منتج تمويل قروض ملكية المنازل الشرعية
الدليل: باريانتو نوراسري سودرمان، م إ
الكلمات الرئيسية: التفضيلات والرهن العقاري والعمليات

هذه المسألة هي حول رغبة المستهلكين في الحصول على منزل الأحلام. ومع ذلك ، فإن وجود منزل غالبا ما يصطدم
بنقص الأموال التي يملكها المستهلكون. بحيث ينظر إلى تطوير الرهن العقاري باعتبارها واحدة من البدائل الرئيسية
يجري حاليا دونا بريما. ويرجع ذلك إلى العدد الكبير من KPR. بهدف أن تكون قادرة على الحصول على منزل
طلبات الرهن العقاري أو طلبات الرهن العقاري الغرض من هذا البحث هو معرفة العوامل التي تؤثر على تفضيلات
العملاء لقرار اختيار الرهن العقاري الشرعي و عملية العملاء في اتخاذ قرارات لاختيار الرهن العقاري الشرعية. من
تلك الخلفية بحيث أجريت هذه الدراسة بعنوان "تحليل تفضيلات المستهلك نحو قرار اختيار منتجات تمويل قروض ملكية
"(الشريعة المالانج BTN دراسة حالة حول فرع) (KPR) المنازل الشرعية

يستخدم هذا البحث نهجا نوعيا. بهدف وصف الأشياء والظواهر التي تمت دراستها. وكان في مواضيع الدراسة 10
مخبرين. ويتم جمع البيانات عن طريق المقابلات والملاحظات في الميدان (الملاحظات) والوثائق والبحوث المكتبية. يمر
تحليل البيانات بثلاث مراحل: تقليل البيانات، وعرض البيانات، والتحليل الإحصائي الوصفي

في وجود منتجات الشريعة، وهي preferesi من نتائج الدراسة أشار إلى أن هناك عوامل يمكن أن تؤثر على المستهلك
السمعة، ونوعية الخدمة، والسعر والوعي الحلال. كما تم العثور عليه في عملية اتخاذ قرارات لشراء المنتجات الشرعية
باستخدام عدة مراحل، وهي التعرف على المشاكل، والبحث عن المعلومات، والتقييم البديل، وقرارات الشراء ورضا
المستهلك لذلك يمكن أن يستنتج أن العملاء يختارون الرهن العقاري الإسلامية لأن لديهم المزيد من الثقة والاهتمام في
البنوك الإسلامية. والارتياح من أجل التسبب في مزيد من الاهتمام لشيء مثل في تلبية الحاجة إلى مكان للعيش عن
طريق اختيار منتجات الرهن العقاري الشرعية

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berkembang, dengan karakteristik pertumbuhan penduduk yang meningkat. Dengan perkembangan zaman yang semakin berkembang dan meningkatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan permintaan konsumsi juga meningkat. Kebutuhan konsumsi atau kebutuhan primer tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dan manusia selalu membutuhkannya. Menurut Sukirno (1997) kebutuhan yang ditafsirkan dalam bidang ekonomi mencerminkan fakta bahwa kebutuhan merupakan keinginan setiap orang untuk bisa mendapatkan sarana tertentu, baik barang maupun jasa. Kebutuhan ini juga dapat diartikan sebagai aspek penting untuk menjaga kelangsungan hidup seseorang. Jika kebutuhan konsumsi tidak dapat terpenuhi, maka kebutuhan lain juga tidak dapat terpenuhi.

Dalam kebutuhan konsumsi terdapat kebutuhan Pangan, sandang dan papan. Ketiga hal ini penting bagi setiap manusia di dunia ini yang saling mengisi dan saling melengkapi. Semua orang menginginkan kehidupan yang memenuhi dari ketiga hal tersebut. Pangan merupakan kebutuhan mendasar yang harus ada untuk kehidupan manusia, termasuk memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk makan dan nutrisi. Sandang dapat diklasifikasikan sebagai kebutuhan kedua yang termasuk dalam memenuhi pakaian yang bersih dan layak pakai. Sedangkan papan adalah

tempat tinggal sehari-hari untuk keluarga yang harus dipenuhi (Astuti, 2013). Kebutuhan papan merupakan kebutuhan tempat tinggal yang saat ini banyak hunian yang dapat ditempati oleh masyarakat berupa rumah, sewa, apartemen maupun rumah kost. Ada beberapa jenis tempat tinggal namun yang sering ditempati oleh masyarakat adalah rumah.

Memiliki rumah adalah impian semua orang. Selain menjadi kebutuhan papan, itu juga merupakan tempat untuk berlindung, tempat beristirahat, berbagi kasih sayang dan berkumpul dengan keluarga (Qorizah and Prabowo, 2019). Itu lah sebabnya semua orang benar-benar menginginkan rumah yang mewah dan nyaman. Sayangnya, untuk mendapatkan rumah tidaklah mudah. Rumah bukanlah barang murah yang bisa dibeli begitu saja. Banyak masyarakat masih belum mampu membeli rumah sendiri. Seiring dengan meningkatnya populasi di kota-kota besar, ini membuatnya semakin sulit untuk mendapatkan rumah impian bagi setiap orang karena kesulitan mendapatkan tanah kosong untuk membangun rumah. Akibatnya secara otomatis mendorong harga tanah yang terus meningkat setiap tahunnya. Belum karena masalah pendapatan yang minimum kisaran rata-rata UMR (Upah Minimum Regional) hal ini menjadi sulit untuk membeli sebuah rumah impian jika harus membeli secara tunai (Fatmasari, n.d.).

Namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang berpenghasilan rendah yang belum mampu meningkatkan kehidupannya, sehingga mereka masih kurang mampu membeli rumah sesuai impian. Selain itu, pada tahun lalu atau tepatnya pada bulan maret mencatat bahwa Indonesia umumnya terdampak pandemic covid-19 yang bermula dari Wuhan, China. Pandemic ini mengancam

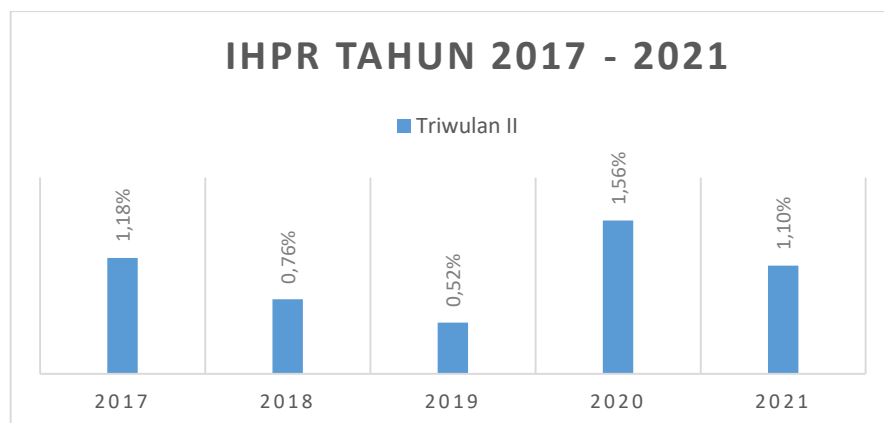
Negara-negara di dunia mengalami kemerosotan dalam pertumbuhan ekonomi (Khusnul,2021). Munculnya wabah ini telah menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi di seluruh dunia. Dengan demikian, menyebabkan terjadinya penurunan pada jumlah permintaan pembelian rumah, kondisi ini terutama dirasakan sebagian besar oleh masyarakat yang bekerja di sector informal. Secara makro penurunan ini berdampak pada menurunnya pendapatan pekerja pada industry yang banyak menyerap tenaga kerja (Yuniati, 2020). Penurunan pembelian rumah disebabkan oleh harga rumah yang tinggi. Keadaan tersebut berpengaruh pada kenaikan harga bangunan yang memacu inflasi. Jika terjadi inflasi rumah tangga maka akan mengurangi konsumsinya karena juga akan menurunkan daya beli masyarakat, yang mengakibatkan pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan.

Penurunan pembelian rumah tidak lepas dari adanya pandemic covid-19 yang membuat perekonomian di Indonesia merosot untuk pertama kalinya sejak krisis keuangan tahun 1998. Efek lain dari pandemic ini adalah sulitnya peminjam mengakses keuangan dari bank. Meski aktivitas jual beli rumah di tanah air terus berlanjut, namun aktivitas pembeli semakin menurun. Pasalnya, membeli rumah bukan menjadi prioritas masyarakat di masa pandemic ini. Virus ini juga berdampak serius pada industry real estate di Indonesia. Dapat dikatakan bahwa beberapa pengusaha mengalami kerugian yang cukup serius selama masa pandemi. Tingginya biaya operasional dari bisnis property tidak sejalan dengan pendapatan, karena tingkat penjualan juga ikut terseret turun. Sebelumnya, aktivitas property di Indonesia cukup lambat di masa pandemic covid-19. Hal ini karena adanya tekanan

yang signifikan terhadap industri ini selama pandemi (Dewi, Halawa, dan Nifanngelyau, 2021).

Pandemi covid-19 belum hilang sejauh ini dan masih menjadi tantangan berat bagi sektor properti. Kondisi ini tidak hanya mengurangi permintaan akan hunian, melainkan juga dari segi harga rumah yang ikut terseret turun. Penurunan harga properti adalah anomaly baru di sektor ini. Hal itu terlihat dari data Indeks Harga Properti Residensial. Berikut perkembangan Indeks Harga Properti (IHPR).

Gambar 1 1 Indeks Harga Properti Residensial



Sumber : Bank Indonesia

Sejak itu, terjadi kenaikan harga properti pada pertengahan 2020 yaitu mencapai 1,56% lebih tinggi dari tahun 2019 yang mengalami penurunan sebesar 0,52%. Namun pada penelitian yang dirilis pada akhir tahun 2019, memperkirakan bahwa pada tahun 2020 sektor properti tidak akan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Namun, setelah memasuki pandemic covid-19 yang dibuat, maka bisa

semakin terhambat. Membuat pembelian rumah menurun drastis. Penurunan pembelian rumah disebabkan oleh kecenderungan masyarakat menahan diri untuk memastikan kebutuhannya terpenuhi di tengah kondisi ekonomi yang diguncang akibat wabah covid-19 (Rohman & Andadari, 2021). Sejak awal tahun 2021 merupakan waktu yang tepat dalam membeli rumah karena harga tengah menurun. Harga property tahun ini mengalami penurunan dan tidak akan berlangsung lama karena perekonomian akan bangkit, sehingga harga property akan kembali pulih. Penurunan harga property saat ini ditandai dengan menurunnya permintaan property di tengah pandemic covid-19.

Tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat akan terus mengalami penurunan jika tidak diantisipasi dengan baik oleh pemerintah (Bidari et al., n.d.). Pemerintah perlu menerapkan beberapa kebijakan untuk mempercepat program pemulihan ekonomi nasional, salah satunya dengan pelonggaran PSBB dan PPKM. Dari relaksasi ini tentunya tidak bisa dilakukan secara bersama-sama di seluruh wilayah, karena persiapan masing-masing daerah harus ditinjau ulang. Situasi ekonomi seperti ini tidak mudah untuk diciptakan. Karena membutuhkan banyak dana yang dikeluarkan. Program ini bertujuan untuk melindungi daya beli masyarakat di tengah penurunan pendapatan di tengah pandemic covid-19. Dengan harapan sumber dana yang dikeluarkan oleh pemerintah dapat memberikan insentif untuk meningkatkan daya beli masyarakat (Khusnul, 2021).

Saat ini, bank menawarkan banyak jenis pinjaman yang membantu masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya. Saat ini, salah satu jenis kredit yang banyak dibutuhkan dan diminati masyarakat adalah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) (Putri

and Handayani, n.d.). Munculnya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan cara untuk memecahkan permasalahan tersebut (Rizky, 2020). KPR di Indonesia pertama sudah ada sejak tahun 1976 dan merupakan program dari BTN dan disetujui oleh semua bank di Indonesia. KPR adalah jenis pembiayaan pinjaman dari bank yang diberikan kepada calon nasabah yang ingin mengajukan pinjaman dalam pemenuhan kebutuhan pembangunan rumah atau renovasi rumah (OJK, 2020). Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan solusi untuk masyarakat yang tidak mampu membeli rumah secara tunai. Pada KPR ini bank akan membeli rumah diluar DP sesuai keinginan nasabah, kemudian bank menjualnya kepada nasabah dengan cara membayar harga rumah secara bertahap (Alma`is, 2019). Biaya pembelian rumah akan difasilitasi oleh bank yang menjadi tanggungan nasabah yang harus membayar angsuran sesuai harga rumah dan bunga atau margin yang disepakati. Selain memudahkan nasabahnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, bank juga menawarkan dana pinjaman dalam bentuk investasi yaitu melalui kredit pembelian rumah. Namun demi kenyamanan pihak bank, bank berberharap agar nasabah dapat melengkapi persyaratan-persyaratan yang ditetapkan oleh bank untuk kerjasama yang baik dengan pihak bank (Habiby, 2013).

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) lebih dahulu merupakan produk bank konvensional. Namun bersamaan dengan kebangkitan ekonomi syariah pada awal 1990-an yang masuk ke Indonesia, munculah bank dan lembaga non-bank dengan label syariah, yaitu bank syariah. Bank konvensional yang menawarkan KPR sebagai salah satu produk perbankan, bank syariah juga menawarkan produk sejenis (Fatmasari, n.d.). Namun keduanya berbeda, pembiayaan KPR Bank Konvensional

menetapkan pada prinsip bunga yaitu bunga tetap maupun bunga efektif. Penggunaan sistem bunga tetap ini menyebabkan pembeli membagi keuntungan yang dibutuhkan pada saat penjualan dengan kesepakatan bersama (Satria dan Setiani, 2018). KPR Konvensional dipengaruhi oleh naik turunnya resiko suku bunga, sehingga resikonya bisa lebih tinggi daripada KPR syariah. Misalnya jika suku bunga turun maka cicilan KPR bisa jadi lebih rendah. Namun jika terjadi kenaikan suku bunga maka cicilan yang akan dibayar juga akan naik. Dalam KPR Konvensional, nasabah membayar cicilan berdasarkan harga rumah, bunga KPR dan biaya lainnya yang sudah ditetapkan. Kondisi ini mengakibatkan nasabah kesulitan dalam memperkirakan pembayaran angsuran setiap bulannya disebabkan adanya ketidakpastian jumlah angsuran. Bersamaan dengan itu, nasabah merasa rugi ketika ingin melunasi angsuran sebelum jatuh tempo karena akan dikenakan pinalti oleh bank konvensional (Suminem, 2018). Kemudian jika pembayaran cicilan mengalami penundaan maka akan diberikan denda oleh pihak bank. Biasanya, bank konvensional akan mengenakan denda atas penundaan ini dengan besarnya tidak selalu sama tergantung kebijakan bank.

Sebaliknya, KPR syariah merupakan alternative untuk membantu masyarakat mendapatkan rumah dengan akad syariah. Pada KPR Syariah menggunakan akad murabahah. Dimana pada akad murabahah merupakan perjanjian jual beli. Bank syariah tidak menggunakan bunga sehingga bebas dari riba. Tidak ada istilah bunga maupun biaya bunga dalam perhitungan angsuran di bank syariah, tetapi menggunakan akad murabahah, karena terdapat riba didalamnya dimana hal tersebut dilarang oleh islam (Setiawan, 2016). Namun terdapat kesepakatan

bersama mengenai keuntungan dari penjualan rumah tersebut. Tidak terdapat denda atas keterlambatan pembayaran cicilan di bank syariah. Besarnya cicilan pada KPR syariah sesuai dengan margin bank yang ditetapkan diawal, jadi besarnya cicilan dari awal kredit akan terus sama sampai pelunasan. Namun besaran jumlah cicilan ini akan jauh lebih tinggi untuk rumah dengan harga sama dan bahkan lebih tinggi dari cicilan KPR konvensional.

Seseorang memakai pinjaman syariah karena mereka merasa lebih tenang dan tidak perlu lagi khawatir dengan kenaikan suku bunga yang tiba-tiba di tengah masa kredit sehingga tidak mampu lagi membayar sisa angsuran. Kondisi ini disebabkan karena adanya perbedaan mendasar antara KPR konvensional dengan KPR syariah berada pada skema dan akadnya (Hadija, Nuriatullah dan Nurfitriani, 2019). Selain itu nasabah bank syariah lebih mengandalkan pembiayaan murabahah khususnya pada KPR Syariah karena sebagian nasabah meyakini bahwa akad murabahah sebenarnya memiliki resiko yang sangat kecil dibandingkan dengan akad lainnya yang terdapat pada perbankan syariah (Suharto & Anwar, 2018).

Terciptanya pembiayaan KPR Syariah dikarenakan adanya kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan perumahan secara angsuran berdasarkan dengan kaidah syariah. Oleh sebab itu munculah produk KPR berdasarkan prinsip syariah. Salah satu pemilik KPR syariah adalah Bank BTN Syariah (Amelia, 2020). Perkembangan positif perbankan syariah di Indonesia juga seiring dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat untuk memilih rumah sesuai dengan prinsip islam yaitu KPR Syariah, dimana pertumbuhan KPR Syariah lebih tinggi dari KPR Konvensional yang tumbuh single digit. Terlihat pada data dibawah ini :

Tabel 1 1 Jumlah Nasabah menggunakan KPR

Tahun	Bank BTN Konvensional	Bank BTN Syariah
2017	1.355 nasabah	1.645 nasabah
2018	1.185 nasabah	1.490 nasabah
2019	1.120 nasabah	1.573 nasabah
2020	670 nasabah	865 nasabah
2021	985 nasabah	1.050 nasabah

Data perbankan juga memperlihatkan kecenderungan positif untuk KPR Syariah. Pembiayaan dengan KPR Syariah cenderung lebih diminati dibandingkan KPR Konvensional. Hal ini disebabkan oleh kepastian cicilan bulanan (fixed rate) yang dibutuhkan konsumen akan dan suku bunga yang tinggi. Hal ini menjadi alasan utama nasabah dalam memilih KPR Syariah. Terdapat alasan lainnya adalah karena adanya faktor keagamaan atau “hijrah” yang mengarah untuk meningkatkan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam konteks ini, masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam telah menyadarkan masyarakat Indonesia akan perlunya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari baik dalam menjalankan perekonomian biasa meskipun dalam bidang perbankan. Maka dari itu masyarakat mulai mencari dan menggunakan produk-produk syariah yang dapat dimanfaatkan salah satunya produk unggulan yang sedang disukai banyak masyarakat saat ini adalah KPR (Wardianti, 2019). Menurut Teori Konsumsi Islam bahwa berkonsumsi, umat islam harus meninjau pada kepentingan dunia dan akhirat. Maslahat sendiri terdiri dari kemaslahatan dan berkah. Anda akan diberati ketika mengkonsumsi produk/jasa yang halal.

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah di BTN Syariah juga memiliki kelebihan yaitu prosesnya sangat mudah dan cepat. Bahkan banyak masyarakat berfikir bahwa itu adalah yang paling sederhana dibandingkan dengan bank lainnya. Setelah persyaratan telah diterima oleh bank BTN Syariah, calon nasabah biasanya akan dihubungi oleh pihak bank dalam waktu 2 minggu untuk memberitahukan jika pengajuan KPR telah disetujui. Selain itu, KPR BTN Syariah ini juga menawarkan pinjaman bersubsidi yang diperuntukkan bagi nasabah berpenghasilan rendah.

Penilaian oleh konsumen disebut dengan preferensi. Preferensi adalah self-defining yaitu kecondongan memilih produk yang lebih disukai daripada yang tidak disukai. Preferensi merupakan bagian dari pengambilan keputusan nasabah (Porteus dalam Koranti, dkk, 2017). Dalam teori perilaku konsumen, preferensi berjalan dengan konsep utilitas. Utilitas adalah tingkat kepuasan konsumen yang didapatkan dari produk-produk yang dikonsumsi (Suryawati, 2003). Faktor-faktor yang membuat seseorang memilih suatu produk didasarkan pada kepuasan konsumen terhadap konsumsi produk tersebut. Kepuasan nasabah dapat menumbuhkan nilai nasabah yang dapat diwujudkan melalui kualitas pelayanan yang disampaikan bank kepada para nasabahnya. Semakin baik bank memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah, maka semakin tinggi nilai nasabah terhadap bank tersebut (Harris & Kesuma, 2019).

Alasan utama nasabah memutuskan untuk memilih produk bank syariah dipengaruhi oleh faktor internal muslim, salah satunya adalah tingkat kualitas keagamaan seorang muslim (Zaini, n.d.). Dimana ketaatan orang terhadap agama akan selalu meninjau dari segala sesuatunya berdasarkan ajaran agama termasuk

dalam pembelian suatu produk. Kesadaran bunga itu haram, bank syariah tidak mengenakan denda, denda keterlambatan rendah juga menjadi alasan mengapa nasabah memilih KPR Syariah. Prinsip-prinsip syariah yang menjadi pedoman bank syariah dalam membangun kegiatannya, harus memiliki reputasi yang baik agar figur bank syariah menjadi baik, apalagi jika bank tersebut dapat mencukupinya dengan pelayanan dan fungsi yang terpenuhi. Reputasi merupakan keyakinan yang dibangun oleh pihak bank syariah, kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam menegakkan hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah (Riza et al., 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang tersebut, maka struktur perumusan masalah yang disajikan didalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana preferensi konsumen dalam keputusan memilih KPR Syariah?
2. Bagaimana proses nasabah dalam pengambilan keputusan memilih KPR Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui preferensi konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan KPR Syariah
2. Mengetahui proses nasabah dalam pengambilan keputusan memilih KPR Syariah

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Bank BTN Syariah :

Sebagai kompensasi bagi Bank BTN Syariah atas saran-saran dan temuan-temuan yang terkait KPR yang bermanfaat bagi perkembangan Bank BTN Syariah di masa yang akan datang.

2. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diinginkan dapat menjadi data untuk penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat memberikan informasi/pengetahuan yang bermanfaat untuk menambah koleksi dan ruang lingkup karya penelitian lapangan.

3. Manfaat praktisi

Hasil penelitian ini diinginkan harapan bisa membagikan informasi praktis berupa gagasan kepada semua pihak yang berkepentingan atau membutuhkan preferensi nasabah dalam memilih KPR Syariah dan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat untuk mengidentifikasi lembaga keuangan bank yang sesuai dengan prinsip syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pembahasan dalam penelitian ini menjadi acuan penting bagi penulis untuk mengumpulkan penelitian-penelitian sebelumnya ke dalam penelitian ini. Dibawah ini adalah terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan penelitian ini.

berdasarkan tabel 2.1 di bawah ini terlihat bahwa berbagai *gap research* dalam penelitian ini antara lain perbedaan jumlah rasio yang dimanfaatkan dalam penelitian dengan variable bebas, selisih penggunaan rasio dengan jumlah variabel terikat, dan perbedaan alat analisis yang digunakan, selisih objek penelitian yang digunakan, selisih tahun data sekunder yang digunakan. Berikut ini adalah penelitian sebelumnya diutarakan pada tabel 2.1 di bawah ini :

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel, dan Indikator Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Wasilitul Aliah (2010) Skripsi : <i>Preferensi nasabah KPR Syariah (studi pada bank BTN</i>	penelitian ini memiliki ujuan untuk memahami ada tidaknya hubungan preferensi	Deskriptif	Terhadap hubungan yang signifikan antara preferensi nasabah dengan sistem operasional yang

	<i>Syariah cabang Bogor)</i>	nasabah dengan pelayanan atau fasilitas dengan infrastruktur yang disediakan oleh bank. Di BTN Syariah memahami tentang faktor-faktor yang berpengaruh pada pengambilan keputusan dalam pemilihan KPR Syariah		disediakan oleh kpr syariah
2	Mohammad Rafly Rizky (2020) Skripsi : <i>Preferensi Nasabah Dalam Memilih Kredit Pemilikan Rumah Syariah (Studi di Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Utama Malang)</i>	Penelitian ini memiliki untuk memahami apakah reputasi, harga, kualitas pelayanan dan kesadaran hala berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih KPR Syariah.	Analisis Multivariat	Terdapat pengaruh Kualitas pelayanan dan kesadaran halal pada preferensi nasabah KPR Syariah. dan tidak terdapat pengaruh Reputasi dan harga pada preferensi nasabah KPR Syariah.
3	Ira Astuti (2018) Skripsi : <i>Strategi Pemasaran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Medan Sudirman</i>	penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami tentang faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada tidak terwujudnya target penyaluran KPR dan strategi pada produk KPR	Kualitatif deskriptif	Terdapat inovasi gabungan KPR dengan tabungan yang dapat membagikan peluang untuk nasabah dalam memperoleh angsuran yang kecil dengan kerjasama oleh developer dengan

				mengikuti event perkantoran.
4	Anggita Mayang Sari (2019) Skripsi : <i>Prosedur Pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah)</i>	penelitian ini memiliki Tujuan untuk memahami prosedur KPR bersubsidi di BRIS untuk memahami persyaratan pengajuan KPR dan untuk memahami pada manfaat KPR bagi masyarakat kalangan bawah	Analisis dreskriptif	Program KPR subsidi dapat membantu masyarakat menengah kebawah dalam kebutuhan primer yang dapat terpenuhi. Serta terdapat kesempatan mempunyai rumah impian untuk masyarakat menengah kebawah.
5	Mohamad Heykal (2014) Jurnal : <i>Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah di Indonesia</i>	penelitian ini memiliki Tujuan yaitu untuk membuat analisis terhadap program KPR Syariah yang telah dikelyarkan bank syariah	Studi literatur	Internal bank syariah mengetahui tentang produk bank syariah salah satunya KPR Syariah yang belum meluas.
6	Njo Anastasia dan Fabian Hidayat (2017) Jurnal : <i>Hubungan Antara indeks harga property residensial, produk domestic bruto, suku bunga KPR dan kredit perbankan</i>	Dalam penelitian ini terdapat tujuan yaitu untuk memahami bagaimana hubungan harga rumah, produk domestic bruto, suku bunga KPR dan pinjaman bank	Auto regressive distributin lag (ARDL)	Variabel suku bunga KPR,PDB, dan IHPR mewakili hubungan kointegrasi atau jangka panjang dengan kredit bank

7	Nabila Fatmasari Jurnal : <i>Sistem KPR Bank Konvensional dan Analisis pembiayaan KPR Bank Syariah (studi kasus Bank BTN dengan Bank Muamalat)</i>	Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbandingan antara sistem pembiayaan KPR konven dan bank syariah yaitu pada bank BTN dan Bank Muamalat	komparatif	Terdapat persamaan dan perbedaan sistem pinjaman KPR Konvensional dengan KPR Syariah. kesamaan dalam sistem KPR adalah persyaratan penngajuan kredit KPR, keuntungan, sumber bunga atau margin, dan tata cara pemberian kredit. terdapat 6 perbedaan yaitu jenis kredit, hubungan dengan nasabah, akad atau perjanjian awal, perhiungan angsuran, pelayanan bank terhadap nasabah yang terlambat mencicil, dan pelayanan bank kepada nasabah yang ingin membayar angsuran sebelum jatuh temponya.
8	Prayudi Setiawan Prabowo dan Alfia Qorizah (2019) Jurnal : <i>Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah membeli KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya</i>	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami apa yang dapat mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah memperoleh KPR	Regresi linier berganda	Beberapa variabel bauran pemasaran terdapat pengaruh signifikan pada variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memakai produk KPR Syariah yaitu, variabel untuk promosi, janji dan orang. variabel tidak

		Syariah di Bank Jatim Syariah Cabang Surabaya		efektif adalah variabel bauran pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.
9	Tri Rahmat Habiby (2013) Skripsi : <i>Analisis faktor-faktor yang berpengaruh pada nasabah dalam peminjaman KPR</i>	Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami apakah pendapatan, pendidikan, , usia, tingkat suku bungadan lokasi tempat tinggal memiliki pengaruh pada KPR	Regresi linier berganda	Faktor-faktor yang termasuk yaitu pendidikan, usia, tingkat suku bunga, pendapatan dan lokasi tempat tinggal mempengaruhi pinjaman KPR
10	Muhammad Rizal Satria dan Tia Setiani (2018) Jurnal : <i>Analisis untuk membandingkan kredit pemilikan rumah (KPR) bank konvensional dengan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah (studi kasus pada Bank BJB dengan Bank BJB Syariah)</i>	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membandingkan dan melihat perbedaan antara sistem kpr bank konvensional dan bank syariah. sebagai contoh yaitu Bank BJB dan Bank BJB Syariah	komparatif	Perbandingan pinjaman bank konvensional BJB dan BJB Syariah pembiayaan murabahah mempunyai banyak kesamaan pada langkah-langkah dan persyaratan. Namun ada perbedaan dalam hal kontrak. Bank konvensional memanfaatkan sepenuhnya sistem suku bunga dan bank syariah memakai sistem bagi hasil dari manfaat layanan dan transaksi aktual untuk menyimpulkan kontrak murabahah.

11	Asri Wahyu Widi Astuti (2013) Skripsi : <i>peran ibu rumah tangga dalam menumbuhkan ketentraman keluarga</i>	Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan peran ibu dalam pemenuhan kebutuhan, status sosial ekonomi keluarga, dan hambatan pemenuhan kebutuhan pendidikan	Reduksi data	Ibu rumah tangga juga membantu perekonomian keluarga dengan menumbuhkan kondisi sosial ekonomi keluarga. kondisi sosial ekonomi yang membaik, kebutuhan hidup sehari-hari serta kebutuhan pendidikan anak-anaknya dapat terpenuhi. Seperti terpenuhinya kepentingan keluarganya seperti sandang, pangan, papan, kesehatan, dan pendidikan anak. Kendala dalam mendidik anak seperti pembagian waktu pekerjaan, pengasuhan anak, dan masalah keuangan.
12	Sapi'i dan Agus Setiawan (2016) Jurnal : <i>Pemilihan pembiayaan KPR melalui akad murabahah (studi kasus di Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang)</i>	penelitian ini memiliki Tujuan untuk menentukan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih KPR dengan akad murabahah	deskriptif	Pada Bank Muamalat Cabang Samarinda terdapat faktor yang dapat berpengaruh pada keputusan nasabah untuk memilih KPR Muamalat adalah Faktor Iklan, faktor Agama, Faktor Ekonomi, Faktor Teman, Faktor

				Pelayanan dan Faktor Lokasi
13	Muhammad Haris dan T Maldi Kesuma (2019) Jurnal : <i>Pengaruh kepuasan dan daya Tarik nasabah terhadap kualitas pelayanan pada KPR bank BTN kota Banda Aceh</i>	Dalam penelitian ini terdapat tujuan untuk memahami kepuasan dan apa yang berpengaruh pada daya Tarik nasabah pada kualitas pelayanan KPR di Bank BTN kota Banda Aceh	Regresi linier berganda	kualitas layanan mempengaruhi Variabel daya Tarik dan kepuasan nasabah secara signifikan
14	Hanudin Amin, Hamid Rizal, Abdul Rahman Dzuljastri, Abdul Razak dan Abdul Rahim (2017) Jurnal : <i>Consumer attitude and preference in the Islamic mortgage sector: Malaysian consumers studies</i>	Dalam penelitian ini terdapat tujuan untuk memahami faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada sikap dan preferensi konsumen	deskriptif	Pengaruh kualitas pelayanan, kebijakan utang syariah dan pilihan produk terhadap preferensi pembiayaan rumah dapat dimediasi oleh sikap konsumen

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori Preferensi Konsumen

Secara umum, preferensi didefinisikan sebagai *a greater liking for one alternative over another or other* (Arifin, 2018) artinya seseorang suka atau tidak suka pada suatu barang atau jasa yang akan digunakan (Lolowang, 2019). Preferensi dibentuk dari sudut pandang konsumen terhadap sebuah produk. Menurut Assael (1992) kata persepsi berarti sebagai minat pada pesan emosional

yang tertuju pada pemahaman dan memori. Persepsi yang melekat pada pikiran akan memunculkan preferensi.

Teori preferensi dapat dipakai untuk mengkaji tingkat kepuasan konsumen, sebagai contoh jika nasabah ingin menggunakan atau mengonsumsi suatu produk/jasa dengan sumber daya yang minim, maka ia harus memilih opsi agar nilai guna yang didapatkan menjadi yang terbaik.

Preferensi konsumen yaitu keterampilan konsumen untuk membuat keputusan dengan menyusun dari efisiensi tinggi rendahnya yang dihasilkan dari konsumsi dari berbagai kelompok barang berbeda (Asela, 2015). Menurut Mowen (1993) setiap orang harus memiliki preferensi. Preferensi bisa berubah dan bisa ditinjau sejak kecil. Nisemita (1981) menyatakan bahwa minat dan preferensi konsumen selalu berubah dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Menurut Sanjur (1982) karakteristik individu dan karakteristik lingkungan sekitar dapat mempengaruhi preferensi.

Menurut Kotler dan Keller (2009) preferensi konsumen adalah perilaku konsumen akan suatu produk dengan merk yang berbeda diantara pilihan yang ada. Adaptasi dan pemahaman preferensi dan sikap konsumen bukan sebuah pilihan, melainkan keduanya diperlukan untuk perkembangan kehidupan yang kompetitif (Fitrian, 2017). Preferensi sebagai hubungan aktif antara dampak dan kesadaran, sikap dan peristiwa di sekeliling kita dimana manusia dalam kehidupannya menjalankan aspek pertukaran. Terdapat tiga gagasan penting yang dapat diidentifikasi dari definisi tersebut, antara lain : (1) preferensi pelanggan yaitu

antusias, (2) keadaan ini meyangkut hubungan pengaruh dengan kesadaran, karakter dan peristiwa di sekitar dan, (3) keadaan tersebut juga menyangkutkan pertukaran (Lolowang, 2019).

Menurut Lilien (Simora, 2003), terdapat bermacam-macam strategi yang harus ditempuh sampai preferensi konsumen terbentuk, antara lain :

1. Konsumen dianggap memandang produk sebagai gabungan karakter. Konsumen memiliki persepsi yang beda-beda tentang karakter suatu produk terkait.
2. Derajat pentingnya karakter berbeda-beda yang cocok dengan keinginan serta kebutuhan masing-masing orang. Konsumen mempunyai titik fokus yang berbeda pada karakter yang paling penting
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk/jasa memiliki perbedaan berdasarkan dengan karakter yang berbeda.
4. Hendak dikembangkan perilaku konsumen terhadap merek suatu produk yang berbeda melalui langkah-langkah evaluasi (Putri, 2017).

Menurut Nicholas (1994) secara umum diasumsikan bahwa hubungan preferensi memiliki tiga karakteristik dasar yaitu :

1. Kelengkapan (*completeness*)

Kelengkapan (*completeness*) menyiratkan bahwa jika A dan B adalah dua keadaan, masing-masing harus selalu dapat menentukan apakah :

- a. A disukai lebih dari B
- b. B disukai lebih dari A, atau

- c. A dan B sama-sama disukai

Pada dasarnya, tidak semua orang harus bimbang menetapkan pilihan, karena semua orang paham mengenai hal yang baik dan buruknya. Dengan begitu semua manusia selalu dapat menentukan pilihan diantara dua alternative.

2. Transitivitas (*transitivity*)

Transitivitas (*transitivity*) adalah seseorang yang mengungkapkan bahwa lebih suka terhadap A dibandingkan B dan lebih suka terhadap B dibandingkan C, jadi orang tersebut menyukai A dibandingkan dari C. Oleh karena itu, seseorang tidak dapat mengungkapkan preferensi yang berbenturan.

3. Kontinuitas (*continuity*)

Kontinuitas (*continuity*) adalah seseorang yang mengungkapkan bahwa lebih suka terhadap A dibandingkan B ini berarti bahwa situasi pada pilihan A lebih disukai dibandingkan situasi dibawah pilihan B (Oktavianingrum, 2016).

2.2.2 Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan reaksi yang terjadi berupa perilaku atau tindakan seseorang yang mengambil peran langsung dalam konsumsi produk dan memberikan proses pengambilan keputusan saat membeli suatu produk (Oktavianingrum, 2016). Perilaku konsumen merupakan cara menganalisis perilaku konsumen yang dimulai dari kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan dalam

kehidupan manusia, hal ini dapat mempengaruhi berbagai faktor seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Perusahaan perlu memahami perilaku konsumen, hal ini dapat digunakan untuk memahami apa yang diinginkan pasar (Febriana, Yulianto, dan Sunarti, 2016).

Perilaku konsumen pada dasarnya adalah untuk mengetahui “mengapa dan apa yang dilakukan konsumen”. Konsumen mempunyai ketenangan yang menarik untuk diteliti karena mencakup seluruh manusia yang berbeda latar belakang budaya, usia, keadaan ekonomi sosial dan pendidikan. Oleh sebab itu, pentingnya untuk mengkaji perilaku konsumen dan faktor yang dapat mempengaruhinya (Lolowang, 2019)

Schiffman dan Kanuk (2008:6) menjelaskan bahwa sikap konsumen merupakan pelajaran tentang bagaimana seseorang memutuskan untuk menyebarkan sumber daya yang tersaji (usaha, uang, waktu, dan energy). Kotler dan Keller (2008:214) mengemukakan perilaku atau sikap konsumen mempelajari individu, kelompok dan organisasi dalam menggunakan, membeli, memilih dan menyebarkan produk, jasa, ide atau pengetahuan untuk memenuhi kebutuhannya.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يَسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامٌ

Artinya : dan orang-orang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah yang demikian. (QS. Al Furqan : 67)

Monzer Kahf mengungkapkan ayat di atas dalam bukunya dengan mengatakan bahwa keserakahan merupakan kejahatan, pemborosan pun juga kejahatan. Dalam Al-Quran orang-orang bertaqwa digambarkan sebagai “orang-orang yang tidak

berlebihan dalam membelanjaka kekayaan, dan tidak merugikan, tetapi menegakkan kesepadanan yang adil diantara perilaku-perilaku (yang ekstrem) tersebut (Siregar, 2019).

Dua bentuk perilaku konsumen :

1. Personal consumer : konsumen ini menggunakan barang atau jasa dan melakukan pembelian untuk tujuan mereka sendiri.
2. Organizational consumer : konsumen melakukan pembelian untuk mencukupi kebutuhan mereka dan mengelola organisasi mereka.

Konsumen sangat bervariasi menurut umur, penghasilan, tingkat pendidikan, pola migrasi, dan preferensi. Ini membantu pemasar untuk membedakan antara kelompok konsumen yang bervariasi dan menumbuhkan produk dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen tersebut (Primananda, 2010).

2.2.3 Teori Perilaku Konsumen dalam Islam

Perilaku konsumen dalam islam menuntut semua hamba Allah untuk selalu mengamati perspektif pada barang atau jasa yang diperoleh khususnya aspek syariah dalam melakukan aktivitas konsumsinya. Saat melakukan kegiatan konsumsi tidak semata-mata mencari kepuasan dan manfaat duniawi saja tetapi juga bagian dari ibadah yang perilakunya diperhitungkan di hadapan Allah swt (Irawan, 2015).

Menurut pemahaman islam kegiatan konsumen dan konvensional berbeda atas dasar dan tujuan konsumsi itu sendiri, yaitu bersumber pada Al-Quran dan hadist yang memiliki tujuan untuk mencari kemaslahatan (kesejahteraan dunia dan

akhirat). Islam telah mengelola dengan baik pola perilaku manusia dalam penggunaan suatu produk yang digunakan agar sesuai dengan ajaran islam yang dijelaskan dalam Al-Quran dan hadist (Fitrian, 2019). Dalam ekonomi islam disebutkan bahwa semua kegiatan manusia termasuk konsumsi memiliki suatu tujuan untuk kebaikan yang merupakan ibadah, karena dalam pemenuhan konsumsi harus dikerjakan terhadap barang yang halal dan baik dengan cara menjaga (saving), memberi dan menghindari larangan oleh agama islam (Fitrian, 2017).

Dalam teori konsumsi islam, diperkirakan konsumen lebih condong untuk memilih barang dan jasa yang menghasilkan masalah (keuntungan) terbesar. Hal ini sepaham dengan objektivitas islami dimana setiap konsumen selalu berusaha untuk meningkatkan masalah yang didupatkannya. Konsumen merasa ada kegunaan dari kegiatan konsumsi ketika kebutuhan fisik, psikologis dan material mereka terpenuhi. Disisi lain konsumen akan mendapatkan keberkahan ketika menggunakan barang/jasa yang diperbolehkan oleh syariah islam (P3IUII, 2014).

Banyak ulama islam yang membahas tentang nilai-nilai, moralitas dan kewajaran yang harus difokuskan dalam transaksi sehari-hari. Secara Ringkas, adab berkonsumsi dalam islam terbagi menjadi tujuh komponen. Antara lain, mengarah pada kebutuhan untuk dilindungi, dan dilestarikan oleh maqashid syariah, menaati prinsip-prinsip halal dan haram, untuk meningkatkan kualitas konsumsi dan mengidentifikasi masalah dan praktik individu dan masyarakat di era modern ini.

Perkembangan teori perilaku konsumsi saat ini ialah cara konsumen untuk meningkatkan *utility* (kepuasan) mereka dengan perolehan tertentu. Meski tingkat

utilitas konsumen tidak ada batasnya. Pada akhirnya mereka menghabiskan semua hartanya (diluar kebutuhan) dan ketidakpatuhan dengan batas yang ditetapkan oleh syariah. Sebaliknya, mereka bersaing untuk keglamoran dan kemegahan untuk ajang menyombongkan diri dan mempertahankan kehormatan. Dalam pemggunaannya perlu melihat manfaat dari objek yang digunakan apakah memiliki manfaat bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Konsumsi islam selalu bertumpu pada hukum islam. Diantara ajaran penting tentang konsumsi, misalnya keinginan untuk peduli terhadap sesama. Selanjutnya, juga dilarang bagi umat muslim untuk hidup berlebihan dihadapan orang-orang kelaparan di sekitar mereka. Hal lain adalah konsumsi bertujuan untuk mengutamakan *masalahah* islam (*maqashid syariah*), yang tentunya menjadi tujuan dari aktivitas konsumsi.

Konsumsi islam juga harus melihat kepada *masalahah* dari produk yang digunakan. *Maqashid syariah* sebagai dasar bagi umat muslim untuk menggunakan produk halal. Uraian tentang *Maqashid syariah* sangat dibutuhkan agar umat manusia dapat memahami tentang dasar pedoman syariah untuk menjalani kehidupan ini sesuai dengan syariah (Zaimsyah dan Herianingrum, 2019).

Khan (1995) menegaskan pentingnya kerangka teoritis perilaku konsumen islam. secara teori, konsumsi sendiri harus dalam parameter islam, dimana hal itu menjadi alasan untuk membelanjakan kekayaan untuk konsumsi sendiri, membantu anggota keluarganya dan memberi sedekah atas kebijakannya sendiri.

2.2.4 Konsumsi dalam pandangan *Maqashid Syariah*

Islam sebagai rancangan atau sistem kehidupan yang meyakinkan sebuah keselamatan, ketertiban, kesejahteraan dan kedamaian untuk semua orang yang mempercayainya. Islam mengelola kegiatan kehidupan dengan seimbang berdasarkan aturan, prinsip dan aturan tertentu dalam kehidupan setiap manusia, termasuk masalah ekonomi dengan prinsip keadilan dan kesepadan. Keberhasilan ekonomi islam berdasarkan pada sejauh mana kesepakatan atau keserasian kebutuhan material dengan kebutuhan perilaku manusia dapat dicapai. Keberhasilan suatu ilmu dan kebijakan dalam ekonomi islam adalah sejauh mana kontribusinya secara langsung atau tidak langsung pada terwujudnya kesejahteraan manusia, dan ini jelas merupakan tujuan dari *maqashid syariah* (Pusparini, 2015).

Maqashid Syariah merupakan tujuan umum yang harus didapatkan dan diciptakan oleh syariah untuk kehidupan manusia. *Maqashid syariah* adalah salah satu kunci penting dalam studi hukum islam. *Maqashid syariah* begitu penting sehingga para ahli teori ekonomi menjadikannya sebagai ilmu yang harus dimengerti oleh para mujtahid yang mengamalkan ijtiha. Inti dari teori *maqashid syariah* adalah *jalb al-masahalih wa daf'u al-mafasid* atau berbuat baik sambil menjahui yang buruk dan mencegah mudharat. Dengan demikian, pengertian yang dapat disamakan dengan inti dari *maqashid syariah* tersebut adalah masalah (maslahat). Karena penentuan hukum islam adalah bermanfaat (maslahat) (Febriadi, 2017).

Asy-Syatibi mengatakan bahwa *maqashid syariah* adalah tujuan syariah yang berfokus pada keperluan public. Seperti yang terdapat pada kamus dan tafsirnya maka syariat adalah hukum yang Allah tetapkan untuk hambanya dalam

kepentingan agama, atau hukum yang telah disyariatkan oleh Allah sebagai Ibadah (haji, shalat, zakat, dan seluruh amal baik) atau muamalah yang menjalankan kehidupan manusia (nikah, jual, beli dan lain-lain) Allah SWT berfirman :

ثم جعلنا علي شريعة من الامر

“kemudian kami jadikan kamu berada di atas sebuah syariah, peraturan dari urusan agama itu” (QS. Al- Jatsiyah : 18)

Menurut Imam al-Ghazali syariah memiliki tujuan untuk memajukan keselamatan umat islam, yang terlibat dalam melindungi iman (*din*), diri manusia (*nafs*), kecerdasan (*'aql*), garis keluarga (*nasl*) dan harta (*mal*). Makna *maqashid syariah* adalah kemaslahatan. *Maslahah* berarti “kepentingan umum”. *Maslahah* terkadang memiliki arti yang sama dengan *maqashid*, dan *maqashid syariah* dalam bidang ekonomi islam dapat diketahui sekaligus atas dasar perilaku. Entitas ekonomi tidak hanya perlu menguasai sumber daya ekonomi fundamental namun juga mengacu pada keunggulan dharuriyah, hajiyyah, dan tahsiniyyah yang dapat digunakan untuk kepentingan umat (Zaimsyah & Herianingrum, 2019).

a. Daruriyyat

Secara harfiah berarti kebutuhan yang darurat. Terdapat lima hal yang harus diamati dalam kategori ini, yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga pikiran, menjaga garis keturunan, dan menjaga kekayaan.

Jika tingkat kepentingan tidak terpenuhi dalam kepentingan daruriyyat, maka akan menimbulkan keselamatan muslim di dunia dan di akhirat.

Terdapat lima hal pokok dan mendasar yang termasuk dalam kategori ini, yang kepentingannya harus selalu diawasi dan dilindungi :

- 1) Menjaga agama (al-din) yang berkaitan dengan ibadah umat muslim dan muslimah, melindungi umat muslim dari ajaran yang sesat, melindungi islam terhadap orang-orang pemeluk agama lain.
- 2) Menjaga nyawa (al-nafs) kehidupan manusia dalam islam merupakan objek yang paling bernilai dan harus dijaga serta dilindungi. Terdapat pantangan umat muslim untuk menghabisi nyawa orang lain atau diri mereka sendiri. Terjemahan surat al-isra 17:33, berbunyi : “dan janganlah kamu membunuh jiwa yang diharamkan Allah (membunuhnya) meskipun dengan satu (alasan) yang benar”
- 3) Menjaga Akal (al-aql) akal merupakan sesuatu mengecualikan antara manusia dengan hewan, sehingga kita harus merawat dan menjaganya. Islam menganjurkan kita untuk menimba ilmu sampai ke ujung dunia dan mengharamkan umat islam untuk menghancurkan akal sendiri dengan contoh meminum alkohol.
- 4) Menjaga keluarga/garis keturunan (al-ird) yaitu menjaga keluarga melalui pernikahan agama dan Negara. Memiliki anak diluar nikah, misalnya akan mempengaruhi pewarisan juga kekacauan dalam keluarga dan anak tersebut menjadi tidak jelas yang harus dipastikan dengan tes darah dan DNA.
- 5) Menjaga harta kekayaan (al-mal). Harta adalah suatu hal paling berharga dan penting, namun islam tidak memperbolehkan umatnya

untuk memperolehnya dengan melanggar hukum, seperti mencuri milik oranglain. Seperti bunyi pada surat al-baqarah 2: 188 : “dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil”.

Kelima hal ini sangat berharga sebagai esensi keberadaan manusia. Oleh sebab itu semua kalangan masyarakat harus menjaganya, karena jika tidak menjaganya maka kehidupan manusia di dunia ini dan di kehidupan selanjutnya akan menjadi berantakan, sengsara dan miskin.

b. Hajiyyat

Menurut bahasa hajiyyat memiliki arti kepentingan sekunder. Apabila kepentingan ini belum terpenuhi, itu tidak akan membahayakan keamanan dan keselamatan, tapi akan mendapati kesukaran. Untuk meniadakan kesukaran tersebut, dalam islam memiliki hukum rukhsa (keringanan). Hukum yang diperlukan untuk melonggarkan beban agar hukum bisa dijalankan tanpa merasa keberatan.

c. Tahsiniyyat

Menurut bahasa artinya penyempurna. Tingkat kepentingan ini memanifestasikan dirinya dalam bentuk kebutuhan pelengkap. Jika kebutuhan ini tidak terwujudkan, maka tidak menimbulkan ancaman dan juga tidak menyebabkan kesulitan (Muzlifah, 2015)

2.2.5 Faktor – Faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk islami

1. Reputasi

Menurut Husni, dkk (2017) reputasi merupakan gambaran yang telah dibentuk sejak lama dan teruji dalam jangka waktu panjang sebagai hasil dari hubungan atau rencana komunikasi perusahaan dalam berhubungan dengan public, objek atau unsur perusahaan, termasuk kepatuhan terhadap pengetahuan yang positif dari nilai produk yang dihadapi masyarakat. Dengan ini, reputasi menempati posisi yang seimbang dibandingkan dengan citra perusahaan (Rizky, 2020)

Seorang nasabah dalam memperoleh suatu barang atau jasa bukan hanya menginginkan barang atau jasa tersebut, namun terdapat faktor-faktor yang dipengaruhi oleh perilaku nasabah (konsumen) yaitu (Aliah, 2010) :

1. Kebudayaan

Kebudayaan memiliki sifat yang sangat luas, meliputi segala sudut pandang kehidupan manusia. Kebudayaan merupakan symbol dan fakta kompleks yang di ciptakan manusia, yang diturunkan dari keturunan ke keturunan sebagai penetapan juga sebagai pengelola sikap masyarakat saat ini.

2. Kelas sosial

Pemecahan masyarakat kedalam golongan/kelompok berdasarkan pemantauan tertentu, misalnya tingkat penghasilan, dan jenis tempat tinggal.

3. Kelompok referensi kecil

Kelompok ‘kecil’ di sekeliling individu yang merupakan acuan sikap dan perilaku seseorang, termasuk dalam perilaku pembelian seperti kelompok kerja, kelompok pertemanan, dan kelompok keagamaan dll.

4. Keluarga

Lingkungan keluarga berarti seseorang yang hidup dan tumbuh, terdiri dari ayah, ibu dan anak. Dalam lingkup keluarga harus berpengaruh terhadap sikap pembelian yang meliputi :

- a. Seseorang yang berpengaruh pada keputusan pembelian
- b. Seseorang yang melakukan keputusan pembelian
- c. Seseorang yang melakukan pembelian
- d. Seseorang yang menggunakan produk tersebut

5. Pengalaman

Beberapa informasi yang didapatkan sebelumnya dari seseorang yang berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya.

6. Kepribadian

Kepribadian bisa dijelaskan sebagai karakter seseorang yang dapat ditetapkan respon terhadap perilaku.

7. Sikap dan kepercayaan

Sikap adalah suatu kecondongan yang dipertimbangkan secara teratur untuk menanggapi tawaran produk berdasarkan apakah itu baik atau buruk.

Kepercayaan adalah meyakini terhadap penilaian tertentu yang akan dapat berpengaruh pada perilakunya.

8. Konsep diri

Konsep diri merupakan cara memperhatikan dirinya sendiri, dan juga memiliki gambaran tentang diri orang lain (Primananda, 2010).

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kloter dalam buku Sangadji (2013) kualitas yaitu keadaan dinamis mengenai produk, manusia, jasa, lingkungan, dan proses yang mencukupi atau melampaui harapan. Secara keseluruhan standar pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan yang tinggi dan lebih sering mengulangi pembelian (Harris dan Kesuma, 2019).

Kualitas pelayanan adalah faktor yang dapat berpengaruh pada sikap konsumen. Menurut Garvin dalam (Sangadji dan Sopiah, 2013). Ada berbagai jenis pandangan terhadap kualitas yang sedang berkembang, yaitu :

a. Pendekatan Transedental (*Trancendetal approach*)

Mengungkapkan bahwa perilaku seseorang yang berubah dapat dihasilkan dari pengetahuan atau pengalaman

b. Pendekatan berbasis produk (*product-based approach*)

Pada pendekatan ini memandang bahwa kualitas ialah keistimewaan sifat yang dapat dikuantitatifkan.

c. Pendekatan berbasis pengguna (*user-based approach*)

Pendekatan ini berlandaskan terhadap gagasan dimana kualitas bergantung pada orang yang melihatnya. Akibatnya, produk dengan mutu terbaik merupakan produk yang paling sesuai dengan preferensi.

d. Pendekatan berbasis manufaktur (*manufactur-based approach*)

Pandangan ini berbasis pasokan (*supply-based*) dan secara spesifik melihat penerapannya dan mendefinisikan kualitas sebagai kesamaan/kemiripan dengan kualifikasi (*conformance to requierments*). Dalam pendekatan ini penetapan kualitas yaitu standar yang ditentukan oleh perusahaan, bukan dari seorang konsumen.

e. Pendekatan berbasis nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam pandangan memiliki arti yang relative sehingga produk atau jasa yang paling bermanfaat yaitu pembelian yang sesuai (*best-buy*) (Rizky, 2020).

Dari kelima jenis pandangan diatas, pada pandangan ketiga adalah pendekatan berbasis pengguna, mengungkapkan bahwa produk yang dapat memenuhi preferensi adalah produk yang memiliki keunggulan tinggi. Dalam hal ini pendekatan tersebut membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas yang lebih baik dengan preferensi nasabah yang meningkat dalam pemilihan KPR syariah.

Lymperopoulos dkk (2006) menekankan bahwa kualitas layanan sangat penting sebagai senjata kompetitif bagi bank untuk bertahan di sector tersebut. Hal ini menegaskan bahwa kualitas layanan adalah inti dari hubungan nasabah-perbankan yang sukses, meningkatkan citra bank dan mendorong calon

nasabah untuk memiliki sikap yang baik terhadap mekanisme pembiayaan rumah syariah (Amin, 2017).

3. Harga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan harga ialah sejumlah uang atau alat tukar lain sama dengan apa yang ditransaksikan untuk suatu produk atau jasa pada periode tertentu. Harga merupakan nilai yang ditunjukkan dalam mata uang sebagai alat ukur. Dalam ilmu ekonomi konsep harga berkaitan pada konsep konsep kegunaan dan nilai. Kegunaan merupakan karakteristik suatu barang yang memiliki tingkat kepuasan tertentu kepada konsumen. Sedangkan, Nilai adalah ukuran kuantitas yang dikeluarkan oleh suatu produk ketika produk tersebut ditukar dengan produk lain.

Harga merupakan atribut terpenting yang dikritik oleh konsumen, dan manajer sangat perlu memahami perannya dalam membentuk sikap konsumen. Dalam situasi tertentu konsumen sangat sensitive pada harga produk yang relative lebih besar dari pesaingnya. Kemudian dapat menghilangkan produk tersebut dari ulasan konsumen (Sangadji & sopiah, 2013). Dalam penelitian ini, meingkatnya harga atau margin yang diperoleh untuk KPR Syariah berarti meningkat juga preferensi nasabah dalam memilih KPR Syariah.

4. Kesadaran Halal

Menurut KBBI kesadaran ialah keinsafan: kondisi memahami. Sedangkan, pengertian halal ialah diperbolehkan (tidak diharamkan oleh syariat islam). Bahwa kesadaran halal ialah kondisi seseorang yang memahami dan mengerti

akan penggunaan sesuatu yang diperbolehkan oleh islam. Kesadaran halal berlandaskan pada teori konsumsi islami yang menggambarkan bahwa idealnya masyarakat muslim dalam menggunakan sesuatu yang diperbolehkan hukum islam (P3EIUII, 2014).

Dalam teori permintaan, kesadaran halal termasuk pada faktor selera. Selagi seseorang memahami sifat halal terhadap suatu produk, maka mereka akan lebih menentukan produk yang mereka anggap halal. Situasi ini merupakan dasar bahwa orang yang mengetahui sifat kehalalan suatu produk, maka akan lebih menyukai atau mencintai kepada produk-produk halal daripada yang tidak. Kesadaran halal seseorang yang semakin tinggi, membuat semakin tinggi juga preferensi nasabah dalam memilih KPR Syariah.

2.2.6 Perilaku Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen yang serius akan membeli. Kegiatan pengambilan keputusan berhubungan langsung dengan perolehan dan penggunaan barang yang ditawarkan (Lemiyana, 1970). Dalam keputusan memilih konsumen pada pembelian produk dapat didorong oleh perilaku konsumen tersebut. Kotler mengatakan bahwa terdapat sebagian hal yang bisa dimanfaatkan konsumen saat berbelanja, yaitu adanya keinginan untuk mendapatkan dan pembelian barang/jasa dan keinginan untuk memanfaatkan barang tersebut.

Secara umum, perilaku konsumen dapat mempengaruhi faktor-faktor yang paling utama adalah kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Produsen

menghadapi berbagai hal yang dapat berpengaruh pada pembeli dan menguraikan pemahaman tentang konsumen yang benar-benar memutuskan dalam pembelian produk. Produsen diharapkan memahami siapa pembuat keputusan tersebut, jenis keputusan pembelian apa yang mereka miliki, dan bagaimana tahap-tahap dalam proses membeli tersebut.

Terdapat peran-peran seseorang dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian :

1. Mengambil inisiatif (*initiatir*) :

Merupakan orang pertama yang mengusulkan atau mempertimbangkan ide mengenai pembelian sebuah produk atau jasa tertentu.

2. Orang yang berpengaruh (*influences*) :

Merupakan orang yang perspektif dan rekomendasinya ditetapkan ketika melakukan keputusan akhir.

3. Pembuat keputusan (*decides*) :

Merupakan orang yang pada akhirnya menjadi setengah atau seluruh keputusan pembeli : apakah melakukan pembelian, apakah yang akan dibeli, cara pembeliannya, dan lokasi pembelian.

4. Pembeli (*buyer*) :

Merupakan orang yang sebenarnya melaksanakan pembelian .

5. Pemakai (*user*) :

Merupakan seorang atau sebagian orang yang mengevaluasi atau menggunakan produk barang dan jasa (Siregar, 2019)

Ada beberapa jenis perilaku konsumen dalam menjalankan pembelian yaitu sebagai berikut :

1. Perilaku pembelian pembeli yang kompleks

Yaitu ketika semakin terjun kedalam aktivitas pembelian mereka dan memahami variasi penting antara berbagai macam merek produk yang tersedia. Umumnya, konsumen tidak hanya memahami tentang klasifikasi produk dan tidak belajar banyak mengenai produk tersebut.

2. Perilaku membeli yang mengurangi ketidakcocokan

Yaitu perilaku pembelian memandang pada perbedaan-perbedaan antar merek. Kesertaan yang mendalam dikarenakan oleh fakta bahwa produk yang dibeli memiliki harga yang tinggi, jarang dijalankan dan berisiko.

3. Perilaku pembelian berlandaskan kebiasaan

Yaitu sikap pembelian konsumen yang acuh tak acuh dengan tidak melihat perbedaan nyata pada satu merek dengan merek lainnya. Konsumen tidak mencari informasi yang komprehensif mengenai bermacam-macam merek, mengevaluasi karakteristik dan mempertimbangkan keputusan, tetapi konsumen sering mendapatkan informasi pasif dari sebuah iklan di televisi atau surat kabar.

4. Perilaku yang mencari keragaman

Yaitu perilaku pembelian ditandai dengan tingkat kontribusi konsumen yang rendah, namun menonjolkan perbedaan merek yang nyata. Konsumen mempunyai beberapa kepercayaan dalam pemilihan merek tanpa membuat terlalu banyak pertimbangan saat membeli.

. Perilaku konsumen akan menetapkan proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan, proses yang akan dilakukan yakni sebuah pendekatan dalam menyesuaikan masalah yang terdapat pada lima tahapan yang dijalankan konsumen (Hidayat, 2017) antara lain :

1. Pengenalan masalah

Proses pembelian konsumen diawali dengan pengenalan masalah dan kepentingan konsumen. Pemahaman terhadap kehendak dan kebutuhan tersebut ditunjukkan terutama untuk memahami akan keinginan dan kebutuhan yang belum terwujud. Jika kepentingan tersebut didapati, maka konsumen akan secepatnya menyadari bahwa ada kepentingan yang tidak segera terwujud atau yang masih dapat ditangguhkan pemenuhannya, dan kepentingan yang samasama harus diwujudkan. Dengan kata lain, proses pembelian dimulai dari tahap ini.

2. Pencarian informasi

Konsumen yang terpengaruh oleh kepentingan akan termotivasi untuk mencari informasi lebih lanjut tentang jasa atau produk yang mereka inginkan. Pencarian informasi bisa bersifat pasif maupun aktif. Pencarian informasi bersifat aktif seperti kunjungan pada beberapa perusahaan untuk membandingkan dari segi kualitas dan harga produk, sementara itu, pencarian informasi yang bersifat pasif, dilakukan dengan membaca Koran atau iklan di majalah tanpa memiliki tujuan khusus untuk mempredikail produk yang dibutuhkan.

3. Penilaian alternative

Tahap ini terdiri dari dua, yaitu menggunakan tujuan dalam membeli dan menilai serta memilih alternative untuk membeli sesuai dengan tujuan pembeliannya. Dalam pembelian pembelian memiliki tujuan untuk setiap konsumen berbeda - beda, tergantung dari macam-macam produk dan kepentingannya. Terdapat konsumen yang tujuan membelinya untuk menumbuhkan kinerja, atau hanya ingin mencukupi kepentingan jangka pendek dan sebagainya.

4. Keputusan pembelian

Setelah keputusan pembelian dibuat, maka pembeli akan dihadapkan pada sekumpulan keputusan yang berhubungan dengan jenis pembelian, kapan harus pembelian, dan bagaimana cara membeli. Pada tahap ini konsumen sungguh-sungguh membeli produk. Perusahaan harus memahami jawaban-jawaban atas pertanyaan yang berhubungan dengan sikap konsumen dalam keputusan pembeliannya.

5. Perilaku setelah pembelian

Konsumen akan menghadapi tingkat puas atau tidak puas yang dilalui, adanya kemungkinan terhadap pembeli yang mengalami ketidakpuasan setelah menjalankan pembelian karena adanya ketidaksesuaian pada harapan atau ekspektasi sebelumnya, dan sebagainya. Keputusan pembeli yaitu aktivitas konsumen yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk yang dipasarkan oleh penjual.

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan objek dan fenomena yang diteliti. Herdiansyah (2010), Sugiono (2011) merumuskan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filosofi *postpositivisme*, dimanfaatkan untuk mempelajari keadaan obyek yang alamiah, (sebagai lawa dari eksperimen). Peneliti merupakan alat kuncinya, pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan cara *snowbaal*, *purposive*, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan teknik pengumpulan menggunakan triangulasi (gabungan), dan hasil pada penelitian kualitatif lebih mengutamakan arti daripada generalisasi. Menurut Bogdam dan Biglem dalam moleong (2002), penelitian kualitatif terdapat lima karakteristik yaitu :

- a. Dilakukan di lingkungan yang alami, sebab merupakan suatu hal penting yang merupakan sumber data langsung dari kejadian tersebut.
- b. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif, berupa kalimat atau gambar
- c. Lebih mengamati proses daripada hasil atau produk tersebut
- d. Dalam kajian data peristiwa induktif cenderung dikonsumsi.
- e. Lebih mengutamakan signifikasi data yang didapatkan (Simanjuntak, 2017)

Pendekatan kualitatif diterapkan dalam penelitian ini karena permasalahan yang dikupas dalam penelitian bukan tentang angka, namun mendefinisikan, menjabarkan, dan menggambarkan tentang preferensi nasabah dalam keputusan memilih KPR syariah.

1.2. Subjek dan Lokasi Penelitian

Menurut Prastowo (2011:195) Subjek penelitian adalah informan. Dimana informan adalah seseorang yang merupakan sumber data dalam penelitian. Karena tidak semua orang bisa menjadi informan dalam penelitian kualitatif, dan mereka menjadi informan harus yang tepat dan baik, maka sumber informasi menjadi pilihan peneliti sesuai dengan peran, tanggung jawabnya dan kecocokannya dengan permasalahan yang timbul dalam penelitian (Ahmadi, 2016:92). Informan dalam penelitian ini adalah seorang nasabah KPR di BTN Syariah Cabang Malang.

Metode penelitian ialah tahapan yang sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, dengan tahapan yang sangat penting dengan penentuan lokasi penelitian menunjukkan bahwa objek dan tujuan telah ditentukan, sehingga membantu peneliti dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini akan dilakukan di BTN Syariah cabang Malang. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena prioritas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di kota Malang sebagian besar berada di BTN Syariah.

1.3. Data dan Jenis Data

Menurut Bungin (2014) menjelaskan bahwa ada dua data yang diperlukan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Penulis menetapkan kedua

data tersebut dalam penelitian ini agar hasil yang diperoleh lebih optimal, diantaranya:

1. Data primer

Data primer adalah sebuah data yang diperoleh langsung dari sampel penelitian, data primer didapatkan langsung dari para nasabah berupa tanggapan atas opini mengenai keputusan memilih produk pembiayaan KPR Syariah di BTN Syariah cabang Malang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari pihak lain mengenai data yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Data sekunder juga menyimpan konsep data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti namun diterima dari pihak lain. Misalnya, data sekunder dapat diperoleh dari dokumen laporan-laporan, jurnal ilmiah, artikel dan buku yang dapat membantu penelitian ini.

1.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh data yang bisa dicari dan diolah sehingga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilaksanakan secara langsung dengan Tanya – jawab kepada pihak yang memahami seputar data – data yang dibutuhkan sesuai dengan judul penelitian. Wawancara yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah wawancara yang tersusun menggunakan alat bantu seperti pedoman wawancara. Model yang digunakan untuk meneliti dalam wawancara untuk

memperoleh data adalah dengan menanyakan secara langsung kepada nasabah tentang bagaimana preferensi mereka terhadap keputusan memilih KPR Syariah di BTN Syariah cabang Malang.

2. Pengamatan Langsung di Lapangan (observasi)

Observasi adalah pengawasan langsung secara seksama di lapangan atau di lokasi penelitian yang dilaksanakan. Observasi dijalankan dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang sebenarnya di lokasi penelitian. Observasi digunakan dalam melaksanakan studi pendahuluan untuk mendapati permasalahan yang perlu diselidiki dan ingin mengetahui sesuatu dari informan yang lebih dalam.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015: 329) Dokumentasi adalah metode yang dimanfaatkan untuk mendapatkan data dan informasi berupa arsip, buku, tulisan angka, gambar, dan dokumen berupa keterangan dan laporan yang dapat menopang penelitian. Dokumentasi dimanfaatkan untuk mengumpulkan data setelah itu dikoreksi. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu brosur, rekaman, foto, dan surat-surat.

4. Library Research

Library research adalah penelitian yang dilakukan dengan cara membaca beberapa buku yang terdapat di perpustakaan sebagai penopang dalam penelitian. Akan halnya, buku-buku yang menjadi referensi dalam penelitian adalah buku-buku penelitian kualitatif, KPR, dan preferensi konsumen.

1.5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu metode yang tidak bisa dipisahkan dengan pengumpulan data, yang dimulai dengan koreksi terhadap semua data yang ada yang didapat dari bermacam-macam sumber, seperti informasi hasil wawancara, hasil pengamatan yang tertulis di lapangan, dan hasil studi dokumentasi (Meleong, 2002). Dalam penelitian analisis data dikerjakan secara bersama-sama dengan pengumpulan data yang dilakukan. Maka terdapat langkah – langkah sebagai berikut :

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah pilihan yang menitikberatkan pada penyederhanaan dan perubahan data yang muncul dari tulisan-tulisan yang tercatat di lapangan guna memudahkan dalam memahami terhadap data yang terkumpul. Perspektif yang direduksi adalah preferensi konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan KPR Syariah di BTN Syariah cabang Malang.

- a. Menggabungkan data dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara lalu diseleksi dan dikelompokkan sesuai dengan kesamaan datanya.
- b. Data yang telah dikelompokkan kemudian disusun sebagai objek penyajian data.

3.5.2 Penyajian Data

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang memberikan prospek untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Dengan begitu, mungkin untuk menyederhanakan deskripsi semua atau bagian tertentu dari aspek yang diteliti.

3.5.3 Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses visualisasi suatu pola mengenai kejadian-kejadian yang terjadi, oleh karena itu analisis data harus dikerjakan terus menerus selama penelitian untuk memperoleh kesimpulan yang akurat. Setelah semua data terkumpul maka selanjutnya akan menyimpulkan data yang sesuai dengan kelompok yang dibutuhkan.

3.6 Analisis Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi ialah suatu teknik untuk mengontrol keabsahan data dengan menggunakan sesuatu yang lain (Meleong, 2014). Teknik triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis triangulasi sumber.

Triangulasi sumber berarti perbandingan dan tinjauan atas keandalan informasi yang diperoleh peneliti melalui waktu dan instrumen yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Dengan itu, peneliti melakukan wawancara dan observasi dengan berbagai informan yang terkait dengan KPR Syariah Cabang Malang yang dapat membantu dalam penelitian ini.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya BTN Syariah

Bank BTN Unit Usaha Syariah disebut “BTN Syariah” dengan slogan “maju sejahtera bersama”. Dalam menjalankan aktivitasnya, Unit Usaha Syariah dibarengi oleh Dewan Pengawasan Syariah (DPS) yang berlaku sebagai pengawasan dan penasihat Direksi, Pimpinan Bagian Syariah, dan Kepala Cabang Syariah dalam hal-hal yang berkaitan dengan prinsip syariah.

Struktur organisasi kantor cabang syariah PT. BTN dibentuk pada bulan November 2004. Dimana setiap kantor cabang syariah dipimpin oleh seorang kepala cabang yang bertanggung jawab kepada kepala bagian syariah. Bersamaan dengan itu Direktur Utama Bank BTN meminta pertimbangan pengangkatan DPS dan pada tanggal 3 desember 2004, Direktur Utama Bank BTN meminta surat rekomendasi DSN/MUI tentang pengangkatan DPS bagi BTN Syariah.

Pada tanggal 15 Desember 2004, Bank BTN memperoleh surat persetujuan dari BI, Surat No. 6/1350/DPbs mengenai persetujuan BI tentang prinsip KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank BTN. Oleh karena itu, tanggal ini resmi dikenang sebagai hari lahir BTN Syariah. Sinergi dengan

persetujuan dari BI dan Direksi PT. BTN kemudian membuka KCS Jakarta pada tanggal 14 februari 2005.

BTN Syariah merupakan *Strategic Bussines Unit (SBU)* dari bank BTN yang memimpin bisnis dengan prinsip syariah, yang awal bekerja pada tanggal 14 februari 2005 dengan pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta.

Pembukaan SBU ini untuk penghormatan pada ketertarikan masyarakat yang tinggi dalam menggunakan jasa keuangan berbasis syariah dan dapat memperlihatkan kelebihan pada prinsip perbankan syariah, adanya fatwa MUI mengenai bunga bank, serta penerapan hasil RUPS tahun 2004.

4.1.2 Visi & Misi BTN Syariah

Visi dan Misi Bank BTN Syariah selaras dengan Visi Bank BTN yaitu *Strategic Bussines Unit (SBU)* yang peran untuk memajukan layanan dan pangsa pasar yang memungkinkan bank BTN semakin berkembang di masa yang akan datang. BTN Syariah juga melengkapi bisnis perbankan dimana secara konvensional tidak terlayani.

Visi Bank BTN Syariah :

“menjadi *Strategic Bussines Unit* BTN yang sehat dan terkenal dalam menyediakan layanan keuangan berbasis syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama”

Misi Bank BTN Syariah :

- a. Membantu pencapaian target laba usaha BTN
- b. Memasrahkan pelayanan jasa keuangan syariah dalam layanan keuangan syariah serta pembiayaan produk perumahan sehingga dapat menghasilkan kepuasan bagi nasabah dan mendapatkan pangsa pasar sesuai harapan.
- c. Menerapkan manajemen perbankan sesuai dengan prinsip syariah yang dapat memajukan kekuatan BTN dalam menghadapi lingkungan usaha yang berubah serta memajukan *shareholders value*.
- d. Mencapai keseimbangan dalam memenuhi kepentingan *stakeholders* serta memberikan ketenangan pada semua karyawan dan nasabah.

4.1.3 Deskripsi Informan

Untuk mengetahui hasil-hasil penelitian, peneliti membutuhkan deskriptif informan yang dapat digunakan untuk mendefinisikan kondisi atau keadaan informan yang dapat membagikan informasi. Dalam point deskriptif informan, peneliti menyajikan 4 (empat) informasi penting yang dapat menguraikan karakteristik informan. Karakteristik informan dalam penelitian ini adalah : Jenis Kelamin, pekerjaan, Produk yang digunakan informan, dan lama menjadi nasabah.

Dari apa yang telah peneliti dapatkan mengenai informan, diketahui bahwa jenis kelamin nasabah KPR yang diambil sebagai informan didominasi oleh Laki-Laki. Jenis kelamin Laki-Laki yang menjadi informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang. Dan sisannya sebanyak 4 orang adalah berjenis kelamin perempuan. Kemudian pada data informan dalam poin pekerjaan terdapat pengusaha sebanyak

2 orang, pegawai sebanyak 1 orang, ibu rumah tangga sebanyak 1 orang, marketing sebanyak 1 orang dan wiraswasta sebanyak 5 orang. Deskripsi data informan dalam poin produk yang informan gunakan, peneliti mengelompokkan menjadi 2 kategori, yaitu KPR Syariah dan KPR Konvensional. Informan yang menggunakan KPR Syariah merupakan informan terbanyak yaitu 8 orang yang kemudiann disusul oleh informan yang menggunakan KPR Konvensional sebanyak 2 orang. Selanjutnya pada poin lama informan menjadi nasabah yaitu terdapat 1 orang yang menjadi nasabah selama 3 tahun, 2 orang yang menjadi nasabah selama 2 tahun, 3 orang yang menjadi nasabah selama 1 tahun, 1 orang yang menjadi nasabah selama 9 bulan, 1 orang yang menjadi nasabah selama 8 bulan, dan 1 orang yang menjadi nasabah selama 5 bulan. Dibawah ini menyajikan informasi mengenai gambaran secara umum informan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, produk yang digunakan, dan lama menjadi nasabah. Berikut ini adalah penjelasan masing-masing dari informan, yaitu :

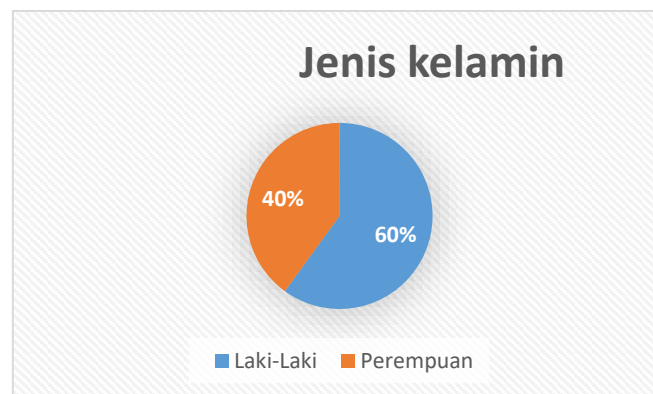
Tabel 4 1 Deskripsi Informan

Informan	Jenis kelamin	Pekerjaan	Produk yang digunakan	Lama menjadi nasabah
Informan 1	Laki – laki	Pengusaha	KPR syariah	2 tahun
Informan 2	Laki – laki	Pengusaha	KPR syariah	3 tahun
Informan 3	Perempuan	Pegawai	KPR syariah	1 tahun
Informan 4	Perempuan	Ibu rumah tangga	KPR syariah	1 tahun
Informan 5	Perempuan	Wiraswasta	KPR syariah	3 tahun
Informan 6	Laki – laki	Marketing	KPR syariah	8 bulan
Informan 7	Laki – laki	Wiraswasta	KPR syariah	2 tahun

Informan 8	Perempuan	Wiraswasta	KPR syariah	1 tahun
Informan 9	Laki – laki	Wiraswasta	KPR Konvensional	9 bulan
Informan 10	Laki – laki	Wiraswasta	KPR Konvensional	5 bulan

1. Deskripsi informan berdasarkan jenis kelamin

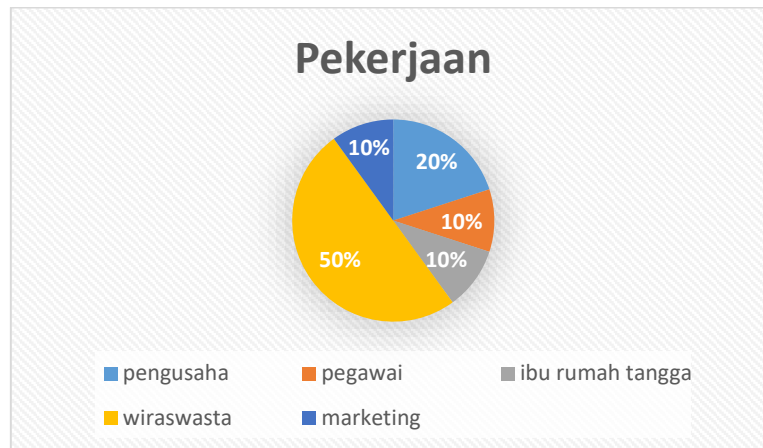
Gambar 4 1 informan berdasarkan jenis kelamin



Berdasarkan grafik diatas gambar 4.1 hasil olah data tentang deskripsi informan menurut jenis kelamin di atas, maka jumlah informan laki-laki (60%) lebih banyak daripada informan perempuan yang hanya sebesar (40%).

2. Deskripsi informan berdasarkan pekerjaan

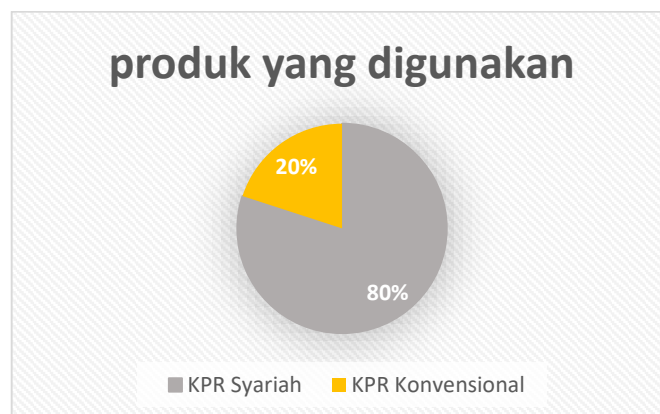
Gambar 4 2 informan berdasarkan pekerjaan



Berdasarkan grafik 4.2 jenis pekerjaan yang dimiliki para informan, yang paling dominan adalah wiraswasta dengan jumlah 50%, diikuti Pengusaha sebesar 20%, informan yang bekerja sebagai pegawai sebesar 10%, ibu rumah tangga sebesar 10% dan marketing sebesar 10%.

3. Deskriptif informan berdasarkan produk yang digunakan

Gambar 4 3 informan berdasarkan produk yang digunakan

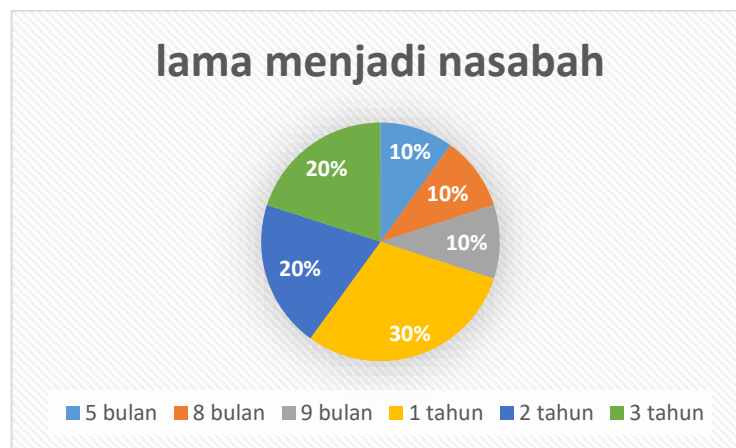


Berdasarkan grafik 4.3 hasil olah data mengenai deskripsi informan menurut produk yang digunakan, jumlah informan terbesar adalah informan

yang menggunakan KPR Syariah yakni sebesar 80% sedangkan informan yang menggunakan KPR Konvensional sebesar 20%.

4. Deskripsi informan berdasarkan lama menjadi nasabah

Gambar 4 4 informan berdasarkan lama menjadi nasabah



Berdasarkan grafik pada gambar 4.4 lama menjadi nasabah, informan yang paling lama menjadi nasabah selama 3 tahun sebesar 20%, 2 tahun sebesar 20%, diikuti 1 tahun sebesar 30% yang paling tinggi, 9 bulan sebesar 10%, 8 bulan sebesar 10% dan 5 bulan sebesar 10%.

4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian ini dapat diuraikan secara sistematis dengan menjabarkan setiap kelompok didalam fokus setiap masalah berikut ini merupakan pendeskripsian hasil penelitian :

4.2.1 Preferensi Nasabah

Preferensi adalah suatu objek yang dianggap cocok pada pemenuhan persyaratan yang diharapkan oleh konsumen. Konsep dasarnya adalah

menggunakan gambar secara geometric. Konsep ini menunjukkan bahwa seperangkat stimulasi yang diterima seperti harga, produk, merek dan lainnya dapat diutarakan dalam suatu peta atau ruang multidimensi.

Secara umum, preferensi artinya seseorang suka atau tidak suka pada suatu produk barang atau jasa yang akan digunakan (Lolowang, 2019). Preferensi dibentuk dari sudut pandang konsumen terhadap sebuah produk. Menurut Assael (1992) kata persepsi berarti sebagai minat pada pesan yang tertuju pada pemahaman dan memori. Persepsi yang melekat di pikiran akan menjadi preferensi.

Teori preferensi dapat dipakai untuk mengkaji tingkat kepuasan nasabah, sebagai contoh jika seseorang ingin menggunakan atau mengonsumsi suatu produk/jasa dengan sumber daya yang minim, maka ia harus memilih opsi agar nilai guna yang didapatkan menjadi yang terbaik. Preferensi konsumen dapat dipelajari dengan memperkirakan tingkat utilitas serta kepentingan yang relative dari setiap atribut yang ada didalam produk atau jasa. Atribut yang diperlihatkan dalam suatu produk atau jasa dapat menciptakan daya tarik pertama yang dapat membuat nasabah terkesan. Persepsi pada produk atau jasa mencerminkan perilaku konsumen terhadap produk tersebut, dan juga menggambarkan perilaku nasabah saat mengonsumsi produk tersebut.

Dalam memilih produk syariah hal-hal yang disukai dan dipertimbangkan oleh informan 1-8 yaitu pada kepastian angsuran. Informan 1-8 menyatakan bahwa di dalam KPR Syariah terdapat kepastian dan keamanan pada jumlah cicilan yang

akan dibayarkan. Terdapat pemaparan informan 1-8 tentang alasan informan menyukai produk syariah.

Informan 1 *“karena income pasti, dan dapat mengetahui berapa estimasi yang akan saya keluarkan setiap bulan sampai pada tenor terakhir mengangsur. Seperti angsuran yang flat dari awal sampai dengan selesai akan tetap sama dan pasti tidak naik turun”*.

informan 2 *“karena di bank syariah ini lebih mudah prosesnya dan kedepannya juga tidak memberatkan. Karena dari suku bunganya sendiri yang tetap atau tidak berubah-ubah dan pastinya lebih aman. Beda dengan bank konven ya kalo bank konven suku bunganya tidak tetap dan berubah-ubah setiap tahunnya. Jadi kita sendiri gatau tahun ke tiga atau tahun keempat akan naik atau turun”*.

informan 3 *“karena bank syariah acc banknya lebih mudah, angsurannya flat dengan pengambilan tenor berapa tahun pun tenornya akan tetap sama atau angsurannya tidak berubah sampai tenor selesai. Berbeda dengan bank konven yang angsurannya mengikuti suku bunga. Jadi setiap tahunnya bisa berubah ubah. Hanya waktu promo saja bunganya agak turun. Kalo di syariah kan tidak ada bunga jadi angsurannya flat”*.

informan 4 *“karena di bank syariah sendiri itu yang pertama bebas dari riba, terus juga dia angsurannya flat dan sudah ditentukan diawal jadi angsurannya akan tetap sama dari awal ditetapkan sampai akhir mengangsur Jadi tidak perlu takut angsuran tiba tiba melonjak naik. Kalo di konven kan angsurannya tidak pasti bisa naik turun”*.

informan 5 *“karena di bank syariah itu prosesnya lebih mudah, angsurannya juga pasti tidak naik turun seperti di bank konven yang angsurannya mengikuti suku bunga dimana itu setiap tahunnya akan bisa turun banget dan bisa juga naik banget. Jadi kita gak tau kedepannya akan seperti apa. Jadi saya lebih mementingkan untuk kedepannya gimana yang lebih aman untuk saya”*.

Informan 6 *“kalo di syariah itu suku bunganya flat jadi angsurannya tetap dari awal-akhir. Beda dengan bank konven suku bunganya fluktuatif jadi bisa berubah kapanpun”*.

Informan 7 *“karena rekomendasi dari marketing, juga karena pada angsurannya yang pasti”*.

Informan 8 *“bunga di syariah flat kalo di konven kan tidak pasti ya. Jadi saya buat antisipasi diri juga kalo saya memilih di bank konven takutnya pada tahun ke tahun tiba tiba melonjak naik dan saya tidak mampu membayar angsurannya”*.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa KPR Syariah berlangsung dengan besaran angsuran tetap disebabkan adanya akad berdasarkan

atas harga rumah dimasa depan. Dalam konsep syariah, jumlah cicilan sudah ditetapkan sejak awal akad sehingga besarnya cicilan bersifat tetap sampai angsuran berakhir. Angsuran yang tetap dapat membantu *cash flow* keuangan nasabah dengan baik. Bank syariah juga menyatakan jumlah margin yang diambil oleh bank dan dibebankan kepada nasabah atas kesepakatan bersama dan tidak berubah selama masa kredit. Dengan demikian, nasabah tidak perlu menghadapi pada kenaikan angsuran akibat ketidakpastian suku bunga. Namun, tidak tertutup kemungkinan pembiayaan KPR Syariah jatuhnya lebih mahal daripada KPR Konvensional. Namun hal tersebut tidak mempengaruhi pilihan nasabah terhadap produk syariah. KPR Syariah tidak menggunakan instrumen bunga dalam perhitungan angsuran. Meskipun istilah bunga atau biaya bunga tidak dikenal dalam transaksi perbankan syariah, karena bunga dianggap riba dalam syariah dan dilarang oleh islam.

Skema pembiayaan rumah atau KPR dengan bank syariah mencakup tiga pihak, dimana developer sebagai pembangun rumah, nasabah sebagai pihak yang membeli rumah dan bank sebagai perantara. Pembelian rumah dalam sistem KPR Syariah dengan cara bank syariah akan membelikan rumah yang dibutuhkan oleh nasabah kemudian bank menjual kembali rumah tersebut kepada nasabah. Bank syariah menambahkan margin keuntungan dari selisih nilai yang dibayarkan oleh bank dan jumlah yang dibayarkan nasabah kepada bank. Misalnya, seorang nasabah membeli rumah seharga 300 juta. Dengan uang muka yang dibayarkan sebesar 20 persen atau sebesar 100 juta kepada pihak developer. Dari sini bank syariah akan membeli rumah tersebut dan menjualnya kembali kepada nasabah dengan tambahan

margin keuntungan yang sudah ditentukan bersama. Kesepakatan untuk menentukan margin sebesar 5 persen dengan jangka waktu 15 tahun.

KPR Syariah memiliki daya tarik tersendiri bagi informan 1-8 dalam melakukan pembelian karena jantung dari suatu produk yang dapat menggambarkan penampilan produk. Karakteristik produk yang baik dapat memberikan hasil akhir yang berpengaruh terhadap nasabah. Menurut Kotler, produk memiliki beberapa tingkatan dan nilai tambahnya, antara lain *core benefit*, *basic product*, *expected product*, *augument product* dan *potential product*. Dalam membeli rumah informan 1-8 berusaha untuk memperoleh nilai tambah dari rumah yang akan dibeli dengan lingkungan perumahan yang baik dan nyaman. Memiliki kemudahan dalam metode pembayarannya dimana pihak marketing yang membantu dalam proses pengurusan dan pemenuhan syarat saat pembelian rumah, proses yang mudah dan tidak berbelit-belit selain itu jangka waktu pelunasan maupun jumlah angsuran dan bunga yang flat juga dapat mendorong informan 1-8 untuk merasa yakin dan percaya diri dalam memutuskan memilih KPR Syariah.

Berbeda dengan dengan itu, pada KPR Konvensional penetapan ngsuran bersifat (fluktuatif) diamana mengikuti kenaikan atau penurunan suku bunga. Hal itu merupakan pemilihan suatu produk yang paling dipertimbangkan dan disukai oleh informan 10 yaitu pada penurunan angsuran yang sewaktu-waktu akan turun.

Informan 10 mengungkapkan “*saya memilih kpr konven dari pada syariah karena kan cicilannya lebih rendah dan bisa berubah-ubah jadi bisa jauh lebih kecil dari bank syariah*”.

Sebagai contoh, misalnya tiga tahun pertama nominal angsuran ditetapkan sebesar 1 juta di tahun berikutnya suku bunga dapat mengalami penurunan menjadi

750 ribu dimana jumlah angsurannya jauh lebih rendah dari bank syariah. Dengan demikian, beban bunga yang akan dibayarkan akan berbeda-beda nominalnya. Bank konvensional hanya menawarkan cicilan tetap pada satu sampai tiga tahun diawal kredit. Setelah itu bank menggunakan bunga yang besarnya mengikuti pasar yang membuat cicilan berubah-ubah setiap saat.

KPR Konvensional memiliki jangka waktu cicilan yang lebih panjang yaitu bisa sampai 25 - 30 tahun, terdapat tingkat bunga tetap selama masa promosi yang biasanya berlangsung antara tiga sampai lima tahun dimana nasabah KPR akan memperoleh cicilan yang cukup rendah. Setelah itu harga kembali fluktuatif sesuai dengan tingkat suku bunga yang ditentukan oleh Bank Indonesia. Jika suku bunga naik nominal angsuran juga akan lebih tinggi, namun jika suku bunga turun nominal angsuran juga akan lebih rendah. Ketika suku bunga bank konvensional mengalami penurunan, bank syariah tidak bisa ikut merasakan angsuran yang jauh lebih rendah. Namun dalam menghadapi kenaikan angsuran yang naik secara tiba-tiba, informan 10 selalu menyisihkan uang setiap bulan yang merupakan antisipasi nasabah dalam hal tersebut. Sehingga kenaikan angsuran pada bank konvensional tidak menimbulkan keberatan dan beban diantara para informan. Karena di bank konvensional memiliki jangka waktu yang lebih panjang dari bank syariah bisa sampai 25 tahun bahkan ada juga yang menawarkan hingga 30 tahun.

Menurut Lilien et al dalam Simamora (2003), terdapat beberapa tindakan yang harus dilewati sampai preferensi terbentuk oleh konsumen. (1) diperkirakan bahwa konsumen memandang produk sebagai kumpulan kualitas. Konsumen memahami perbedaan persepsi tentang kualitas yang relevan. (2) kualitas produk

tersebut memiliki tingkat kepentingan yang berbeda-beda sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Konsumen menyoroti atribut mana yang paling penting dengan cara berbeda. (3) konsumen membentuk seperangkat ide tentang lokasi produk pada setiap atribut. (4) kepuasan konsumen pada suatu produk memiliki tingkatan yang bervariasi tergantung dengan perbedaan kualitasnya. (5) konsumen akan membentuk perilaku terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Kegiatan konsumsi pada dasarnya dilakukan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, nasabah cenderung membeli produk yang sedang mereka butuhkan saat ini, terlepas dari apakah produk tersebut merupakan kebutuhan primer atau bukan. Seperti yang dilakukan oleh informan 9 yang menggunakan produk KPR Konvensional karena kebutuhan mendesak yang membutuhkan produk KPR secara cepat.

Informan 9 mengatakan *“faktor keadaan yang mepet banget waktu itu ya bisa dibilang keperluan mendadak dan sepertinya yang saya ketahui juga kalo bank konven ini memiliki transaksi yang cepat dan persyaratannya juga mudah”*.

Solusi dalam mengatasi kebutuhan tersebut ada pada produk KPR Konvensional karena memiliki kemudahan dalam persyaratan yang diberikan dan proses transaksi yang sangat cepat. Selain itu, Bank konvensional juga memiliki dukungan peraturan perundang-undangan yang mapan sehingga bank konvensional dapat bergerak lebih pasti. Serta adanya bunga di bank konvensional sudah dikenal masyarakat sejak lama, sehingga nasabah tidak heran dalam transaksi di bank konvensional pasti terdapat bunga di dalamnya. Angsuran yang fluktuatif tidak mempengaruhi informan 9 untuk tidak menggunakan produk konvensional karena

faktor keadaan yang sangat mendesak sehingga nasabah menggunakan produk konvensional yang memiliki proses transaksi yang jauh lebih cepat.

Kepercayaan nasabah terhadap suatu produk tergantung pada sistem nilai tentang suka dan tidak, benar dan salah, baik dan buruk, dan seterusnya. Kepercayaan nasabah adalah faktor penting yang berpengaruh pada keputusan konsumen. Kepercayaan seseorang merupakan ungkapan perasaan nasabah mengenai suatu objek apakah disukai atau tidak terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Kepercayaan nasabah dan pengetahuan tentang karakteristik suatu produk akan berpengaruh pada rasa suka nasabah terhadap suatu produk.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada preferensi konsumen dalam memilih produk syariah antara lain yaitu :

1. Reputasi

Menurut Husni, dkk (2017) reputasi ialah citra yang telah terbangun dalam jangka waktu yang lama dan teruji dalam jangka panjang sebagai hasil interaksi dari hubungan atau rencana komunikasi perusahaan dalam berhubungan dengan public, objek atau unsur perusahaan, termasuk kepatuhan terhadap pengetahuan yang positif dari nilai produk dihadapi masyarakat. Dengan itu, reputasi menempati posisi yang seimbang dibandingkan dengan *citra* perusahaan (Rizky, 2020)

Seperti yang diungkapkan oleh informan 1-8 bahwa produk syariah merupakan produk yang sudah dikenal baik dikalangan keluarga dan masyarakat serta memiliki kinerja yang baik dimata masyarakat. Selain itu Bank syariah

memberikan tempat yang nyaman bagi nasabahnya dengan memberikan keunggulan dalam memberikan pelayanannya. Pengalaman keluarga, rekan-rekan yang menyarankan informan untuk menggunakan produk syariah meningkatkan pemahaman yang mendalam sehingga akan menampakkan persepsi yang baik, yang pada akhirnya dapat merubah nasabah untuk menggunakan produk dan jasa syariah. Hal ini memperlihatkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap bank yang dapat mewujudkan suatu loyalitas dari nasabah.

Dalam mempengaruhi preferensi konsumen, perbankan harus mengetahui terlebih dahulu apakah persepsi masyarakat terhadap perbankan itu baik atau buruk. Jika perbankan secara teratur berhasil meningkatkan citra yang baik dan tetap stabil, maka hal tersebut akan membentuk reputasi perbankan tersebut. Reputasi perbankan yang dibangun dengan baik, akan mampu menumbuhkan selera masyarakat terhadap perbankan tersebut dan sebaliknya. Semakin meningkatkan selera nasabah terhadap perbankan, maka akan meningkatnya preferensi mereka terhadap produk perbankan tersebut.

Reputasi adalah kehormatan/pujian yang diperoleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada di perusahaan tersebut, seperti ketrampilan perusahaan, sehingga perusahaan tersebut akan terus dapat menumbuhkan diri agar dapat terus mewujudkan hal-hal baru dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat menciptakan bermacam-macam reputasi, seperti kualitas, reputasi pemasaran, reputasi inovasi produk dan lain sebagainya suatu reputasi perusahaan akan menurun jika gagal dalam pemenuhan yang disyaratkan pasar (Fitriani, 2018).

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 1-10 bahwa setiap produk perbankan syariah maupun konvensional memiliki keunggulan tersendiri yaitu :

informan 1 mengatakan *“kalo menurut saya keunggulan KPR syariah itu angsurannya flat/tetap jadi kita bisa memanage keuangan kita sendiri dalam jangka panjang”*.

Informan 2 mengatakan *“keunggulan KPR syariah ini lebih aman, nyaman dan pasti. Tapi kekurangannya angsuran di syariah ini lebih tinggi/lebih besar dibandingkan bank konven”*.

Informan 3 mengatakan *“keunggulan KPR syariah ini ada pada angsuran yang flat”*.

Informan 4 mengatakan *“kalo di syariah kan pembayaran angsurannya missal 3 juta perbulan nah itu akan sama terus sampai selesai juga 3 juta”*.

Informan 5 mengatakan *“keunggulan KPR syariah itu terbuka kaya marginnya gitu nasabah sama bank sama sama tau dan sama sama menyetujui, angsurannya flat, dia gaada riba juga. Kalo kekurangannya angsuranya lebih tinggi tapi aman lah buat jangka panjangnya”*.

Informan 6 mengatakan *“sebenarnya sama ya ga jauh beda sama bank konven. Cuma kalo KPR Syariah ini keunggulannya dia enak di jangka panjang tapi berat diawal”*.

Informan 7 mengatakan *“bedanya sama bank konven sih dari suku bunga aja tadi sih mbak antara flat dan fluktuatif. Ya itu namanya produk juga pasti ada plus minusnya jadi itu sih plusnya atau keunggulannya bank syariah”*.

Informan 8 mengatakan *“kalo syariah ini kan berbasis islam jadi dia gaada bunga dan dia lebih ke bagi hasil. Terus dari segi keuntungannya juga terbuka”*

Informan 9 mengatakan *“keunggulan bank konvensional itu ada dukungan peraturan undang-undang, bunga yang ada di bank konven juga udah lama dikenal masyarakat, transaksinya juga mudah dan cepat”*.

Informan 10 mengatakan *“keunggulan di bank konven itu apa ya, kaya cicilannya itu bisa naik turun dan bunganya juga naik turun jadi masih ada harapan lah buat cicilannya rendah”*.

Dari pemaparan informan diatas dapat disimpulkan bahwa keunggulan-keunggulan KPR Syariah yang diberikan oleh perbankan dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap bank. Berdasarkan penuturan informan 1-8 menyatakan bahwa KPR Syariah memiliki keunggulan dalam pemberlakuan

besaran cicilan setiap bulannya yang tidak berubah-ubah. Berbeda dengan KPR Konvensional yang memiliki cicilan berubah sesuai dengan suku bunga yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Angsuran yang tetap membuat nasabah bisa manage keuangan sendiri dalam jangka panjang. Hal itu menjadikan alasan utama nasabah dalam memilih untuk menggunakan produk syariah karena nasabah sudah menanamkan rasa kepercayaan kepada bank syariah.

Jika dilihat dari segi keamanan, sistem angsuran yang dimiliki bank syariah berada dalam kategori aman dalam jangka panjang nasabah. Hal ini disebabkan belum ada satu pun sampai saat ini nasabah yang menghadapi pada kenaikan angsuran di bank syariah secara tiba-tiba diluar kesepakatan di awal. Hal ini yang membuat nasabah mempercayai produk-produk bank syariah. Kepercayaan meningkat terhadap apa yang akan dibagikan oleh nasabah ini dapat menciptakan loyalitas kepada pelanggan.

Terdapat keunggulan juga pada KPR Konvensional yang membuat informan 10 mempercayai produk konvensional dan menggunakannya. Bank konvensional memiliki promosi fixed interest rate atau bunga tetap untuk penerima KPR. Promosi tersebut berlaku selama 3-5 tahun dimana nasabah akan memperoleh cicilan bunga yang cukup rendah dari bank syariah. Kemudian, harga akan kembali fluktuatif dengan mengikuti perkembangan suku bunga di pasar. Jika suku bunga mengalami penurunan akan membuat angsuran akan ikut menurun dimana bank syariah tidak bisa ikut menikmati cicilan yang lebih kecil. Kenaikan suku bunga secara tiba-tiba yang akan membuat angsuran nasabah melonjak naik bukan masalah bagi informan 10 karena Menyisihkan uang setiap bulan merupakan antisipasi nasabah dalam

menghadapi kenaikan angsuran yang naik secara tiba-tiba. Hal itu tidak membuat informan merasa keberatan karena bank konvensional memiliki tenor yang lebih lama dari bank syariah bisa mencapai 25 tahun bahkan ada juga yang menawarkan hingga 30 tahun.

Reputasi juga dapat mempengaruhi pendapat nasabah tentang penilaian terhadap suatu barang, nasabah lebih memilih reputasi yang baik untuk suatu barang dibandingkan dengan reputasi yang buruk. Misalnya, persepsi baik positif atau negative dari masyarakat (khalayak sasaran). Penilaian atau persepsi masyarakat dapat bertautan dengan munculnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan bermanfaat bagi citra lembaga/organisasi atau produk barang dan jasa pelayanannya yang disajikan oleh pihak Humas/PR biasanya menjadi dasar penilaian. Dasar dari citra itu berasal dari “nilai-nilai kepercayaan” yang kongkretnya diberikan secara individual, dan mewakili suatu pandangan atau persepsi.

Bank konvensional memiliki kemudahan dalam memberikan persyaratan dan proses transaksi yang sangat cepat. Faktor keadaan sangat mendesak di dalam oleh informan 9 sehingga menyebabkan nasabah menggunakan produk konvensional yang dirasa memiliki proses transaksi yang jauh lebih cepat dan proses yang sangat mudah. Selain kemudahan bertransaksi Bank konvensional juga di dukung oleh peraturan perundang-undangan yang mapan sehingga bank konvensional dapat bergerak lebih pasti. Serta kehadiran bunga di bank konvensional sudah lama dikenal oleh masyarakat yang tidak mengejutkan nasabah tidak bahwa harus ada bunga dalam operasi di bank konvensional. Angsuran yang

fluktuatif tidak mempengaruhi informan 9 untuk tidak menggunakan produk konvensional karena yang dibutuhkan informan saat itu hanya transaksi yang cepat. Hal ini merupakan penilaian dan Kepercayaan nasabah terhadap bank konvensional membuat nasabah ingin merekomendasikan produk konvensional kepada orang lain karena memiliki transaksi dan persyaratan yang cepat dan mudah dari bank syariah.

Penerapan prinsip syariah dalam perbankan syariah seperti ketaatan para staff bank untuk menyisihkan waktu pada saat jam sholat, berpakaian yang sopan, ramah dan sabar dalam menghadapi nasabah. Situasi ini pun terjadi secara terus-menerus. Sikap baik yang ditunjukkan oleh para staff mulai dari staff security, teller dan cs dapat menarik simpati dari para nasabah, hal ini dikarenakan perilaku yang baik/*attitude* merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan nasabah.

Artinya apabila kepercayaan nasabah yang diperlihatkan melalui keamanan, kenyamanan, penerapan dan manfaat syariah maka akan menumbuhkan reputasi nasabah terhadap perbankan.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kloter dalam buku Sangadji (2013) kualitas merupakan keadaan dinamis mengenai produk, manusia, jasa, lingkungan dan proses yang mencukupi atau melampaui harapan. Secara keseluruhan standar pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan yang tinggi dan lebih sering mengulangi pembelian (Harris dan Kesuma, 2019).

Transaksi ekonomi tidak lepas dari pembelian dan penjualan yang diartikan sebagai kepercayaan nasabah terhadap produk atau jasa yang didapatkan dari

penjualan tersebut. Mengenai dengan penyediaan layanan nasabah, islam telah mengatur cara untuk menciptakan layanan yang berkualitas bagi nasabahnya. Reputasi perusahaan tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi kualitas pelayanan ini juga berpengaruh. Suatu pelayanan yang baik lebih condong dalam menghasilkan respon yang positif dari nasabah untuk bank dalam hal kepercayaan dan reputasi perusahaan.

Sistem bunga bagi bank konvensional masih menjadi titik balik dalam penerapannya, sehingga pada pembiayaan KPR masih diterapkan sistem yaitu dengan cara memberikan pinjaman kepada nasabah untuk kredit KPR menggunakan bunga yang harus dibayarkan nasabah kepada bank selama jangka waktu yang telah ditetapkan. Pada KPR Konvensional memiliki angsuran yang fluktuatif serta memiliki jangka waktu lebih panjang hingga 30 tahun. Sementara itu, bank syariah tidak secara eksplisit menggunakan sistem bunga dalam praktiknya, karena keharaman riba berdasarkan fatwa MUI dan diganti dengan akad Murabahah atau prinsip jual beli, dengan cara bank akan membelikan rumah dan menjualnya kembali kepada nasabah dengan menetapkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang yang tingkat keuntungan tertentu atas barang kepada nasabah dan telah disetujui oleh nasabah. Nasabah membayar secara mengangsur dengan tambahan biaya margin yang telah disepakati bersama.

Dengan kedua layanan dan sistem tersebut dalam menawarkan dan memberikan jasa produknya, keduanya selalu memberikan pelayanan yang berkualitas bagi para nasabahnya. Pelayanan yang diberikan keduanya memberikan kepuasan para informan 1-8 dalam menggunakan produk syariah dan informan 9-

10 dalam menggunakan produk konvensional. Kedua produk tersebut memberikan kepercayaan kepada para nasabahnya karena memiliki keunggulan tersendiri dalam pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang berkualitas bertujuan untuk dapat memberikan kepuasan dan kepastian kepada nasabahnya. Karena selain pelayanan dari petugas dan pegawai bank, kepuasan nasabah sangat tergantung pada pemenuhan kebutuhan dan manfaat dari produk dan jasa yang berkualitas. Kebutuhan yang dikehendaki informan telah terpenuhi seperti mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari bank konvensional dan bank syariah, harga murah atau relatif, memiliki banyak keunggulan produk, dan keamanan. Para informan merasa sangat puas dengan layanan yang telah diberikan perbankan. Kualitas pelayanan atau jasa menitikberatkan pada upaya dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, serta kesesuaian penyampaian untuk menyeimbangkan keinginan nasabah. Kualitas jasa dimulai dengan kebutuhan nasabah dan diakhiri dengan persepsi nasabah.

Kualitas pelayanan ditentukan pada kemampuan perbankan untuk memiliki calon nasabah prospectus yang tinggi, yaitu berpusat pada standar kualitas, yang secara positif mencerminkan perubahan sikap nasabah dan untuk pemenuhan kebutuhan dan harapan nasabah. Dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan nasabah dan meninjau saran mereka “memberikan dorongan kuat untuk mengembangkan produk atau layanan yang mendorong loyalitas nasabah terhadap merek tersebut”. Secara umum standar pelayanan yang bertaraf tinggi akan menciptakan kualitas yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Selain itu terdapat pelayanan dari petugas maupun pegawai bank yang memberikan manfaat kepada nasabahnya. Pelayanan yang sangat baik dapat terlihat dari sistem yang dimiliki oleh perbankan, seperti yang dikatakan para informan 1-10 bahwa staff perbankan syariah maupun konvensional dalam menyambut para nasabah semua sama tidak ada perbedaan perlakuan.

Menurut wawancara dengan informan 1-10 menyatakan bahwa :

informan 1 *“enggak ada perbedaan sih mbak antara nasabah. Semua nasabah BTN diperlakukan sama dan adil. Dan juga sudah sesuai nilai islam menurut saya, mulai dari awal kita akad tanda tangan dan realisasi itu benar-benar dijelaskan secara rinci dan detail. Karyawannya juga sopan-sopan pakaiannya juga tertutup dan sopan”*.

Informan 2 *“gaada perbedaan sih semua nasabah akan disamakan. Dan sudah sesuai nilai islam juga, karyawannya semua juga sopan mulai dari satpamnya juga ramah, berpakaianya juga sopan”*.

Informan 3 *“gaada perbedaan perlakuan kalo di BTN Syariah karena sifatnya ramah kesemua. Saya, rekan saya dan keluarga saya yang sudah saya reccomkan juga pelayanannya sama tidak ada yang dibedakan. Waktu datang sudah disambut dari staff security, dipersilahkan duduk dan ada penawaran untuk cemilan, air putih gitu”*.

Informan 4 *“selama ini sih gaada perbedaan ya mbak semua sama sih yang saya rasain. karyawannya ramah-ramah bantuin kita ngejelasin semuanya sampek kita faham, sopan dan baik baik juga mbak. Pakaianya juga rapi sopan yang cewek pakai hijab semua”*.

Informan 5 *“untuk perbedaannya sendiri gaada mbak semua diperlakukan sama dengan BTN tidak ada yang dianak tirikan gitu. Dan juga sudah sesuai dengan nilai islam, ya ga jauh beda sih dengan bank lain untuk pelayanannya sendiri. Mulai kita masuk bank juga dibukain pintu sama securitynya ditanyain apa yang bisa dibantu, ramah ramah semua dari mulai security, cs, sampai tellernya juga”*.

Informan 6 *“setau saya sih gaada yang dibeda-bedakan antara nasabah 1 dengan lainnya. Terus juga sudah sesuai dengan nilai islam seperti yang ceweknya itu auratnya semua tertutup semua pakaiannya juga sopan”*.

Informan 7 *“kurang tau ya mbak kalo perbedaan perlakuan gitu. Tapi saya rasa sih gaada. sudah sesuai dengan nilai islam juga kok mbak, karyawannya sopan-sopan, ramah, baik, selalu senyum waktu kita baru masuk bank itu”*.

Informan 8 *“gaada perbedaan perlakuan mbak tapi ya gatau juga kalo dengan nasabah yang bermasalah gitu ya mbak karna saya alhamdulillahnya gapernah. Sesuai juga dengan nilai islam, pada umumnya aja sih kalo pelayanan hampir sama kaya bank bank lainnya. Cuma kalo di syariah kan bedanya yang cewek wajib pake hijab itu aja sih mbak”*.

Informan 9 *“pelayanannya cukup baik dan sangat membantu bagi saya”*.

Informan 10 *“kalo pelayanannya sama aja dengan bank lain mbak gaada pelayanan khususnya”*

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan seperti yang dilakukan oleh staff security bank selalu memberikan sambutan untuk para nasabah dengan memberikan penawaran untuk camilan, permen, dan air putih. Pada staff *Customer Service* yang selalu siap melayani nasabah berupa keluhan atau masalah yang dihadapi nasabah atau calon nasabah yang ingin membeli produk. Selain itu customer service juga memiliki keahlian dalam bidang komunikasi sehingga tidak menimbulkan kesalah pahaman karena komunikasi yang jelas dan terarah. Serta staff lainnya juga memberikan pelayanan sangat baik dengan selalu memberi senyuman kepada semua nasabah, berpakaian sopan, sabar dan sopan dalam menghadapi berbagai macam nasabah dan tidak adanya perbedaan antara nasabah satu dengan yang lainnya. Jadi tidak terdapat perbedaan pelayanan antara bank syariah dengan bank konvensional.

Kualitas pelayanan atau jasa berpusat pada upaya dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta manfaat yang diberikan dan ketepatan penyampaian untuk mengimbangi keinginan pelanggan (Kailani, 2009).
Sebagaimana sabda Rasulullah saw :

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya : *“sebaik-baiknya kalian adalah yang memberikan manfaat kepada orang lain”* (Al-Hadits)

Pelayanan yang baik sangat penting untuk kesinambungan perbankan karena dapat mewujudkan kepuasan nasabah. Dalam menjamin kepuasan nasabah, perbankan harus mampu menjalin dan menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah dalam pemenuhan berbagai kebutuhan nasabah dan tuntutan yang resutyantly memotivasi mereka untuk terus berbelanja dengan perbankan tersebut secara terus-menerus.

3. Harga

Harga menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah jumlah alat tukar atau uang yang ditransaksikan untuk suatu produk atau jasa pada periode tertentu. Harga merupakan nilai yang ditunjukkan dalam mata uang sebagai alat ukur. Dalam ilmu ekonomi konsep harga berkaitan pada konsep kegunaan dan nilai. Kegunaan merupakan karakteristik suatu barang yang memiliki tingkat kepuasan tertentu kepada konsumen. Sedangkan, Nilai adalah ukuran kuantitas yang dikeluarkan oleh suatu produk ketika produk tersebut ditukarkan dengan produk lain. Sementara itu,

Pembiayaan rumah dengan sistem syariah menurut informan 1-8 sering dipandang lebih berat dari KPR Konvensional karena cicilan bank syariah terlihat lebih tinggi dari bank konvensional. Tingginya cicilan bank syariah tidak membuat nasabah merasa keberatan untuk membayar cicilan setiap bulannya. Menurut wawancara dengan infoman 1-8 menuturkan bahwa :

informan 1 *“kalo di syariah ini apalagi pada produk KPR syariah ini kan dari segi angsurannya itu jumlahnya pasti. Kalo di konven kan bunganya naik turun*

jadi untuk kedepannya ini akan lebih sulit karena ya tidak pasti itu jumlah angsurannya”.

Informan 2 *“karena produk syariah itu memiliki ansuran yang flat jadi akan lebih aman buat saya untuk kedepannya”.*

Informan 3 *“cicilan yang flat di bank syariah itu kan saya juga ga perlu mengestimasi angsurannya mau naik/turun. Karna kan angsurannya sendiri kan jumlahnya sama dari awal-selesai. Jadi kita bisa jaga-jaga untuk angsuran tiap bulannya”.*

Informan 4 *“selama saya menggunakan produk syariah ini saya merasa aman dan nyaman”.*

Informan 5 *“Kalo cicilan di syariah ini kan lebih aman buat kita karna kita bisa mempersiapkan sebelumnya untuk membayar angsuran”.*

Informan 6 *“Cicilan di syariah itu kan sudah pasti yak arena di syariah juga ada kejelasan dari awal untuk jumlah cicilannya sendiri”.*

Informan 7 *“cicilan di bank syariah itu enak karena dia flat jadi sampai tenor terakhir jumlahnya akan sama. Jadi saya kan ga perlu lagi memikirkan cicilan yang tiba tiba naik”.*

Informan 8 *“saya udah merasakan enaknya pake produk syariah tanpa adanya kendala. Selain cicilannya pasti di bank syariah juga aman buat jangka panjang”*

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Jumlah cicilan di bank syariah sudah dijelaskan dan ditetapkan diawal sebelum melakukan akad. Sehingga nasabah dapat memprediksi kemampuan mereka dalam membayar cicilan. Cicilan bank syariah yang flat membuat nasabah tidak perlu memikirkan naik turunnya cicilan yang akan dibayarkan. Jika dikalkulasikan cicilan bank syariah jauh lebih murah jika dibandingkan dengan bank konvensional karena tidak mempengaruhi cicilan kebelakang sampai pada tenor terakhir. Sebagai contoh, nasabah melakukan pembelian rumah seharga 300 juta dengan penentuan jumlah cicilan sebesar 1,5 juta setiap bulannya. Angsuran yang sudah ditetapkan diawal tidak mempengaruhi pada tahun-tahun berikutnya. Dengan demikian,

angsuran yang akan dibayarkan nasabah akan terus sama sebesar 1,5 juta sampai pada tenor berakhir.

Kemudian pada pembiayaan rumah dengan sistem konvensional dimana penetapan bunga bersifat (fluktuatif) mengikuti pada naik atau turunnya suku bunga. Sebagai contoh, misalnya tiga tahun pertama nominal angsuran yang ditetapkan sebesar 1,5 juta di tahun berikutnya suku bunga mengambang yang menjadi angsuran naik sebesar 3 juta. Dengan demikian, beban bunga yang akan dibayarkan akan berbeda-beda nominalnya. Bank konvensional menawarkan cicilan tetap hanya pada satu sampai tiga tahun di awal kredit. Setelah itu bank konvensional menggunakan bunga mengambang yang besarnya mengikuti pasar yang membuat cicilan berubah-ubah setiap saat. Sehingga informan 1-8 lebih memilih menggunakan KPR syariah daripada KPR Konvensional karena tidak dipusingkan jika ada kenaikan bunga di perbankan.

Ismail (2010:218) mengemukakan bahwa kredit bermasalah merupakan kondisi dimana nasabah tidak mampu membayar sisa atau seluruh angsurannya kepada bank sebagaimana yang telah disepakati. Kemudian menurut Hasibuan (2011:115) kredit macet merupakan kredit yang digolongkan sebagai pembayaran tidak lancar yang dilakukan oleh nasabah.

Sinungan (2008: 174) mengemukakan bahwa pengertian dari kredit macet adalah sebagai berikut. “kredit bermasalah atau *problem loan* dapat dideskripsikan sebagai pembiayaan yang mengalami kesulitan pengembalian karena faktor

kesenjangan atau karena faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh debitur.

Pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah tidak terhindar dari kendala dan masalah yang ada. Berdasarkan wawancara dengan informan yang mengalami kesulitan membayar cicilan yaitu :

informan 1 *“saya pernah mengalami kesulitan membayar cicilan itu waktu awal pandemic”*

informan 2 mengatakan *“sering saya mbak kesulitan membayar cicilan dan pernah sampai berbulan-bulan”*.

Informan 3 *“waktu pandemic kemaren sih saya sempet kesulitan buat bayar cicilan karena pendapatan juga lagi menurun. Dan saya rasa banyak ya keluhan telat membayar cicilan saat pandemic”*.

Informan 4 *“alhamdulillah saya belum pernah telat bayar cicilan”*.

Informan 5 *“pernah mbak kalo kesulitan bayar cicilan itu waktu awal-awal pandemic. Saya telat cicilannya Cuma telat tanggal aja jadi ga sampek balik bulan. Itu juga karena pendapatan semakin hari semakin menurun.”*

informan 6 *“kalo untuk kesulitan membayar cicilan saya belum pernah mbak Alhamdulillah”*.

Informan 7 *“belum pernah kalo mengalami kesulitan dan kalo bisa ya jangan sampek pernah”*.

Informan 8 *“pernah mbak selama 2 bulan saya telat membayar cicilan karena memang waktu itu ekonomi lagi jatuh banget”*.

Terdapat kendala dan solusi nasabah dalam pembiayaan bermasalah atau kredit macet. Salah satu yang menjadi kendala adalah nasabah menghadapi banyak kesulitan dalam membayar angsuran, berbagai alasan kesulitan dalam membayar angsuran tersebut antara lain yakni keterpurukan ekonomi seperti yang dialami oleh informan 2 dan 8, serta faktor dari wabah yang terjadi yaitu covid-19 yang dialami oleh informan 1, 3 dan 5 yang menjadikan nasabah mengalami penurunan pendapatan.

Adapun dalam mengatasi masalah yang terjadi di dalam pembiayaan KPR

Syariah. menurut penuturan para informan menerangkan bahwa :

Informan 1 *“Bank memberikan penawaran ada kendala agsuran selama pandemic/tidak. Atau biasa disebut dengan restrak. Jadi disitu ditawarkan untuk beberapa bulan boleh untuk tidak mengangsur. Kemaren saya ditawarin selama 6 bulan untuk tidak mengangsur, tapi itu tetep digantikan di bulan berikutnya dengan tambahan waktu. Tapi dulu saya ga ambil”*.

Informan 2 *“saya diberikan solusi atas keadaan yang terjadi dan diberikan saran-saran yang terbaik”*.

Informan 3 *“bank syariah memberikan keringanan dengan memberikan penawaran restrak. Proses pengajuan restrak ini 1 bulan sebelumnya, jadi sebelum angsuran harus sudah mengajukan dulu. Kemaren saya restrak selama 6 bulan”*.

Informan 5 *“bank memberikan keringanan dengan memaklumi asalkan ga sampek balik bulan gitu”*.

Informan 8 *“Bank sih memberikan saran dan solusi terbaik agar saya tidak telat lagi membayar cicilan”*.

Tanggapan Bank Syariah dalam permasalahan tersebut adalah dengan cara mengingatkan kepada nasabah jika sudah mendekati jatuh tempo. Jika nasabah tidak bisa membayar cicilan sesuai dengan perjanjian diawal maka nasabah diberikan keringanan dengan diperbolehkan membayar sesuai dengan kemampuan yang dimiliki nasabah asalkan tidak sampai balik bulan.

Adapun cara lain yang dilakukan oleh Bank Syariah untuk membantu nasabah yang terkena dampak wabah covid-19. Bank syariah melakukan restrukturasi bagi nasabah yang mengalami kesulitan dalam membayar cicilan dan bagi nasabah yang masih memiliki prospek yang baik dan mampu memenuhi kewajiban setelah direstrukturasi. Dalam membayar cicilan rumah bank syariah menawarkan permohonan restrukturasi untuk nasabah yang kehilangan pekerjaan, pendapatan menurun dan lainnya. Restrukturisasi merupakan upaya bank untuk meningkatkan

kinerja keuangan bagi nasabah yang mengalami kesulitan untuk memenuhi kewajibannya, namun masih memiliki itikad baik dalam memenuhi kebutuhan kepada Bank Syariah. Dalam restrukturisasi bank akan memberikan solusi yang saling menguntungkan kedua belah pihak, bagaimana nasabah dapat melanjutkan pembayaran cicilan KPR. Dalam pengajuan restrukturisasi nasabah diperbolehkan untuk tidak membayar cicilan dalam jangka waktu yang ditentukan oleh bank syariah dengan penggantian bulan berikutnya dengan penambahan waktu. Namun informan 3 dan 5 memilih tidak mengambil penawaran pengajuan restrukturisasi yang diberikan oleh bank syariah karena tidak mau memiliki tanggungan yang semakin lama.

Ketelambatan pembayaran cicilan diawal covid tidak dikenakan biaya denda namun setelah new normal semuanya kembali seperti semula. Jika nasabah mengalami keterlambatan membayar bank, bank akan tetap memberikan biaya denda kepada nasabah. Denda keterlambatan yang dimaksud adalah sanksi yang dikenakan kepada nasabah yang mampu membayar tetapi dengan sengaja menunda pembayaran. Nominal denda yang diberikan bank syariah kepada nasabah tidak terlalu tinggi berbeda dengan denda yang diberikan bank konvensional. Berbeda dengan itu, menurut penuturan informan 9 menerangkan bahwa :

“kalo Cuma beberapa hari tidak jadi masalah tapi denda tetep berjalan, tapi kalo udah berbulan-bulan bakalan ada peringatan”.

Bank konvensional ketika berhadapan dengan nasabah bermasalah seperti mengalami keterlambatan dalam membayar cicilan adalah dengan memberikan denda kepada nasabah. Hampir semua bank konvensional akan memberikan denda

kepada nasabah jika melanggar syarat pembayaran yang telah disepakati sebelumnya. Misalnya seperti membayar cicilan, atau bahkan membayar KPR lebih cepat sebelum jangka waktu berakhir. Namun jika nasabah terlambat hanya beberapa hari saja tidak menjadi masalah dan denda tetap berjalan tapi jika terlambat sampai berbulan-bulan akan dikenakan peringatan oleh bank konvensional.

4. Kesadaran Halal

Menurut KBBI kesadaran ialah keinsafan: keadaan pemahaman. Sedangkan pengertian halal ialah diperbolehkan (tidak diharamkan oleh syariat islam). Bahwa kesadaran halal ialah kondisi seseorang yang memahami dan mengerti akan penggunaan sesuatu yang diperbolehkan oleh islam. Kesadaran halal berlandaskan pada teori konsumsi islami yang menggambarkan bahwa idealnya masyarakat muslim dalam menggunakan sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum islam (P3EIUII, 2014).

Dalam teori permintaan, kesadaran halal termasuk pada faktor selera. Selagi seseorang memahami sifat halal terhadap suatu produk, maka mereka akan lebih menentukan produk yang mereka anggap halal. Situasi ini merupakan dasar bahwa orang yang mengetahui sifat kehalalan suatu produk, maka akan lebih menyukai atau mencintai kepada produk-produk halal daripada yang tidak. Kesadaran halal seseorang yang semakin tinggi, membuat semakin tinggi juga preferensi nasabah dalam memilih KPR Syariah.

Kesadaran halal dapat dilihat dengan paham atau tidak pahamnya seorang muslim akan arti kata halal, memahami proses-proses yang sesuai dengan syariah dan memprioritaskan barang-barang yang akan digunakan (Setyaningsih & Marwansyah, 2019). Kesadaran halal merupakan pemahaman umat muslim tentang prinsip halal, proses halal, dan konsep halal yang pada akhirnya mengutamakan barang untuk dikonsumsi. Semakin besar pemahaman terhadap konsep halal, proses halal dan prinsip halal maka umat muslim cenderung akan lebih membedakan dalam memilih produk yang akan digunakan (Mustika & Achmadi, 2019).

KPR perbankan syariah masih memiliki banyak kekurangan, yaitu masih banyak anggapan masyarakat bahwa KPR Konvensional dan KPR Syariah itu sama saja, salah satunya karena batas antara syariah dan *syub'at* dianggap tipis. Selain itu, KPR tersebut berada pada lembaga keuangan perbankan yang tujuannya jelas untuk mencari keuntungan. Masyarakat yang kritis dan ingin menerapkan gaya hidup islami seratus persen pun sudah mulai beralih, mereka tidak lagi menggunakan KPR baik konvensional maupun syariah yang dijual di perbankan nasional, tetapi menikmati manfaat fasilitas KPR itu sendiri bagi para nasabah yang menggunakannya. Salah satu fasilitas KPR Syariah yang ditawarkan kepada nasabahnya adalah jaminan keamanan jangka panjang dimana pada angsuran yang tidak berubah sampai pada tenor berakhir. Dan fasilitas yang ditawarkan KPR Konvensional adalah angsuran yang jika suku bunga turun angsuran akan semakin rendah dari bank syariah karena angsuran bersifat fluktuatif.

Terdapat faktor-faktor yang dapat menetapkan konsumen dalam pembelian rumah KPR itu terbagi menjadi dua bagian, yaitu : (a) faktor kecocokan dengan

agama (tidak ada riba/bunga) karena berlandaskan pada keadaan masyarakat muslim saat ini banyak yang ingin benar-benar beralih dan meninggalkan unsur riba dalam setiap transaksi kehidupan terutama dalam hal pembelian rumah jangka panjang. Sebagaimana yang kita ketahui, riba/bunga adalah hal yang sangat dibenci Allah swt dan dilarang oleh agama, (b) faktor operasional syariah (Irawan, n.d.).

Berdasarkan temuan lapangan, faktor keagamaan bukan merupakan alasan utama informan 1-10 dalam memilih produk KPR. Seperti yang terlihat pada informan 1-8 bahwa masih banyak yang beranggapan bahwa produk syariah masih belum sesuai dengan Al-Quran dan Hadist dimana hanya sekedar label “syariah” saja.

Informan 2 mengatakan *“menurut saya hanya sekedar label ‘syariah’ aja. Yang sebenarnya arahnya sama aja dengan konvensional. keuntungan yang ada juga lebih banyak pihak bank meskipun atas kesepakatan bersama sih”*.

Pun juga mereka menganggap bahwa bagi hasil bank syariah seperti “bunga syariah” yang mana pada kenyataannya tidak jauh beda dengan bunga yang ada di bank konvensional.

Seperti pada penuturan informan 5 *“sebenarnya bagi hasil di bank syariah ini jauh beda sama bunga di bank konvensional. Cuma hanya beda dalam peyebutannya aja”*.

Informan 7 mengatakan *“setau saya ya bank syariah sama konvensional sama aja ga jauh beda Cuma bedanya pada labelnya aja. Yang membedakan Cuma dalam bentuk cicilan flat dan fluktuatif aja”*

Tampaknya bank syariah belum sepenuhnya menerapkan konsep berbasis syariah. Sebagai contoh pelaksanaan pada akad mudharabah di bank syariah yang dalam praktiknya mensyaratkan adanya jaminan kepada pihak bank syariah.

Margin di bank syariah juga tidak jauh beda dengan bunga yang ada di bank konvensional karena mengandung riba. Hanya saja dalam perbankan syariah keuntungan diberikan dengan kesepakatan bersama. Praktik riba dalam perbankan syariah lebih ditujukan pada bagi hasil yang diperoleh bank daripada nasabah. Oleh karena itu, alasan utama informan 1-8 dalam memilih produk syariah adalah karena faktor operasional bank syariah yang memiliki jangka panjang yang aman karena angsuran yang ditetapkan bank syariah bersifat tetap yang artinya tidak berubah-ubah.

Memakan riba dalam konteks syariah (hukum islam) adalah salah satu dosa besar. Namun dalam praktiknya masih banyak masyarakat yang menggunakan produk konvensional yang menerapkan konsep interest (bunga). Hal ini adalah riba' dalam islam. Seperti yang dilakukan oleh informan 9 dan 10 yang mengetahui bahwa bunga yang terdapat di bank konvensional dilarang oleh agama islam. Namun alasan informan 9 dan 10 tetap menggunakan produk konvensional terdapat pada faktor operasionalnya. KPR konvensional memiliki transaksi yang cepat dan mudah. Hal itu merupakan solusi bagi informan 9 untuk menggunakan KPR konvensional karena faktor keadaan yang mendesak. Informan 9 tidak mempunyai pilihan lain selain menggunakan KPR Konvensional karena membutuhkan produk KPR secara cepet. Alasan lain terdapat pada informan 10 dimana KPR konvensional terdapat angsuran yang lebih rendah dari bank syariah serta memiliki bunga yang kecil. Larangan agama mengenai riba' tidak mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk-produk halal karena nasabah memiliki kepercayaan sendiri mengenai suatu produk yang akan digunakan.

Sebagai rancangan atau sistem hidup, Islam menjanjikan sebuah kemaslahatan, keteraturan, kesejahteraan dan kedamaian bagi semua orang yang meyakini. Para Ulama mengatakan bahwa hukum islam bercita-cita untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat. Islam mengatur kegiatan kehidupan secara seimbang dengan asas keadilan dan keseimbangan, lewat prinsip, aturan spesifik, dan kaidah-kaidah dalam kehidupan manusia, termasuk masalah ekonomi. Keberhasilan ekonomi islam berada pada sejauh mana kesepakatan atau kesepadanan dapat dicapai diantara kebutuhan etika dan kebutuhan material manusia. Keberhasilan suatu ilmu didalam ekonomi islam adalah sejauh mana secara langsung maupun tidak langsung berkontribusi pada terciptanya kesejahteraan manusia, yang jelas merupakan tujuan dari maqashid syariah. Maqashid syariah melibatkan berbagai macam aspek sebagaimana diperkenalkan oleh Asy-Syatibi melalui *ad-dharuriyah al-khamsa* yang meliputi menjaga agama (*ad-din*), nyawa (*an-nafs*), akal (*al-aql*), keluarga/runan (*al-ird*), dan harta (*al-maal*).

1. Menjaga agama (*ad-din*)

Manusia pasti memerlukan agama secara mutlak. Hidup tidak akan ada manfaatnya tanpa adanya agama, bahkan agama adalah kebutuhan yang paling penting dari semua kebutuhan dasar. Untuk melindungi kehormatan agama, syariat menentukan hukuman yang berat untuk pelanggaran agama. Agama menduduki urutan pertama, sebab semua ajaran islam memerintahkan manusia untuk bertindak menurut kemauan mereka sendiri dan keridhaan tuhan. Untuk itu didalam Al-Quran dan Hadist manusia di dorong untuk bertaqwa kepada

Allah, dan hal tersebut menjadi dasar ekonomi khususnya islam (Finarti and Putra, 2015).

Dalam menjaga agama berkaitan dengan ibadah-ibadah yang dikerjakan oleh seorang muslim dan muslimah, pembelaan islam terhadap ajaran-ajaran yang sesat, mendukung islam dari serangan orang-orang yang beragama lain.

Dalam menjaga agama nasabah diharapkan untuk mengonsumsi produk-produk halal. Informan 1-10 mengetahui bahwa dalam mengonsumsi barang halal itu merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Penggunaan produk syariah merupakan cara yang tepat untuk dilakukan oleh informan 1-8 karena sejalan dengan ajaran islam yang mewajibkan hambanya untuk menggunakan produk halal seperti larangan riba yang ada di bank syariah. Sebagaimana yang difirmankan Allah dalam surat Al-maaidah ayat 88 dan Al-Baqarah ayat 168. Serta keterangan dari hadis yang intinya mengonsumsi barang yang tidak halal dapat mendatangkan doa kita tidak terkabul, amalan yang tidak diterima dan sesuatu yang tumbuh dari barang yang haram tempatnya adalah neraka.

Mejaga agama dengan mempermudah dan mengurangi kesulitan. Al-quran dan Hadist telah menyebutkan perintah untuk beragama secara mudah dan tidak berlebihan. Sebagaimana terdapat dalam firman Allah, Q.S. Al-Baqarah [2]:

185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya : “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”

Ayat tersebut menjelaskan salah satu kemudahan yang diberikan oleh syariat islam kepada hambanya. Salah satu contoh alasan lain informan 1-8 dalam menggunakan produk syariah ini bukan hanya karena kewajiban islam untuk mengkonsumsi produk halal tetapi juga karena nasabah mempertimbangkan pada keamanan bagi para informan itu sendiri. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa bank syariah cenderung memiliki keamanan dalam jangka panjang seperti angsuran yang tetap. Ditunjukkan dari hasil penelitian diatas, terlihat bahwa informan 1-8 cenderung memilih faktor dari kepastian dan keamanan sebagai dasar pertimbangan mereka dalam memilih jasa perbankan syariah. Sama dengan yang dilakukan oleh iforman 1-8, informan 10 melihat dalam penggunaan produk konvensional hanya karena adanya angsuran yang berubah-ubah dimana ketika suku bunga turun angsuran yang akan dibayarkan nasabah juga akan turun dan jauh lebih rendah dari bank syariah. Informan 10 menggunakan produk yang menyimpang dari larangan agama karna memikirkan kelangsungan hidup di masa depan dengan angsuran yang lebih rendah dari bank syariah. Sehingga dalam menjaga sebuah kewajiban dalam islam bukan merupakan alasan utama para informan menggunakan produk baik syariah maupun konvensional.

Dalam ajaran islam, semua jenis produk perbankan pada dasarnya halal, kecuali beberapa saja yang dilarang. Menurut Dahlan et. al. (1996), dalam ensiklopedia hukum islam disebutkan bahwa “ hal-hal yang diharamkan akan menjadi halal bila meskipun dalam keadaan darurat. Sebaliknya, yang halal pun bisa menjadi haram jika dikonsumsi diluar batas (insraf)”.

Penggunaan produk konvensional yang dilakukan oleh informan 9 hanya karena kebutuhan yang mendesak yang dialami informan. Kebutuhan yang mendesak ini membuat informan 9 mengharuskan untuk menggunakan produk konvensional. Pada produk konvensional terdapat persyaratan yang mudah dan transaksi yang cepat. Hal itu merupakan solusi bagi informan 9 yang menggunakan produk konvensional karena permasalahan yang dialami informan membutuhkan transaksi yang cepat. Informan 9 tidak takut akan larangan dalam agama karena ini merupakan keadaan darurat dimana islam memperbolehkannya.

2. Melindungi Akal (al-aql)

Syariat menganggap pikiran manusia sebagai karunia Allah swt yang sangat penting. Dengan memiliki akal manusia dapat menyeleksi mana yang baik dan buruk. Berkomitmen dengan pikiran manusia diperintahkan untuk beribadah kepada Allah. Orang yang tidak menggunakan akal nya atau tidak berakal maka ia tidak dibebani dengan kewajiban syariat. Oleh sebab itu akal harus dijaga dan dilindungi (Finarti and Putra, 2015).

Dalam berkonsumsi manusia juga harus melindungi akal, karena akal merupakan nikmat Allah yang tidak terbatas. Hanya manusia yang diberikan akal, apabila manusia tidak menggunakan akal nya maka akan sama derajatnya manusia dengan hewan, sedemikian itu, manusia harus mengonsumsi dengan menggunakan akal sehatnya (Zaimsyah and Herianingrum, 2019).

Penghargaan islam terhadap peran akal ada pada orang yang memiliki ilmu, yang memanfaatkan akal-nya untuk memikirkan ayat-ayat Allah. Sebagaimana dalam sebuah hadist Rosulullah saw menyatakan :

الدِّينُ هُوَ الْعَقْلُ، وَمَنْ لَا دِينَ لَهُ لَا عَقْلَ لَهُ

Artinya : “*agama adalah akal, siapa yang tiada berakal (menggunakan akal) maka tiada agama baginya*”.

Oleh karena itu seseorang harus dapat menggunakan akal-nya dengan baik. Misalnya dalam situasi terpaksa seperti yang dilakukan oleh informan 10 maka islam masih memperbolehkan. Kesimpulannya, bahwa hukum Allah hanya berfungsi bagi orang-orang yang memiliki akal atau yang bisa menggunakan akal-nya.

3. Melindungi keluarga/garis keturunan (*al-ird*)

Di dalam keluarga pada dasarnya terdapat beberapa fungsi dasar diantaranya adalah fungsi pemenuhan dengan tujuan untuk kelangsungan hidup. Keluarga yang ideal dalam islam harus dilihat dari nilai-nilai islam sendiri yang memungkinkan keluarga ideal dipandang sebagai ciptaan keluarga yang penuh kasih sayang (Abdillah Ahsan et al., 2013).

Melindungi garis keturunan adalah menjaga keturunan dengan mengkonsumsi produk yang dianjurkan oleh agama. Jika mengkonsumsi produk yang dilarang oleh agama akan menimbulkan kekacauan pada keturunan dan keluarga. Warisan menurut agama islam sebagai bagian dari hukum

kekeluargaan (*al ahwalus syahsiyah*) yang sangat penting dipelajari agar dalam penerapan pemberian warisan tidak terjadi kesalahan dan bisa diterapkan secara adil. Sesuatu yang akan diturunkan dari generasi ke generasi harus dijaga, dirawat dan pada prinsipnya tidak boleh dijual. Dengan membeli produk syariah yang telah dianjurkan agama yang akan diwariskan secara turun temurun dalam suatu kaum yang menurut sanak saudara sedaran dapat melindungi generasi karena akan mendapatkan kebahagiaan di akhirat. Karena tujuan diciptakannya manusia adalah untuk mentaati ajaran-ajaran Allah. Maka salah jika ada orang yang menganggapnya mendahulukan dunia. Dunia dijelaskan terlebih dahulu kemudian akhirat. Mereka tidak mengetahui *Koidah Naahwiyah*, untuk semata-mata berkumpul/berjama'ah antara dunia dan akhirat, bukan untuk tartib. Jadi utamakan kebahagiaan akhirat (abadi) terlebih dulu, baru kemudian kebahagiaan dunia (sementara).

Adapaun hadist Rosulullah saw yang bercerita tentang harta warisan yaitu :

أَلْحَقُوا الْفَرَّائِضَ بِأَهْلِهَا فَمَا بَقِيَ فَهُوَ لِأَوَّلَى رَجُلٍ ذَكَرَ (متفق عليه)

Artinya : *“berikanlah bagian-bagian itu (harta warisan) kepada keluarganya yang berhak (mendapatkannya), jika masih ada yang tersisa maka yang utama mendapatkannya adalah lalai terdekat (kekerabatannya)”*

Dari ayat diatas maka telah disempurnakan hukum-hukum faraidh tentang bagian-bagian yang diterima oleh setiap masing-masing keluarga yang berhak memperolehnya. Di dalam hadist ini disebutkan atas warisan yang telah diberikan kepada keluarga yang berhak mendapatkannya.

4. Melindungi harta (al-mal)

Harta adalah milik Allah swt namun islam mempercayai bahwa harta merupakan hal pribadi seseorang. Islam berurusan dengan hukum-hukum tentang muamalat seperti menyewa, pinjam meminjam, gadai, jual beli dan mengharamkan pendustaan dan praktek riba. Dalam melindungi harta juga dimengerti dengan mengatur sistem muamalat atas dasar keadilan dan persetujuan, berusaha mengembangkan harta dan meletakkannya ke tangan mereka yang dapat memeliharanya dengan baik. Karena harta yang terdapat pada tangan perorangan menjadi kekuatan bagi umat secara keseluruhan yang disalurkan dengan baik (Bahsoan, 2011)

Harta adalah hal yang sangat penting dan berharga, namun islam tidak mengizinkan kita untuk memperoleh harta kita secara illegal, dengan mencuri atau merusak milik orang lain. ini seperti bunyi pada surat al-baqarah 2: 188 : “dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil.

Dasar dari pembelian barang atau jasa adalah untuk mencari keridhaan Allah. Berdasarkan falsafah hidup seorang muslim “sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku dan matiku karena Allah” maka setiap melakukan perbuatan yang halal semata-mata tidak terlepas dari tujuan untuk mendapatkan keridhaan Allah. Seperti halnya pembelian barang atau jasa syariah yang dianjurkan hukum islam. Seseorang yang melakukan pembelian harus mengetahui fungsi mengetahui fungsi kehidupan sebagaimana tertuang dalam Al-Qur’an yaitu *ta’abbud* (menghambakan diri kepada Allah), Allah berfirman :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*” (QS. Al-Baqarah : 275)

Harta adalah sesuatu yang dibutuhkan oleh semua masyarakat tanpa menyalahkan agama dan keturunan. Di dalam islam, melindungi harta sangat diperlukan untuk diperlihara dan dijaga dengan menghindari sesuatu yang diperoleh dengan cara yang haram, perlu dilaburkan supaya berlaku pertambahan dan tidak boleh dibiarkan.

Pemeliharaan harta berkaitan dengan perlindungan agama karena hukum agama mengatur cara cara berurusan dengan harta termasuk pada perolehan dan perbelanjaan nasabah. Dan juga berkaitan dengan penjagaan akal karena syarat sah transaksi tergantung pada jatuh tempo nasabah.

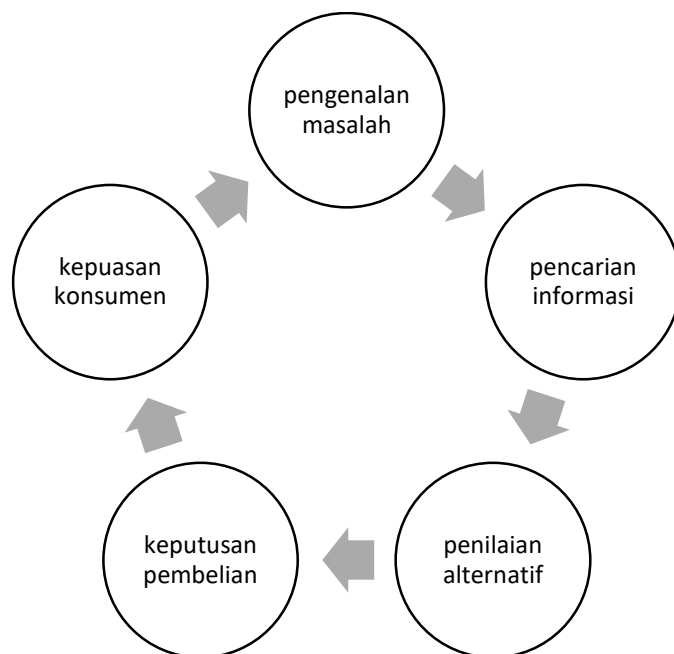
4.2.2 Proses Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen yang akan serius akan membeli. Diana (2016:56) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah keputusan konsumen yang secara kelompok, individu, atau organisasi dalam proses memilih, memperoleh, menggunakan, dan membeli jasa, produk, pengalaman, atau ide untuk pemenuhan kebutuhan mereka (Riza et al., 2021).

Keputusan yang diambil oleh seseorang untuk mengonsumsi produk atau jasa yang bermula dari faktor-faktor tertentu, yaitu pada proses pengambilan keputusan yang dijalankan oleh konsumen yang sering kali menemui permasalahan

berdasarkan faktor-faktor kompleks yang melibatkan berbagai macam. Terdapat beberapa tahapan dalam pengambilan keputusan untuk melaksanakan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternative, keputusan pembelian dan kepuasan pembelian.

Gambar 4 5 Proses pengambilan keputusan pembelian



Berikut adalah proses-proses informan dalam pengambilan keputusan pembelian :

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian konsumen diawali dengan pengenalan masalah dan kepentingan konsumen. Pemahaman terhadap kehendak dan kebutuhan tersebut ditunjukkan terutama untuk memahami akan keinginan dan kebutuhan yang belum terwujudkan. Jika kepentingan tersebut didapati, maka konsumen akan

secepatnya menyadari bahwa ada kepentingan yang tidak segera terwujudkan atau yang masih dapat ditangguhkan pemenuhannya, dan kepentingan yang samasama harus diwujudkan. Dengan kata lain, proses pembelian dimulai dari dari tahap ini.

Pengenalan kebutuhan terjadi ketika konsumen dalam menghadapi suatu masalah, yaitu adanya perbedaan keadaan yang diharapkan dengan keadaan yang sebenarnya. Ada berbagai faktor yang berpengaruh pada pengaktifan kebutuhan, antara lain pemilikan produk, perubahan situasi, perbedaan individu, pengaruh pemasaran, konsumsi produk, dan waktu yang berpengaruh pada aktivasi kebutuhan (Maharani, 2017).

Proses pembelian para konsumen dimulai ketika informan menyadari suatu kebutuhan atau masalah. Dengan berbagai kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh para informan 1-10. Informan 1 dalam mengenali kebutuhannya dengan cara mencari referensi terlebih dulu dan melihat Perbandingan terhadap produk-produk dari beberapa perbankan. Dengan membandingkan yang lebih cocok dengan melihat dari sistem, harga, kualitas produk tersebut. Kemudian pada informan 3 dalam mengenali kebutuhannya adalah dengan mencari lokasi perumahan yang dekat dengan orang tua, membandingkan lokasi dan harga dari beberapa perumahan yang sesuai dengan kebutuhan dan budget yang telah ditetapkan. Setelah melakukan banyak survey kemudian nasabah menentukan rumah yang akan dibeli. Sebelum pembelian rumah nasabah meminta rekomendasi oleh developer untuk produk yang akan digunakan untuk membeli rumah dengan pilihan beberapa perbankan yang tersedia.

Terdapat pengaruh marketing bagi informan 4 dan 6 Sebelum membeli produk syariah. Nasabah mendapatkan rekomendasi oleh marketing perumahan untuk menggunakan produk KPR di BTN Syariah dan BTN Konven. Informan membandingkan kedua produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu nasabah juga banyak mendapatkan rekomendasi untuk menggunakan produk syariah dari kerabat yang sudah berpengalaman menggunakan produk syariah. Dengan kelebihan-kelebihan yang ada di bank syariah juga membuat informan tertarik untuk menggunakan produk syariah. Permasalahan yang serupa oleh informan 5 bahwasannya menggunakan KPR konvensional karena tergiur diskon yang ada di bank konvensional dimana angsurannya jauh lebih rendah dari bank syariah. Disisi lain marketing menyarankan informan 5 untuk menggunakan produk syariah karena jauh lebih aman dari bank konvensional.

Selain pengaruh dari marketing juga terdapat pengaruh dari keluarga dalam pengenalan masalah konsumen. Informan 7 ingin memiliki rumah dengan cicilan. Namun terdapat permasalahan yang dialami oleh informan 7 dalam pembelian produk perumahan yaitu informan tidak memahami mengenai produk-produk yang ada diperbankan. Oleh karena itu, pihak keluarga informan 7 memberikan saran untuk menggunakan KPR di bank syariah karena dirasa lebih mudah dibandingkan bank konvensional.

Permasalahan yang dihadapi oleh informan 9 sebelum memutuskan memilih produk konvensional adalah mengalami keadaan yang mendesak yang membutuhkan pembelian produk secara mudah dan transaksi yang mudah. Informan 9 tidak memiliki pilihan lain selain menggunakan produk konvensional

karena didalam bank syariah terdapat transaksi yang cepat dimana itu dibutuhkan oleh informan 9. Selain itu terdapat permasalahan lain pada informan 10 yang ingin memiliki sebuah produk KPR dengan angsuran yang rendah. Produk KPR konvensional memiliki angsuran yang naik turun sehingga jika terjadi penurunan pada suku bunga maka angsuran yang dibayarkan oleh nasabah juga akan rendah begitupun sebaliknya.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang terpengaruh oleh kepentingan akan termotivasi untuk mencari informasi lebih lanjut tentang jasa atau produk yang mereka inginkan. Pencarian informasi bisa bersifat pasif maupun aktif. Pencarian informasi bersifat aktif seperti kunjungan pada beberapa perusahaan untuk membandingkan dari segi kualitas dan harga produk, sementara itu, pencarian informasi yang bersifat pasif, dilakukan dengan membaca Koran atau iklan di majalah tanpa memiliki tujuan khusus untuk mempredikailah produk yang dibutuhkan.

Pencarian informasi merupakan suatu tahapan dalam proses keputusan pembelian yang dapat mendorong konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut. Konsumen hanya dapat memajukan minat mencari informasi (Tehuayo, 2018). Sumber informasi yang utama adalah saran tentang barang yang dibeli konsumen dan cara menggunakan produk yang dibeli. Tahap proses adalah tentang cara konsumen membuat keputusan. Untuk mengetahui proses ini perlu meninjau terhadap pengaruh berbagai bidang psikologis (motivasi, kepribadian,

gaya hidup yang mereka butuhkan, pembelajaran, persepsi, kesadaran mereka terhadap berbagai pilihan produk, kegiatan mereka dalam pengumpulan informasi dan penilaian mereka terhadap berbagai alternative) (Maharani, 2017).

Dalam pencarian informasi para informan sangat beragam yaitu pertama, informan 1,3,4,5,6,7,8,9 dan 10 melakukan pencarian informasi melalui kerabat dan marketing perumahan mengenai produk syariah dan konvensional. Marketing menjelaskan mengenai keunggulan-keunggulan bank syariah dan bank konvensional agar nasabah bisa memutuskan dalam pembelian produk yang akan digunakan. Informan 1,3,4,5,6,7,8,9 dan 10 mendapatkan informasi bahwa Bank syariah memiliki jumlah angsuran yang lebih besar jika dibandingkan dengan bank konvensional. Meski begitu di bank syariah angsurannya terlihat lebih besar namun Bank syariah memiliki jangka panjang yang aman karena cicilannya tidak berubah-ubah sampai pada cicilan terakhir. Jadi nasabah tidak perlu memikirkan kenaikan pada suku bunga bank. Meskipun diawal terlihat lebih tinggi nominal angsurannya namun memiliki keamanan untuk jangka panjang.

Tidak dengan bank konvensional dimana cicilannya fluktuatif atau berubah-ubah mengikuti pada naik turunnya suku bunga. Di bank konvensional memang sering terdapat diskon yang membuat angsuran diawal jauh lebih kecil daripada bank syariah. Namun diskon yang ada di bank konvensional tidak bertahan lama hanya satu sampai tiga tahun diawal saja kemudian kembali mengikuti pada naik turunnya suku bunga perbankan. Jika suku bunga turun

maka angsuran yang ada di bank konvensional juga akan ikut jauh lebih rendah dari bank syariah. Serta didalam bank konvensional memiliki transaksi yang cepat dan mudah.

Tidak semua informan melakukan pencarian informasi atas dari kerabat dan marketing saja. Pencarian informasi yang dilakukan oleh informan 2 dengan cara datang langsung ke bank syariah untuk bertanya-tanya mengenai produk yang akan ia gunakan. Setelah pihak bank menejaskan keunggulan-keunggulan produk dan persyaratan untuk pengajuan, nasabah langsung merasa cocok untuk menggunakan produk syariah tersebut.

3. Penilaian Alternatif

Tahap ini terdiri dari dua, yaitu menggunakan tujuan dalam membeli dan menilai serta memilih alternative untuk membeli sesuai dengan tujuan pembeliannya. Dalam pembelian pembelian memiliki tujuan untuk setiap konsumen berbeda - beda, tergantung dari macam-macam produk dan kepentingannya. Terdapat konsumen yang tujuan membelinya untuk menumbuhkan kinerja, atau hanya ingin mencukupi kepentingan jangka pendek dan sebagainya. Penilaian alternative yang dilakukan konsumen dengan menggunakan informasi yang diterima untuk menilai alternative yang ada, proses memilih produk yang akan dibeli (Tehuayo, 2018).

Evaluasi pada umumnya memacu pada keyakinan yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian nasabah. Keyakinan adalah gambaran dari opini yang dimiliki seseorang. Keyakinan seseorang tentang suatu produk atau merek

berpengaruh pada keputusan pembelian nasabah. Sikap sama pentingnya dengan keyakinan. Sikap (attitude) adalah emosi, kecenderungan tindakan evaluasi, dan perasaan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama pada seseorang dalam kaitannya dengan objek atau ide tertentu (Spector, 2000 dalam Kotler dan Keller, 2007).

Dari kedua pilihan yang ada antara produk bank syariah dan bank konvensional, informan 1 dan 8 merasa lebih cocok jika menggunakan produk bank syariah karena dirasa memiliki keamanan untuk jangka panjang. Banyak rekomendasi untuk menggunakan produk syariah karena memikirkan jangka panjang. Margin yang akan diambil oleh bank syariah juga sudah ditentukan dan dijelaskan diawal atas kesepakatan bersama secara transparan.

Berbeda dengan itu informan 10 merasa sangat cocok dan yakin dengan produk konvensional karena Angsuran yang ada di bank konvensional adalah fluktuatif yang artinya jumlah angsuran bisa berubah sewaktu-waktu. Yang membuat nasabah bisa merasakan penurunan angsuran yang lebih rendah dari bank syariah.

4. Keputusan Pembelian

Setelah keputusan pembelian dibuat, maka pembeli akan dihadapkan pada sekumpulan keputusan yang berhubungan dengan jenis pembelian, kapan harus pembelian, dan bagaimana cara membeli. Pada tahap ini konsumen sungguh-sungguh membeli produk. Perusahaan harus memahami jawaban-jawaban atas

pertanyaan yang berhubungan dengan sikap konsumen dalam keputusan pembeliannya.

Setelah melakukan beberapa proses nasabah perlu memutuskan dalam memilih produk yang akan digunakan. Dari keunggulan-keunggulan produk yang diketahui informan 1 memutuskan produk mana yang akan digunakan. Informan 1-8 memilih untuk menggunakan produk KPR Syariah. Karena dirasa produk syariah sesuai dan memiliki keamanan untuk jangka panjang karena jumlah angsuran yang tetap. Dan memiliki proses pengajuannya lebih cepat dan mudah. Juga merupakan saran dari rekan dan marketing dalam memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk syariah.

Berbeda dengan itu informan 9 dan 10 memutuskan untuk menggunakan produk konvensional karena angsuran yang terdapat di bank konvensional lebih rendah dari bank syariah juga karena adanya kebutuhan yang mendesak.

5. Kepuasan Konsumen

Tahap pengambilan keputusan konsumen melibatkan dua aktivitas setelah pembelian yang berkaitan erat yaitu perilaku pembelian dan penilaian setelah pembelian. Kedua kegiatan ini memiliki tujuan untuk menumbuhkan kepuasan konsumen terhadap pembelinya (Schiffman & Kanuk, 2007:492-497, dan Kotler dan Keller, 2009:235).

Konsumen akan menghadapi tingkat puas atau tidak puas yang dilalui, adanya kemungkinan terhadap pembeli yang mengalami ketidakpuasan setelah menjalankan pembelian karena adanya ketidaksesuaian pada harapan atau

ekspektasi sebelumnya, dan sebagainya. Keputusan pembeli yaitu aktivitas konsumen yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk yang dipasarkan oleh penjual.

Setelah beberapa bulan para informan menggunakan produk yang telah dipilih kemudian muncul perilaku setelah pembelian. Informan 1-10 merasa cukup puas dengan produk yang telah mereka pilih. Namun terdapat alasan yang berbeda-beda mengenai tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Informan 1,2,7 dan 8 merasa sangat puas karena setelah menggunakan produk syariah tidak merasa dirugikan dan sangat nyaman dan berniat berniat untuk terus menggunakan produk-produk syariah karena produk syariah ini merupakan produk yang diharapkan dari lama bagi para informan. kemudian kepuasan yang dirasakan informan 3,4,5, dan 6 membuat nasabah ingin merecommendasikan produk syariah kepada keluarga dan kerabat karena tidak perlu lagi mengestimasi naik atau turunnya angsuran setiap bulan yang akan dibayarkan dan bisa menyiapkan untuk angsuran tiap bulanya.

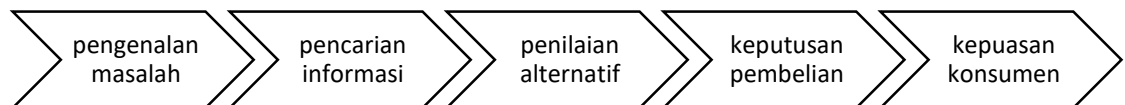
Kepuasan nasabah juga terlahir dari nasabah yang memilih produk konvensional. Seperti informan 9 dan 10 merasa cukup puas setelah menggunakan produk konvensional karena bunga yang ada di bank konvensional tidak terlalu besar. Meskipun suku bunga bank konvensional bisa naik turun namun memiliki tenor pinjamannya lebih lama dari kpr syariah. Kepuasan yang diterima informan 10 menumbuhkan keinginan untuk terus menggunakan produk konvensional. Tidak untuk informan 9 dimana belum tentu untuk terus menggunakan bank konvensional karena nasabah memilih

bank konvensional hanya karena faktor keadaan. Namun informan 9 dan 10 sangat merecommendasikan untuk orang lain menggunakan produk konvensional jika dirasa membutuhkan transaksi yang cepat dan sangat meringankan bagi nasabah.

Terdapat lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Masing-masing informan memiliki tahapan yang berbeda-beda dalam proses pengambilan keputusan pembelian yaitu sebagai berikut :

a. Lima tahapan

Gambar 4 6 lima tahap proses pengambilan keputusan



Tahap-tahap tersebut dilakukan oleh informan 1 dan 10 dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Meskipun proses keputusan pembeli yang dimaksud menganggap bahwa nasabah akan melalui kelima tahap keseluruhan tersebut untuk setiap pembelian yang akan dilakukan, namun terdapat beberapa nasabah yang melompati dari tahap-tahap tersebut.

b. Empat Tahapan

Gambar 4 7 empat tahap proses pengambilan keputusan



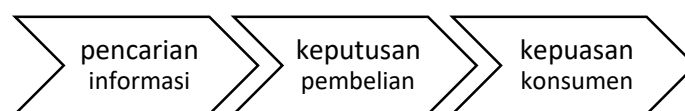
Empat tahapan tersebut dilakukan oleh informan 3, 5, 6 dan 9 dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan.



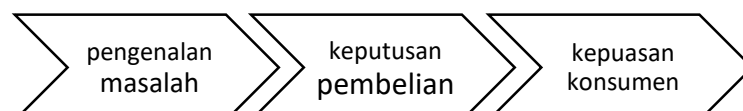
Berbeda dengan itu, Informan 4 dan 8 melakukan empat tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian namun melalui proses yang berbeda yaitu pada pengenalan masalah dan penilaian alternative.

c. Tiga tahapan

Gambar 4 8 tiga tahap proses pengambilan keputusan



Terdapat tiga tahapan tersebut yang dilakukan oleh informan 2 dalam proses pengambilan keputusan.



Informan 7 dalam melakukan tahap untuk proses pengambilan keputusan pembelian memiliki kesamaan dengan informan 2 dengan melakukan tiga

tahap. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam prosesnya yaitu pada tahap pengenalan masalah dan pencarian informasi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait **Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Pada BTN Syariah Cabang Malang)** yaitu :

1. Preferensi nasabah terhadap suatu produk syariah yang digunakan adalah pada kepastian besaran cicilan bulanan (flat). Hal itu didukung oleh hasil wawancara dengan para nasabah KPR BTN syariah yang mengatakan bahwa alasan utama nasabah memilih produk KPR Syariah karena cicilan yang tetap dan aman dalam jangka panjang. Di dalam bank syariah cicilan sudah ditentukan sejak awal perjanjian sehingga besarnya cicilan bersifat tetap sampai cicilan berakhir. Bank syariah juga memberitahukan berapa margin yang akan diambil oleh bank dan dibebankan kepada nasabah atas kesepakatan bersama dan tidak berubah selama masa kredit. Namun pada KPR Konvensional penetapan bunga bersifat (fluktuatif) tergantung pada naik atau turunnya suku bunga. Dengan demikian, beban bunga yang akan dibayarkan akan berbeda-beda nominalnya. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk syariah antara lain yaitu reputasi, kalitas pelayanan, harga dan kesadaran halal.
2. Adapun proses nasabah dalam keputusan pembelian produk. proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah sering mengalami permasalahan yang didasarkan faktor kompleks yang menyangkut berbagai macam. Terdapat beberapa tahap dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternative, keputusan pembelian dan kepuasan pembelian.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian, membahas dan menyimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran terkait penelitian yang sudah dilakukan agar dapat menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan. Peneliti kemudian juga bermaksud memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya. Saran yang dimaksud antara lain :

1. Mengenai faktor reputasi yaitu harapannya agar perbankan selalu memperhatikan dan mempertahankan, khususnya keunggulan-keunggulan yang ada di perbankan. Hal ini karena reputasi merupakan salah satu faktor yang dianggap penting oleh nasabah. Reputasi yang baik merupakan salah satu hal yang membuat nasabah menyukai suatu produk barang dan jasa perbankan.
2. Meskipun faktor pelayanan, harga dan kesadaran halal berpengaruh terhadap preferensi nasabah pembiayaan KPR di bank konvensional dan syariah, faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini diharapkan untuk selalu menjadi pertimbangan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatnya jumlah pelanggan dapat bersaing dengan baik
3. Diharapkan lebih banyak lagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini khususnya yang belum diteliti dan dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut

DAFTAR PUSTAKA

- Alma'is. 2019. Prosedur Pengajuan Kpr Subsidi Di Btn Syariah Kantor Cabang Semarang. Skripsi Uin Walisongo Semarang
- Amelia, N., 2020. Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Kpr Syariah Pada Akad Murabahah Di Btn Cakra Hidayat Regency Kab. Gowa. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar
- Annisa, M. Z & Sri, H. (2019). Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi. Jurnal Studi Keislaman. Vol. 5 No. 1
- Aulia, A.N. (2018) Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal (Skripsi Yang Dipublikasikan). Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia.
- Astuti, W., (2013) Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga
- Aziz, Y. A., & Vui, C. N. (2012). The Role Of Halal Awareness And Halal Certificaion In Influencing Non-Muslims' Purchase Intention. Paper Presented at The 3rd International Conference On Business And Economic Research, Indonesia Bidari, A.S., Simangunsong, F., Siska, K., N.D. Sektor Perbankan Di Covid-19 9.
- Dewi, S.N., Halawa, M.H., Nifanngelyau, L.K., 2021. Dampak Covid-19 Terhadap Bisnis Property
- Eva, M., Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam. Vol. 3, No. 2
- Fatmasari, N., N.D. Analisis Sistem Pembiayaan Kpr Bank Konvensional Dan Pembiayaan Kprs Bank Syariah (Studi Kasus Bank Btn Dengan Bank Muamalat) 25.
- Febriadi, S. R., 2017 Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Bidang Perbankan Syariah. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah Vol. 1 No.2
- Fitrian, B., 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah

Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Syariah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Songkono) Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya Malang.

F. Khusnul., (2021). Penurunan Daya Beli Vs Panic Buying Di Tengah Pandemi Covid-19. Bagaimana Tinjauan Syariahnya?. Jurnal Syarikah 7 (1): 18-25
Habibi, R., 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Meminjam Kredit Kepemilikan Rumah (Kpr) Studi Kasus Di Kota Malang

Hadija., Nuriatullah., nurfitriani., 2019. Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. Jurnal Ilmu perbankan dan keuangan syariah Vol. 1 No. 2

Harris, M., Kesuma, T. M., 2019. Pengaruh Daya Tarik Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Kpr Pada Bank Btn Kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen. Vol. No. 3.100.

Harris, M., Kesuma, T. M., 2019. Pengaruh Daya Tarik Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Kpr Pada Bank Btn Kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen. Vol. No. 3. Jalaludin, A. (2018). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah. Jurnal Ekologi.

Khusnul, F., 2021. PENURUNAN DAYA BELI VS PANIC BUYING DI TENGAH PANDEMI COVID-19. BAGAIMANA TINJAUAN SYARIAHNYA?. Jurnal Syarikah 7 [1] : 18-25

Kunci, K., Syariah, K., Ahmad, D.H.S., N.D. Preferensi Nasabah Terhadap Kpr Syariah 109.

Lemiyana, L., 1970. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Palembang). Ifinance 4, 31–43. <https://doi.org/10.19109/Ifinance.V4i1.2299>

Maharani., 2017. PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK IPHONE DI BANDUNG

Meleong, Lexy J. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.

- Mpu Procuratio : Jurnal Penelitian Manajemen. Volume 2, No 2, Desember 2020
Hal 362-368 Musniasih. Y@Gmail.Com Issn : 2684-8775 (Online), 2020.
2, 7.
- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14-37.
- Muzlifah, E., 2013. Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*. Vol. 3, No. 2
- Oktavianingrum, Y., 2016. Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Antara Bank Umum Syariah Dan Bank Umum Konvensional (Studi Kasus Di Kota Malang) Otoritas Jasa Keuangan. (2020) Kredit Pemilikan Rumah. Retrieved From Otoritas Jasa Keuangan
- Primananda, A., 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus Di Perumahan Bukit Semarang Baru, Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam Universitas Islam Yogyakarta (P3eiuii). (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pusparini, M. D., 2015. Konsep Kesejahteraan Dalam Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid Syariah). *Jurnal Ekononomi Islam*. Vol. 1, No. 1
- Putri, Y.P., Handayani, S.R., N.D. Evaluasi Pengendalian Intern Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Dalam Rangka Mengurangi Non Performing Loan (Npl) 9.
- Qorizah, A., Prabowo, P.S., 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kpr Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya 2, 13.
- Riza, A., Hakim, L., Eliana, E., 2021. Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *emt* 5, 19. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>
- Rizky, M. R., 2020. Preferensi Nasabah Dalam Memilih Kredit Pemilikan Rumah Syariah (Studi Di Bank Btn Syariah Kantor Cabang Utama Malang. Skripsi Universitas Brawijaya Malang
- Rohman, L. L., Andadari R. K. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Pada Usaha Rumah Tangga Dan Strategi Bertahan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*. Vol. 5(1), H. 82-90.
- Saminem., 2018. Analisis Perbandingan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Keputusan Nasabah Dalam Memilih KPR Konvensional atau KPR Syariah. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 6. No. 1 Januari 2018

Sandy, R. F., 2017. Aplikasi *Maqashid Syariah* Dalam Bidang Perbankan Syariah. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah. Vol. 1

Satria, M. R, Setiani, T., 2018. Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Bjb Dengan Bank Bjb Syariah). Jurnal Ekonomi Keuangan Syariah. Vol. 2, No. 1

Setiawan, A ., (2016) Pemilihan Pembiayaan Kpr (Kredit Pemilikan Rumah) Dengan Akad Murabahah (Studi Kasus Di Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Samarinda Seberang)

Simanjuntak, M.S., 2017. Universitas Sumatera Utara 94.

Siregar, H., 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Graha Raysa Labuhanbatu. Skripsi Uin Sumatera Utara.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suharto, A. S, Anwar, M. K. 2018. Minat Masyarakat Terhadap Kprs Dengan Skema Murabahah Pada Bni Syariah Kc Surabaya. Jurnal Ekonomi Islam. Vol. 1, No. 2.

Syahrina, N. D, Meiman, H. H, Lenci, K. N., (2021) Dampak Covid-19 Terhadap Bisnis Property. Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jpe). Vol. 1, No. 1

Tehuayo, E., 2018. ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PERILAKU PEMBELIAN PRODUK YAMAHA MIO DI KOTA AMBON 6, 10.

Wardianti, N., 2019. Pelaksanaan Pembiayaan Kpr Subsidi Ib Pada Pt. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Syariah Bandung. Skripsi Sekolah Tinggi Ekonomi Ekuitas.

Reduksi Data dengan Triangulasi

No	Tema	Keterangan
1.	Prefensi Konsumen a. mengetahui produk syariah	(informan 1) <i>“saya mengetahui produk KPR syariah ini kurang lebih tujuh tahunan. Namun saya memulai menggunakan KPR Syariah ini baru tiga tahun terakhir ini”</i> (informan 2) <i>“kalo mengetahuinya aja sih saya sudah lama sekitar delapan tahunan”</i> (informan 3) <i>“saya mengetahui produk KPR Syariah ini paling sekitar 5 tahun terakhir ini”</i> (informan 4) <i>“saya baru satu tahun mbak mengetahui produk KPR syariah ini karna sebelumnya memang saya awam banget kalo soal begini begini”</i> (informan 5) <i>“sekitar 4 tahun ini sih kalo mengetahui, karna sebelumnya juga saya taunya Cuma produk produk konven karna kan dulu yang sering diperbincangkan juga bank konvensional. Beda sama sekarang yang bank syariah lebih maju”</i> (informan 6) <i>“hampir dua tahun semenjak saya merantau ke malang ini saya jadi semakin tau dan meggunakan produk KPR syariah”</i> (informan 7) <i>“saya mengetahui produk KPR syariah ini sekitar dua tahunan dan langsung yakin dengan produk syariah”</i> (informan 8) <i>“saya mengetahuinya baru 1 tahun ini mbak itupun dari suami saya yang paham banget soal produk produk bank”</i>

	b. alasan memilih produk	(informan 1) <i>“karena income pasti, dan dapat mengetahui berapa estimasi yang akan saya keluarkan setiap bulan sampai pada tenor terakhir mengangsur. Seperti angsuran yang tlat dari awal sampai dengan selesai akan tetap sama dan pasti tidak naik turun ”</i> (informan 2) <i>“karena di bank syariah ini lebih mudah prosesnya dan kedepannya juga tidak memberatkan. Karena dari suku bunganya sendiri yang tetap atau tidak berubah-ubah dan pastinya lebih aman. Beda dengan bank konven ya kalo bank konven suku bunganya tidak tetap dan berubah-ubah setiap tahunnya. Jadi kita sendiri gatau tahun ke tiga atau tahun keempat akan naik atau turun ”.</i> (informan 3) <i>“karena bank syariah acc banknya lebih mudah, angsurannya flat dengan pengambilan tenor berapa tahun pun tenornya akan tetap sama atau angsurannya tidak berubah sampai tenor selesai. Berbeda dengan bank konven yang angsurannya mengikuti suku bunga. Jadi setiap tahunnya bisa berubah ubah. Hanya waktu promo saja bunganya agak turun. Kalo di syariah kan tidak ada bunga jadi angsurannya flat”.</i> (informan 4) <i>“karena di bank syariah sendiri itu yang pertama bebas dari riba, terus juga dia angsurannya flat dan sudah ditentukan diawal jadi angsurannya akan tetap sama dari awal ditetapkan sampai akhir mengangsur Jadi tidak perlu takut angsuran tiba tiba melonjak naik. Kalo dikonven kan angsurannya tidak pasti bisa naik turun ”</i> (informan 5) <i>“karena di bank syariah itu prosesnya lebih mudah, angsurannya juga pasti tidak naik turun seperti di bank konven yang angsurannya mengikuti suku bunga dimana itu setiap tahunnya akan bisa turun banget dan bisa juga naik banget. Jadi kita gak tau kedepannya akan seperti apa. Jadi saya lebih mementingkan untuk kedepannya gimana yang lebih aman untuk saya”</i> (informan 6) <i>“kalo di syariah itu suku bunganya flat jadi angsurannya tetap dari awal-akhir. Beda dengan bank konven suku bunganya fluktuatif jadi bisa berubah kapanpun ”</i>
--	---------------------------------	--

	c. niat menggunakan produk syariah	(informan 7) <i>“karena reccomendasi dari marketing, juga karena pada angsurannya yang pasti”</i> (informan 8) <i>“bunga di syariah flat kalo di konven kan tidak pasti ya. Jadi saya buat antisipasi diri juga kalo saya memilih di bank konven takutnya pada tahun ke tahun tiba tiba melonjak naik dan saya tidak mampu membayar angsurannya”</i> (informan 1) <i>“iya sudah pasti sih mbak Karena saya juga sudah yakin dengan produk syariah. tapi kalo bisa sih ya pengennya cash ya mbak tidak ambil kredit di bank”</i> (informan 2) <i>“kalo untuk cari aman sih saya juga niat terus untuk menggunakan produk syariah”</i> (informan 3) <i>“iya, karena di syariah sendiri tidak ada sistem bunga tapi menggunakan margin dimana adanya kesepakatan bersama antara kita dan bank. Jadi mau pelunasan diawal pun itu tidak dikenakan denda hanya disuruh melengkapi dua atau tiga kali angsuran sama pinjaman pokok. Jadi lebih aman kedepannya karena angsuran flat bisa jaga-jaga juga untuk kedepannya”</i> (informan 4) <i>“pasti mbak karena selain ga ribet, aman, dan pastinya angsurannya juga tidak berubah-ubah Jadi financial saya juga bisa diatur”</i> (informan 5) <i>“iya, karena di bank syariah ini yang pertama tanpa riba, suku bunga flat, keuntungan yang ditetapkan juga atas kesepakatan bersama jadi kita itu tau sama tau berapa persem keuntungan yang diambil. Jadi cocok aja lah buat dipilih produk-produknya”</i> (informan 6) <i>“kalo niat pasti niat terus, karena juga produk syariah ini kan merupakan produk yang sesuai atas anjuran agama”</i>
--	---	---

	d. merekomendasikan orang mengkonsumsi produk syariah	(informan 7) <i>“iya, karena juga saya selalu menjadi nasabah syariah dari awal saya mengenal produk-produk perbankan karena saya sudah sangat yakin dan percaya dengan produk syariah”</i> (informan 8) <i>“iya mbak soalnya udah sesuai dan ini juga produk yang saya harapkan dari lama”</i> (informan 1) <i>“iya sudah pasti sih mbak Karena saya juga sudah yakin dengan produk syariah. tapi kalo bisa sih ya pengennya cash ya mbak tidak ambil kredit di bank”</i> (informan 2) <i>“kalo untuk cari aman sih saya juga niat terus untuk menggunakan produk syariah”</i> (informan 3) <i>“iya, karena di syariah sendiri tidak ada sistem bunga tapi menggunakan margin dimana adanya kesepakatan bersama antara kita dan bank. Jadi mau pelunasan diawal pun itu tidak dikenakan denda hanya disuruh melengkapi dua atau tiga kali angsuran sama pinjaman pokok. Jadi lebih aman kedepannya karena angsuran flat bisa jaga-jaga juga untuk kedepannya”</i> (informan 4) <i>“pasti mbak karena selain ga ribet, aman, dan pastinya angsurannya juga tidak berubah-ubah Jadi financial saya juga bisa diatur”</i> (informan 5) <i>“iya, karena di bank syariah ini yang pertama tanpa riba, suku bunga flat, keuntungan yang ditetapkan juga atas kesepakatan bersama jadi kita itu tau sama tau berapa persen keuntungan yang diambil. Jadi cocok aja lah buat dipilih produk-produknya”</i> (informan 6) <i>“kalo niat pasti niat terus, karena juga produk syariah ini kan merupakan produk yang sesuai atas anjuran agama”.</i>
--	--	---

	e. kelebihan dan kekurangan KPR syariah dan Konvensional	(informan 7) <i>“iya, karena juga saya selalu menjadi nasabah syariah dari awal saya mengenal produk-produk perbankan karena saya sudah sangat yakin dan percaya dengan produk syariah”</i> (informan 8) <i>“iya mbak soalnya udah sesuai dan ini juga produk yang saya harapkan dari lama”</i> (informan 1) <i>“kalo menurut saya kelebihan KPR syariah itu angsurannya flat/tetap jadi kita bisa manage keuangan kita sendiri dalam jangka panjang. Kalo kelebihan KPR konven itu jangka waktunya terbatas/jika ada promo dua-tiga tahun membuat angsuran diawal jauh lebih murah dari syariah, tapi jangka waktunya tidak pasti. Bisa jadi pada tahun keempat bisa melonjak jauh angsurannya”</i> (informan 2) <i>“kelebihan KPR syariah ini lebih aman, nyaman dan pasti. Tapi kekurangannya angsuran di syariah ini lebih tinggi/lebih besar dibandingkan bank konven. Kalo kelebihan KPR Konven ini adalah angsuran diawalnya lebih kecil tapi kekurangannya angsuran ini tidak pasti atau bisa naik turun”.</i> (informan 3) <i>“kelebihan KPR syariah ini ada pada angsuran yang flat. Kalo di KPR konven kekurangannya ada di angsuran diawal lebih kecil atau pada satu sampai 3 tahun diawal jumlah angsurannya akan sama namun ditahun berikutnya itu mengikuti suku bunga. Jadi jika suku bunga tinggi angsuran juga akan ikut naik”</i> (informan 4) <i>“kalo di syariah kan pembayaran angsurannya missal 3 juta perbulan nah itu akan sama terus sampai selesai juga 3 juta. Kalo di konven itu angsuran awalnya lebih kecil missal sampai 1,5 juta perbulan tapi di tahun berikutnya bisa naik jauh atau bisa turun jauh itupun kita gatau bakal naik atau turunnya”</i> (informan 5) <i>“kelebihan KPR syariah itu terbuka kaya marginnya gitu nasabah sama bank sama sama tau dan sama sama menyetujui, angsurannya flat, dia gaada riba juga. Kalo</i>
--	---	--

	f. dalam pengajuan KPR syariah	<i>kekurangannya angsuranya lebih tinggi tapi aman lah buat jangka panjangnya. Kalo kelebihan di KPR konven ini dia jauh lebih murah angsuran diawalnya, suku bunganya naik turun, da nada bunga yang mana itu dilarang oleh islam”</i> (informan 6) <i>“sebenarnya sama ya ga jauh beda. Cuma kalo KPR Syariah ini enak di jangka panjang tapi berat diawal. Kalo konven angsuran lebih kecil namun jangka panjangnya di lebih berat karena akan naik/turun sesuai dengan suku bunga”</i> (informan 7) <i>“bedanya sih ya dari suku bunga aja tadi sih mbak antara flat dan fluktuatif. Ya itu namanya produk juga pasti ada plus minusnya”</i> (informan 8) <i>“kalo syariah ini kan berbasis islam jadi dia gaada bunga dan dia lebih ke bagi hasil. Terus dari segi keuntungannya juga terbuka”</i> (informan 1) <i>“tidak ada, kebetulan gaji saya juga perrol, rekening Koran juga mudah, waktu survey lokasi juga kebetulan lokasinya cocok sama yang saya mau”</i> (informan 2) <i>“tidak, mungkin karena saya sudah sesuai dengan proeur yang sudah ditetapkan bank syariah jadi tidak ada kesulitan”</i> (informan 3) <i>“enggak, kalo pengajuan sih prosesnya sama dengan bank lain Cuma kalo lama tidak realisasi itu kita harus perbaruan data, sama kok kaya konvensional”</i> (informan 4) <i>“enggak Alhamdulillah lancar semua dan mudah. Cuma membutuhkan data data seperti , FC KTP, kk, slip gaji, fc rekening Koran dll setelah itu Cuma nunggu beberapa hari terus diwawancara dan dianalisis kemudian langsung turun sp3k. jadi mudah banget acc banknya”</i> (informan 5)
--	---------------------------------------	---

		<i>"gaada sih mbak kalo kesulitan karna waktu pengajuan itu kan kita Cuma disuruh bawa persyaratan-persyaratan kaya surat domisili Indonesia, surat memiliki pekerjaan atau gaji tetap, FC KTP, PASPOR, KK, slip gaji bulan terakhir, fc rekening koran, fc akte perusahaan dan NPWP dan itu menurut saya masih tergolong mudah yaa ga sulit"</i> (informan 6) <i>"aman karena di syariah kan prosesnya sendiri itu mudah ga ribet dan pastinya cepet"</i> (informan 7) <i>"tidak, kesulitannya ya paling Cuma dalam mengumpulkan syarat-syaratnya itu mbak kan perlu riwa riwi ya ngurusnyaa tapi selain itu ya gaada sih normal kaya bank lain juga samaa kok"</i> (informan 8) <i>"tidak, Cuma butuh menyetorkan berkas fc KTP, fc surat nikah, slip gaji, surat keterangan kerja, surat keterangan penghasilan, fc NPWP dan SPT terakhir, fc rekening tabungan, fc rekening koran, dll. gaada kesulitan gimana-gimana karna emang prosesnya bank syariah ini mudah setau saya"</i>
2.	Perilaku Konsumen Islam a. produk syariah sesuai/tidak dengan al-quran dan hadist	(informan 1) <i>"kalau itu saya kurang tau. Yang saya tau di bank syariah sudah ada akad diawal/keuntungan yang sudah jelas. Bank syariah meminjamkan uang kepada nasabah itu kan dengan keuntungan yang sudah diketahui oleh kedua belah pihak (bank dan nasabah) dan saling menyetujui"</i> (informan 2) <i>"menurut saya hanya sekedar label 'syariah' aja. Yang sebenarnya arahnya sama aja dengan konvensional"</i> (informan 3) <i>"kayanya sih sudah. Karena di bank syariah kan menggunakan akad murabahah dimana akad tersebut ada pada awal perjanjian dan itu atas dasar kesepakatan bersama juga"</i> (informan 4) <i>"sudah sih mbak kalo menurut saya. Karna kan di bank syariah itu tanpa riba dan itu dilarang oleh agama islam dan sudah dijelaskan juga di Al-quran kalo riba itu haram/dosa"</i>

	(informan 5) <i>“gatau sih mbak kebenarannya gimana. Antara iya dan tidak. Karna kalo dipiki piker juga sebenarnya bagi hasil di bank syariah ini gajauh beda sama bunga di bank konvensional. Cuma hanya beda dalam peyebutannya aja”</i> (informan 6) <i>“kalo untuk sesuai Al-quran dan Hadist saya kurang tau”</i> (informan 7) <i>“kalo sesuai atau tidaknya saya kurang faham mbak tapi setau saya ya bank syariah sama konvensional sama aja ga jauh beda Cuma bedanya pada labelnya aja”</i> (informan 8) <i>“sesuai, selain bank syariah itu tanpa riba juga ada keuntungannya juga atas kesepakatan bersama”</i> (informan 1) <i>“kalo keyakinan agama sih enggak ya. Cuma lebih ke memikirkan jangka panjangnya aja”</i> (informan 2) <i>“tidak karena dengan label syariah itu juga membuat saya yakin aja dengan produk-produknya dan yakin bawa sistemnya sangat meyakinkan”</i> (informan 3) <i>“salah satu faktornya juga itu karena keyakinan agama untuk menghindari riba. tapi untuk selebihnya karena rekomendasi dari rekan-rekan saya”</i> (informan 4) <i>“keyakinan agama ga begitu mempengaruhi saya. Balik lagi kalo dibandingin konvensional KPR syariah ini lebih bisa mengantisipasi untuk pembayaran angsuran kedepannya”</i> (informan 5) <i>“enggak, saya yakin dengan produk syariah ini karna lebih aman dan pasti aja. Meskipun keliatannya lebih mahal tapi aman lah untuk kedepannya karna ya flat itu tadi”</i>
--	---

b. pengaruh agama mengharuskan mengkonsumsi produk syariah

		(informan 6) <i>“karena dari rekomendasi aja dari marketingnya mbak, gaada faktor lainnya”</i> (informan 7) <i>“termasuk juga Cuma itu pengaruh nomer sekian. Pengaruh utamanya ya dari sistem angsurannya itu aja”</i> (informan 8) <i>“tidak mengharuskan juga sih. Tapi kebetulan aja saya cocoknya dan ngerasa amannya di syariah. tapi bukan karena dalam islam yang mengharuskan terus saya menggunakan produk syariah itu engga sih”</i>
3.	Maqashid Syariah a. pelayanan sesuai nilai islam dan perbedaan pelayanan	(informan 1) <i>“enggak ada perbedaan sih mbak antara nasabah. Semua nasabah BTN diperlakukan sama dan adil. Dan juga sudah sesuai nilai islam menurut saya, mulai dari awal kita akad tanda tangan dan realisasi itu benar-benar dijelaskan secara rinci dan detail. Karyawannya juga sopan-sopan pakaiannya juga tertutup dan sopan”</i> (informan 2) <i>“gaada semua nasabah akan disamakan. Dan sudah sesuai nilai islam, karyawannya semua juga sopan mulai dari satpamnya juga ramah, berpakaianya juga sopan dan pastinya yang cewek-cewek berhijab semua”</i> (informan 3) <i>“gaada perbedaan karena sifatnya ramah kesemua. Saya, rekan saya dan keluarga saya yang sudah saya reccomkan juga pelayanannya sama tidak ada yang dibedakan, dan pastinya sudah sesuai nilai islam, prosedurnya sudah sesuai semua dan pelayanannya juga nyaman. Waktu dating sudah disambut dari staff security, dipersilahkan duduk dan ada penawaran untuk cemilan, air putih gitu”</i> (informan 4) <i>“selama ini sih gaada perbedaan ya mbak semua sama siih yang saya rasain. sudah sesuai nilai islam juga, karyawannya ramah-ramah bantuin kita ngejelasin semuanya sampek kita faham, sopan dan baik baik juga mbak. Pakaianya juga rapi sopan yang cewek pakai hijab semua”</i> (informan 5)

	b. kesulitan membayar cicilan dan tanggapan bank	<i>“untuk perbedaannya sendiri gaada mbak semua diperlakukan sama dengan BTN tidak ada yang dianak tirika gitu. Dan juga sudah sesuai dengan nilai islam, ya ga jauh beda sih dengan bank lain untuk pelayanannya sendiri. Mulai kita masuk bank juga dibukain pintu sama securitynya ditanyain apa yang bisa dibantu, ramah ramah semua dari mulai security, cs, sampai tellernya juga. Pakaiannya juga rapi dan sopan”</i> (informan 6) <i>“setau saya sih gaada yang dibeda-bedakan antara nasabah 1 dengan lainnya. Terus juga sudah sesuai dengan nilai islam seperti yang ceweknya itu auratnya semua tertutup semua pakainnya juga sopan”</i> (informan 7) <i>“kurang tau ya mbak kalo perbedaan perlakuan gitu. Tapi saya rasa sih gaada. sudah sesuai dengan nilai islam juga kok mbak, karyawannya sopan-sopan, ramah, baik, selalu senyum waktu kita baru masuk bank itu. Untuk pakainnya sendiri juga sudah sesuai sih mbak karena kan syariah ya jadi sudah jelas yang cewek pakai hijab semua”</i> (informan 8) <i>“gaada perbedaan perlakuan mbak tapi ya gatau juga kalo dengan nasabah yang bermasalah gitu ya mbak karna saya alhamdulillahnya gapernah. Sesuai juga dengan nilai islam, pada umumnya aja sih kalo pelayanan hampir sama kaya bank bank lainnya. Cuma kalo di syariah kan bedanya yang cewek wajib pake hijab itu aja sih mbak”</i> (informan 1) <i>“pernah waktu awal pandemic. Bank memberikan penawaran ada kendala agsuran selama pandemic/tidak. Atau biasa disebut dengan retstrak. Jadi disitu ditawarkan untuk beberapa bulan boleh untuk tidak mengangsur. Kemaren saya ditawarin selama 6 bulan untuk tidak mengangsur, tapi itu tetep digantikan di bulan berikutnya dengan tambahan waktu. Tapi dulu saya ga ambil”</i> (informan 2) <i>“sering dan pernah sampai berbulan-bulan. Dan saya diberikan solusi atas keadaan yang terjadi dan diberikan saran-saran yang terbaik”</i>
--	---	--

	(informan 3) <i>“pernah waktu pandemic. Saya rasa banyak ya keluhan telat membayar cicilan saat pandemic. Tapi bank syariah memberikan keringanan dengan memberikan penawaran restrak. Proses pengajuan restrak ini 1 bulan sebelumnya, jadi sebelum angsuran harus sudah mengajukan dulu. Kemaren saya restrak selama 6 bulan”</i> (informan 4) <i>“alhamdulillah belum pernah telat bayar cicilan. Mungkin bank akan memberikan keringanan ya mbak tapi saya kurang tau lebih jauhnya seperti apa”</i> (informan 5) <i>“pernah waktu pandemic. Saya telat cicilannya Cuma telat tanggal aja jadi ga sampek balik bulan. Itu juga karena pendapatan semakin hari semakin menurun. Tapi bank memberikan keringanan dengan memaklumi asalkan ga sampek balik bulan gitu”</i> (informan 6) <i>“belum pernah mbak Alhamdulillah”</i> (informan 7) <i>“belum pernah dan kalo bisa ya jangan sampek pernah”</i> (informan 8) <i>“pernah mbak selama 2 bulan saya telat membayar cicilan karena memang waktu itu ekonomi lagi jatuh banget. Bank sih memberikan saran dan solusi terbaik agar saya tidak telat lagi membayar cicilan”</i> (informan 1) <i>“tidak karena saya kemaren telatnya waktu pandemic jadi tidak ada denda”</i> (informan 2) <i>“iyaa pasti dikenakan denda Cuma mungkin ga terlalu besar dendanya dibanding bank konvensional”</i> (informan 3) <i>“kemaren saya ga dikenakan denda karna lagi pandemic juga kayaknya”</i> (informan 5)
c. biaya denda bank	

		<i>"pasti ada. Tapi waktu pandemic kemaren gaada denda waktu saya telat membayar. Karena dimaklumi saya telatnya telat tanggal aja ditambah juga itu waktu pandemic"</i> (informan 8) <i>"iya jelas dikenakan denda"</i>
4.	Harga a. keberatan dengan cicilan yang ditetapkan	(informan 1) <i>"tidak, karena saya sudah kalkulasi income saya. jadi kiranya sebelum membeli saya tau bahwa angsuran itu tinggi dan saya ga mampu untuk mengagsumnya saya juga ga bakalan ambil"</i> (informan 2) <i>"tidak, karena dari awal sebelum membeli kan sudah ditetapkan untuk berapa besar cicilan yang harus dibayar. Dan pastinya sebelum membeli saya juga menyesuaikan budget diawal"</i> (informan 3) <i>"tidak, karena nominal angsuran sudah ditetapkan diawal dan itu tidak mempengaruhi cicilan kebelakangnya karena nominal angsurannya sama sampai terakhir mengangsur"</i> (informan 4) <i>"tidak, karena dari awal sebelum membeli saya membeli saya sudah mengatur untuk budget angsuran yang akan saya keluarkan setiap bulannya. Saya perhitungkan dari pendapatan saya dan nominal angsuran"</i> (informan 5) <i>"tidak, karena saya sudah tau dari awal berapa jumlah angsuran yang harus saya bayar. Jadi saya juga bisa memperhitungkan lagi dari pemasukan saya apakah cukup dan apakah saya mampu. Karena kan kalo di bank syariah angsurannya tetap sampai terakhir mengangsur jadi saya ga perlu khawatir karena angsuran tiba-tiba naik"</i> (informan 6) <i>"tidak, karena saya sudah memperhitungkan dari awal dan saya rasa saya mampu. Jadi tidak keberatan untuk cicilannya sendiri"</i> (informan 7)

		<i>“tidak, kan di bank syariah angsurannya udah dikasi tau dari awal dan kita bisa mengira-ngira sanggup atau tidaknya. Kalo di bank konven kan kita gatau ya mbak jumlah angsuran kedepannya gimana jadi saya sendiri juga takut tiba-tiba naik sedangkan saya pemasukannya tidak seberapa. Jadi tidak bisa dikira-kira”</i> (informan 8) <i>“tidak, karena saya memilih jumlah angsuran sesuai dengan kemampuan saya. Kalo kiranya tinggi ya saya ga ambil itu mbak saya ambilnya yang saya mampu aja”</i>
5.	Keputusan Pembelian a. proses pengambilan keputusan pembelian produk syariah	(informasi 1) <i>“sebelum memilih dan membeli saya mencari referensi dan melihat Perbandingan dari beberapa perbankan. mungkin di bank lain bunganya lebih murah namun saya berfikir panjang bukan hanya memikirkan jangka pendeknya aja. Dari situ saya memutuskan untuk menggunakan produk syariah”</i> (informan 2) <i>“awalnya saya Tanya – Tanya bank BTN langsung kemudian dijelaskan oleh pihak banknya dan ternyata saya langsung cocok”</i> (informan 3) <i>“awalnya minta saran sama developer. Waktu pertama mau ambil rumah itu terdapat beberapa bank. Cuma saya minta yang prosesnya cepet jadi dibantu sama developernya. Terus developernya merecommen pake di BTN Syariah”</i> (informan 4) <i>“karna saya awam banget mbak ya soal ginian jadi saya pasrahkan sama marketingnya. Awalnya ditawarkan BTN konven sama syariah kemudian saya Tanya-tanya di temen saya yang pernah pake keduanya dan banyak yang merecommen di BTN syariah. dan marketingnya juga bilang kalo nasabah lain banyak yang pake di BTN syariah kemudian dijelaskan keunggulannya apa jadi saya langsung tertarik untuk ambil di BTN Syariah”</i> (informan 5) <i>“sebelumnya saya mau ambil BTN Konven karena saya tergiur oleh diskon yang membuat angsurannya lebih kecil kalo dibandingkan dengan bank syariah. kemudian setelah saya cari informasi lagi ternyata di bank konven ini Cuma enak diawal dan berat diakhir. Kalo di syariah</i>

		kan ya memang angsuran lebih gede Cuma dia diakhir itu lebih mudah karna angsurannya flat” (informan 6) “saya disarankan sama marketingnya sih mbak itu jadi ya saya langsung ambil yang direccomkan marketingnya” (informan 7) “saya ngikut sodara saya mbak yang sudah pernah pake KPR. Kebetulan dia pakenya BTN syariah. karna katanya lebih mudah dan marketingnya juga menyarankannya meggunakan KPR di btn Syariah” (informan 8) “saya mencari informasi dulu mbak cari lokasi dulu dan harganya cocok apa enggak. Kemudia ada banyak pilihan bank dan keunggulannya masing-masing. Tapi saya merasa cocoknya di BTN syariah sih mbak. Ya karena alasan tadi yang sudah saya bilang” (informan 1) “puas banget, alasannya ya karena sudah sesuai dengan apa yang saya inginkan, aman juga, pelayanannya juga bagus” (informan 2) “puas, karena memberikan keamanan untuk kelangsungan jangka panjang keluarga saya” (informan 3) “puas karena sangat membantu” (informan 4) “puas mbak dan saya ga nyesel sama sekali setelah memutuskan untuk menggunakan produk syariah” (informan 5) “cukup puas dengan angsuran yang flat dan pasti, pelayanan yang diberikan, terutama pada CS setiap saya bertanya dan saya mengerti jawaban yang dijelaskan” (informan 6) “cukup puas karena prosesnya juga sangat mudah dan gak ribet”
	b. puas setelah melakukan pembelian produk syariah	

	c. saran dan masukan terhadap keputusan memilih produk syariah	(informan 7) <i>“puas. Mulai dari penyampaian informas yang saya rasakan sangat baik dan memuaskan ditambah kelebihan pada produknya sendiri”</i> (informan 8) <i>“puas karena produk kpr di btn ini sangat mudah dan tidak merugikan nasabah”</i> (informan 1) <i>“untuk KPR saya menyarankan di syariah karena jika di kalkulasikan sampai finish saya kira lebih murah di syariah dari pada di konvensional. Bedanya dari angsuran berat diawal sama angsuran berat dibelakang. Meskipun cicilan tinggi namun jangka panjangnya di syariah ini ringan”.</i> (informan 2) <i>“saya akan memberikan informasi saja untuk orang-orang yang belum paham mengenai produk syariah atau masih awam dengan produk syariah dan saya akan ikut menyarankan untuk menggunakan produk syariah”</i> (informan 3) <i>“jangan melihat besarnya angsuran di bank syariah tapi lihat dari jangka panjangnya . lebih rekomen disyariah sih dari pada di konvensional menurut saya”</i> (informan 4) <i>“jangan tergiur dengan harga murah karena dengan harga murah belum tentu menguntungkan. Harga lebih mahal tidak masalah asalkan buat kita sendiri aman”</i> (informan 5) <i>“sebelum melakukan keputusan dalam memilih suatu produk pastikan produk tersebut memiliki jangka panjang yang aman untuk kita. Meskipun di syariah keliatannya lebih mahal dibandingkan bank konven tapi jika diperhitungkan sampai akhir angsuran sebenarnya di bank syariah jauh lebih murah”</i> (informan 6) <i>“kalo di syariah itu lebih enak, lebih cepat prosesnya dan enak untuk jangka panjang”</i>
--	---	---

		(informan 7) <i>“harus diliat yang mana yang lebih worth it kalo bahasa jaman sekarang. Keliatannya diawal lebih mahal gamasalah tapi kan kebelakang jauh lebih murah”</i> (informan 8) <i>“diliat kemampuan dalam membayar cicilan, yang aman yang ga bikin kita mikir tertekan sama jumlah cicilan yan tiba tiba naik. Jadi mending cari yang cicilannya tetap aja”</i>
--	--	---

BUKTI KONSULTASI

Nama : Della Arifa Ighfirli Amalia

NIM/Jurusan : 17540092/Perbankan Syariah

Pembimbing : Barianto Nurasri Sudarmawan, ME

Judul Skripsi : Analisis Preferensi Komsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1	01-12-2020	Mengajukan judul penelitian	Sudah Dikoreksi
2	03-2-2021	Bimbingan bab 1 2 dan 3	Sudah Dikoreksi
3	25-3-2021	Bimbingan bab 1	Sudah Dikoreksi
4	15-4-2021	Bimbingan bab 1	Sudah Dikoreksi
5	30-5-2021	Bimbingan bab 1	Sudah Dikoreksi
6	17-6-2021	Bimbingan bab 1	Sudah Dikoreksi
7	22-7-2021	Bimbingan bab 1 dan 2	Sudah Dikoreksi
8	3-8-2021	Bimbingan bab 1 dan 2	Sudah Dikoreksi
9	5-8-2021	Bimbingan bab 1 2 dan 3	Sudah Dikoreksi
10	8-8-2021	Acc bab 1 2 dan 3	Sudah Dikoreksi
11	9-8-2021	Seminar proposal	Sudah Dikoreksi
12	29-9-2021	Bimbingan bab 4	Sudah Dikoreksi
13	21-10-2021	Bimbingan bab 4	Sudah Dikoreksi
14	7-12-2021	Bimbingan bab 4	Sudah Dikoreksi
15	21-12-2021	Bimbingan bab 4	Sudah Dikoreksi

16	27-12-2021	Bimbingan bab 4	Sudah Dikoreksi
17	18-1-2022	Bimbingan bab 4 dan 5	Sudah Dikoreksi
18	24-1-2022	Bimbingan bab 4 dan 5	Sudah Dikoreksi
19	10-2-2022	Acc bab 4 dan 5	Sudah Dikoreksi
20	17-2-2022	Seminar hasil	Sudah Dikoreksi
21	24-2-2022	Acc ujian akhir	Sudah Dikoreksi
22	7-3-2022	Ujian akhir	Sudah Dikoreksi
23	20-3-2022	Revisi dan acc skripsi	Sudah Dikoreksi

Malang, 23 Februari 2022

Mengetahi,

Ketua

Prodi PerbankanSyariah

Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 19770826 200801 2 011

BIODATA PENELETI



Data Pribadi

Nama Lengkap : Della Arifa Ighfirli Amalia
Tempat, Tanggal Lahi : Bojonegoro, 14 Oktober 1999
Alamat Asal : Jl. Rajawali Gg II No. 680 Kec. Sumberrjo Kab. Bojonegoro
Alamat Kos : Perum DeDaun Tasikmadu Kec. Lowokwaru Kota. Malang
Telepon/Hp : 089628268812
E-Maill : dellarifa14@gmail.com

Pendidikan Formal

2003-2005 : TK. ABA 1 Sumberrejo-Bojonegoro
2005-2011 : MI Muhammadiyah 18 Sumberrejo-Bojonegoro
2011-2014 : MTs Negeri Model Babat-Lamongan
2014-2017 : SMA Model Terpadu Bojonegoro
2017-2022 : Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi :

- ✓ Himpunan Mahasiswa Jurusan Pebankan Syariah (2018-2019)
- ✓ Himpunan Mahasiswa Jurusan Pebankan Syariah (2019-2020)
- ✓ Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (2017-2020)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Della Arifa Ighfirli Amalla
NIM : 17540092
Handphone : 089628268812
Konsentrasi : Keuangan
Email : dellarifa14@gmail.com
Judul Skripsi : ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH
(Studi Kasus pada BTN Syariah Cabang Kota Malang)

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	3%	8%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 05 April 2022
UP2M

Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
NIP. 198908082020121002

//

Lampiran 5

analisis preferensi konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan kredit KPR Syariah

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	3%
2	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
6	core.ac.uk Internet Source	1%
7	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%
8	ejournal.kopertais4.or.id Internet Source	1%
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

10	www.scribd.com Internet Source	1%
----	--	----

11	123dok.com Internet Source	1%
----	--	----

		<1 %
57	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
58	Submitted to Universiti Malaysia Sabah Student Paper	<1 %
59	admin.ebimta.com Internet Source	<1 %
60	aussieht-nimmt.xyz Internet Source	<1 %
61	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
62	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
63	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
64	ratricp.wordpress.com Internet Source	<1 %
65	repository.unand.ac.id Internet Source	<1 %
66	republika.co.id Internet Source	<1 %
67	Ma'ruf Hidayat. "Analisis Kebijakan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial Perspektif Maqāṣid	<1 %

77	Nurfadila Nurfadila, Moh. Iqbal, Ramadhanil Pitopang. "Kajian Etnobotani Pandanaceae Pada Suku Moma Di Ngata Toro, Kulawi, Sulawesi Tengah", <i>Natural Science: Journal of Science and Technology</i> , 2019 Publication	<1 %
78	Rodon Pedrason. "Peran Diplomasi Pertahanan Indonesia terhadap Pembangunan Kanal Kra untuk Menjaga Stabilitas Keamanan ASEAN", <i>Jurnal Sains Sosio Humaniora</i> , 2021 Publication	<1 %
79	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
80	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
81	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
82	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
83	dosen.univpancasila.ac.id Internet Source	<1 %
84	journal.iain-samarinda.ac.id Internet Source	<1 %
85	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %

86	thesis.umy.ac.id Internet Source	<1 %
87	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
88	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
89	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
90	ms.investing.com Internet Source	<1 %
91	repository.unib.ac.id Internet Source	<1 %
92	adoc.tips Internet Source	<1 %
93	anzdoc.com Internet Source	<1 %
94	holiskakashi.blogspot.com Internet Source	<1 %
95	imamuna.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
96	Mahmud Yusuf. "PENYELENGGARAN RUMAH SAKIT BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH: STUDI PADA RUMAH SAKIT ISLAM	<1 %

BANJARMASIN", At-Taradhi: Jurnal Studi
Ekonomi, 2019

Publication

97	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
98	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
99	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
100	dedewijaya.wordpress.com Internet Source	<1 %
101	diansuhendri.blogspot.com Internet Source	<1 %
102	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
103	ilmuwanmuda.wordpress.com Internet Source	<1 %
104	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
105	pelajaranipadanips13.blogspot.com Internet Source	<1 %
106	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
107	rafliberto.blogspot.com Internet Source	<1 %

108	repository.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
109	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
110	sichesse.blogspot.com Internet Source	<1 %
111	wongalus.wordpress.com Internet Source	<1 %
112	www.cnbcindonesia.com Internet Source	<1 %
113	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
114	Asep Nursangaji, Hamdani Hamdani. "TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP LAYANAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR", Jurnal AlphaEuclidEdu, 2020 Publication	<1 %
115	afidburhanuddin.wordpress.com Internet Source	<1 %
116	muhamadamru.wordpress.com Internet Source	<1 %
117	sripsiku.blogspot.com Internet Source	<1 %

118 Asmaul Husna, Marliyah Marliyah, Haris Al Amin, Julfan Saputra, Wahyu Syarvina. "Analisis Tingkat Literasi Nasabah Bank Syariah Pada Kontrak Murabahah", Jurnal EMT KITA, 2021 $<1\%$

119 journal.uinjkt.ac.id $<1\%$
Internet Source

120 repositori.ukdc.ac.id $<1\%$
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches

<1 words

Exclude bibliography On