

***Factors Affecting The Millennial Generation's Decision to Take Islamic
Mortgage (KPR)***

By Sheikha Najla Jamal

Abstract

Property prices have increased from year to year, causing difficulties for the millennial generation in owning a place to live, however, sharia Home Ownership Loans have also increased. This is also supported by the results of Rumah.com research in 2019 which says that the millennial generation tends to consider financing through Islamic mortgages. Therefore, the purpose of this study is to determine the effect of price, location, service, and sharia brand image on the decision to take an Islamic KPR. This research uses quantitative type and primary data obtained from taking questionnaires from millennials who have taken Islamic KPR products in Jabodetabek totaling 100 respondents. This research uses analysis techniques with the help of SmartPLS software. Data testing uses outer model, inner model, and hypothesis testing. Based on the results of r-square showing a value of 0.661, it is concluded that price, location, service, and sharia brand image can be explained by 66.1% and by other variables by 33.9%. The results of hypothesis testing show that the price variable has a significant influence on the decision to take Islamic mortgages, the location variable has a significant influence on the decision to take Islamic mortgages, and the sharia brand image variable has a significant influence on the decision to take Islamic mortgages. However, the service variable has no significant effect on the decision to take Islamic mortgages.

Keywords : *decision making, Islam mortgages, millennial generation*

Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Generasi Milenial Dalam Mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah

Oleh Sheikha Najla Jamal

Abstrak

Harga properti dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang menyebabkan kesulitan bagi generasi milenial dalam memiliki tempat tinggal, namun demikian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah juga mengalami kenaikan. Hal tersebut juga didukung dengan hasil riset Rumah.com pada tahun 2019 yang mengatakan bahwa generasi milenial cenderung menganggap pembiayaan melalui KPR syariah. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, pelayanan, dan *brand image sharia* terhadap keputusan mengambil KPR syariah. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dan data primer didapatkan dari pengambilan kuesioner pada generasi milenial yang pernah mengambil produk KPR syariah di Jabodetabek sejumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis dengan bantuan *software* SmartPLS. Pengujian data menggunakan outer model, inner model, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil *r-square* menunjukkan nilai 0,661 disimpulkan bahwa harga, lokasi, pelayanan, dan *brand image sharia* dapat dijelaskan sebesar 66,1% dan oleh variabel lain sebesar 33,9%. Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR syariah, variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR syariah, dan variabel *brand image sharia* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR syariah. Namun, variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan KPR syariah.

Kata kunci: generasi milenial, keputusan pengambilan, KPR syariah