



**FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN GENERASI
MILENIAL DALAM MENGAMBIL KREDIT PEMILIKAN
RUMAH (KPR) SYARIAH**

SKRIPSI

SHEIKHA NAJLA JAMAL 2010116052

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**



**FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN GENERASI
MILENIAL DALAM MENGAMBIL KREDIT PEMILIKAN
RUMAH (KPR) SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

SHEIKHA NAJLA JAMAL 2010116052

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sheikha Najla Jamal

NIM : 2010116052

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Januari 2024
Yang menyatakan,



(Sheikha Najla Jamal)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sheikha Najla Jamal
NIM : 2010116052
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Faktor yang Memengaruhi Keputusan Generasi Milenial dalam Mengambil Kredit
Pemilikan Rumah (KPR) Syariah**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Sheikha Najla Jamal)

SKRIPSI

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN GENERASI
MILENIAL DALAM MENGAMBIL KREDIT PEMILIKAN
RUMAH (KPR) SYARIAH**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SHEIKHA NAJLA JAMAL 2010116052

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 10 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Fitri Yetty, M.M.
Ketua Penguji



Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.
Penguji I



Prima Dwi Privatno, B.A, M.E.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Januari 2024

***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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : JIRS, Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Hari ini Rabu, tanggal 10 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Sheikhha Najla Jamal
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116052
Program : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN GENERASI MILENIAL DALAM
MENGAMBIL KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH"**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus *)*

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Fitri Yetty, M.M.	Ketua	1.
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Anggota I	2.
3	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Anggota II **)	3.

Keterangan:

**) Coret yang tidak perlu*

****) Dosen Pembimbing*

Jakarta, 10 Januari 2024

Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi S1 Ekonomi Syariah

Ade Nur Rohini, S.H.I, M.E.I, CDIF

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. karena dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Generasi Milenial Dalam Mengambil Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Program Sarjana (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis menyadari bahwa seluruh pencapaian ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E. sebagai dosen pembimbing skripsi atas arahan, kritik, dan saran dalam setiap tahap penyusunan skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama studi.

Paling utama penulis ucapkan terima kasih untuk orang tua, Ayah Nurjamal, S.Pd.I. dan Mama Manisah, S.Pd. Lalu adik-adik Najih dan Zakky yang telah memberikan doa dan dukungan dalam proses penulisan skripsi. Serta terima kasih kepada Rico Ega Proyogi sebagai *support system* dari SMP, SMA, kuliah hingga proses penulisan skripsi.

Penulis ucapkan terima kasih juga kepada Saka, Amaliyah, Sabina, Fathya, Tasya, dan Zahran yang menjadi teman bertukar pikiran disaat penulisan skripsi ini. Kepada geng pppp yakni Ridha, Nailah, dan Aysha sebagai teman seperjuangan selama proses perkuliahan. Lalu juga terima kasih penulis ucapkan kepada Syahla dan Salsa selaku sahabat yang selalu support hingga saat ini. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Jakarta, 10 Januari 2024

Sheikha Najla Jamal

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengambilan Keputusan	10
2.1.2 Harga	12
2.1.3 Lokasi	15
2.1.4 Pelayanan	17
2.1.5 <i>Brand Image Sharia</i>	19
2.1.6 Generasi Milenial	21
2.1.7 KPR Syariah	22

2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Model Penelitian	39
2.4	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran	41
3.1.1	Definisi Operasional	41
3.1.2	Pengukuran Variabel	42
3.2	Populasi dan Sampel	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1	Jenis Data	44
3.3.2	Sumber Data	45
3.3.3	Pengumpulan Data	45
3.4	Teknik Analisis Data	45
3.4.1	Analisis Data Deskriptif	45
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	46
3.4.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
3.4.4	Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	48
3.4.5	Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	50
4.2	Deskripsi Data Penelitian	50
4.2.1	Deskripsi Data Responden	50
4.3	Analisis Data Deskriptif	53
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis	59
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.4.2	Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	63
4.4.3	Uji Hipotesis	64
4.5	Pembahasan	66
4.5.1	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pengambilan KPR Syariah	66
4.5.2	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pengambilan KPR Syariah	68

4.5.3 Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan KPR Syariah	70
4.5.4 Pengaruh <i>Brand Image Sharia</i> terhadap Keputusan Pengambilan KPR Syariah	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	36
Tabel 2. Skala Likert	42
Tabel 3. Indikator Pengukuran Variabel	43
Tabel 4. Interpretasi dari Nilai Responden	47
Tabel 5. Indeks <i>Alpha Cronbach</i>	48
Tabel 6. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 7. Karakteristik Berdasarkan Usia	51
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	52
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Domisili	52
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Pembelian Rumah dengan KPR Syariah	53
Tabel 12. <i>Loading Factor</i>	59
Tabel 13. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 14. Uji Reliabilitas	62
Tabel 15. <i>R-Square</i>	63
Tabel 16. Uji T-statistik	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tren Pembiayaan Perumahan Syariah 2019-2023	1
Gambar 2. Cara Pembayaran Pembelian Properti Rumah	2
Gambar 3. Perkembangan Indeks Harga Properti Triwulan II 2023	4
Gambar 4. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer	39
Gambar 5. Tanggapan Responden Terhadap variabel Keputusan Pengambilan KPR Syariah	54
Gambar 6. Tanggapan Responden Terhadap variabel Harga	55
Gambar 7. Tanggapan Responden Terhadap variabel Lokasi	56
Gambar 8. Tanggapan Responden Terhadap variabel Pelayanan	57
Gambar 9. Tanggapan Responden Terhadap variabel Brand Image Sharia	58
Gambar 10. <i>Loading Factor</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Lampiran 3. Data Kuesioner 105 Responden

Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 6. Output Outer Model PLS

Lampiran 7. Hasil Output Model PLS

Lampiran 8. Lembaran Monitoring Bimbingan