

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, I., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2021). Implementasi Akad Ba'i Istishna dan Ba'i Taqsith Pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah (Non Bank) di Perumahan Islami Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(1), 72–87. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.189>
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 05(09), 526–535. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.006>
- Alif, M. M. (2021). Analisis Theory of Reasoned Action Serta Pengaruh Price, Location Dan Developer'S Reputation Terhadap Purchase Intention Pada Apartemen Di Sidoarjo. *Business and Finance Journal*, 6(1), 27–37. <https://doi.org/10.33086/bfj.v6i1.1977>
- Alserhan, B. A. (2015). *The Principles of Islamic Marketing* (2nd ed.). Gower Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/_/opTmCgAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amanda, N., & Ibadillah, M. N. (2023). Pengaruh Faktor Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Generasi Millennial Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1).
- Amin, H. (2020). Examining the Influence of Factors Critical For the Consumer to Accept the Offered Islamic Home Financing. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(7), 1379–1402. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2018-0110>
- Ananda, D., & Kadariah, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) Menggunakan Produk Pembiayaan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) Pada PT.

- Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. *Jurnal MAIBIE (Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic)*, 1(1), 235–248.
- Annisa, S., Sobari, N., & Usman, H. (2021). Intensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah Pada Bank Syariah Di Indonesia. *SOSAINS: Jurnal Sosial Sains*, 1(8), 853–867. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i8.189>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi pada PT. Kentanix Supra Internasional). *Ikraith Ekonomika*, 4(3). <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Arifin, A. L. (2021). Karakter Kepemimpinan Cendekia pada Generasi Milenial. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 20(1), 1–15. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v10i1.750>
- Aryani, I., Kamilah, K., & Harahap, M. I. (2023). the Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on the Purchase Decision of Lip Tint Implora Cosmetics. *Indonesian Interdisciplinary Jpurnal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(3), 1420–1435. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Asyahri, Y., & Ariyani, L. (2022). Analisis Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan KPR di PT. Bank BTN Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 2(2), 83–99. <https://doi.org/10.30984/maqrizi.v2i2.279>
- Aulia, S. S., Rimbodo, D. S., & Wibowo, M. G. (2021). Faktor-faktor yang Memengaruhi Nilai Tukar Petani (NTP) di Indonesia. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 6(1), 44–59. <https://doi.org/10.33476/j.e.b.a.v6i1.1925>
- Auliya, C., & Susianto, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Kredit Perumahan Rakyat (KPR) Pada Pt Bank Sumut Syariah KCP Kota Baru Marelan. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 825–836. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/813>
- Avianti, R. I. (2022). Pengaruh Pendapatan, Religiuisitas, Pelayanan, dan

- Pemasaran Terhadap Profitabilitas Bank Syariah dengan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Pemilikan Rumah Syariah Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(2), 252–266. <https://doi.org/10.35313/jaief.v2i2.3216>
- Ayyuna, R. N., Effendi, I., & Amelia, W. R. (2021). Pengaruh Leverage Ratio terhadap Return Saham pada Perusahaan Food and Beverages di Sumatera Utara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 51–56. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.468>
- Aziz, M. S. (2022). Preferensi Penawaran Kredit Kepemilikan Rumah Syariah Perspektif Fatwa DSN MUI. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 555–564. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.2161>
- Azizuddin, I., & Bahri, S. (2021). Implementasi Ta'widh pada Pembiayaan KPR Studi Kasus di BTN Syariah Cabang Jombang. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 6(1).
- Benu, F. L., & Benu, A. S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian dan Lainnya* (B. K (ed.); 2nd ed.). KENCANA.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (A. Said, I. Budiati, T. R. B. Rahayu, & A. P. Raharjo (eds.); 1st ed.). Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. www.freepik.com
- Chandra, F., Chakim, M. H. R., Arribathi, A. H., Tarmizi, R., Languyu, Y., Khairani, L., Marjuki, A., Chandra, R., Sugina, S., Maulidizen, A., Maghfirah, N., Fretes, A. V. C. de, Reken, F., Sampe, F., Adinda, D., & Almahdali, F. (2023). *Pengantar Manajemen dan Bisnis* (R. Mukhlisiah (ed.)). PT Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=OsvKEAAAQBAJ&lpg=PA15&ots=mN-5tg6Q00&dq=teori pengambilan keputusan&lr&pg=PR2#v=onepage&q=teori pengambilan keputusan&f=false>
- Dameria, T. E., & Nursyanti, Y. (2022). Penentuan Penyedia Jasa Trucking di PT

- Yicheng Logistics Dengan Menggunakan Metode SAW (Simple Additive Weighting). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 210–222. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i3i3.49>
- Darifah, D., Imaningsih, E. S., & Permana, D. (2023). The Influence of Product Quality, Promotion and Role of Influencers on Customer Trust and Their Implications in Financing Decisions at KPR Bank XYZ Syariah. *DIJDBM: Dinasti Internation Journal of Digital Business Management*, 4(3). <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Dianty, H. N., Nursyamsiah, T., & Hasanah, Q. (2022). Pengaruh Guncangan Makroekonomi dan Kebijakan Pelonggaran Financing to Value terhadap Penyaluran KPR Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 8(03), 2725–2732. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6360%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/6360/2770>
- Duryadi, D. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (J. T. Santoso (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja.
- Ering, A., & Waney, M. (2021). Penatua Generasi Milenial dalam Pendidikan dan Keagamaan (Studi Kasus pada Penatua GMIM di Wilayah Tomohon 3). *Jurnal Manajemen Pendidikan Kristen*, 1(2), 83–92. <http://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/jmpk/article/view/727%0Ahttps://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/jmpk/article/download/727/570>
- Fadhillah, F., & Haryanti, I. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 125–139.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Publisher.
- Fanulece, T. D., & Soediantono, D. (2022). Manajemen Rantai Pasok pada Industri Pertahanan di Era Industri 4.0 dan Digital. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 3(4).
- Gadeng, A. N., Risna, N., & Taher, A. (2019). Manfaat Rumah Susun Sederhana Sewa (Rusunawa) Bagi Masyarakat yang Berpendapatan Menengah ke Bawah

- di Gampong Keudah Kecamatan Kutaraja Kota Banda Aceh. *Jurnal Pendidikan Geosfer*, 4(1).
- Ganiardi, M. A. (2020). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Geografi Pengembangan Perumahan Penduduk Berbasis Komponen. *Jurnal JUPITER*, 12(2), 37–46.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) (IV)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.researchgate.net/publication/289674653_Structural_Equation_Modeling_Metode_Alternatif_dengan_Partial_Least_Squares_PLS
- Grahadyarini, B. L. (2023). Minat Pasar Perumahan 2023 Diprediksi Melaju. *PT Kompas Media Nusantara*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/03/16/minat-pasar-perumahan-2023-diprediksi-melaju>
- Habibi, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengambilan Produk KPR Syariah (Studi Kasus: Bank X Syariah Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7176>
- Hadi, S. (2019). Strategi Penetapan Harga Komoditas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1(2), 165–181. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v1i2.54>
- Hadija, H., Nuriatullah, N., & Nurfitriani, N. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 37–55. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.10.37-55>
- Hair, J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications. https://www.google.co.id/books/edition/_/6z83EAAAQBAJ?hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjX2Lb0temBAxWX3TgGHYPVA8YQre8FegQIKxAi
- Hairudin, H., & Hasbullah, H. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra

- Saburai Properti. *Jurnal Revenue: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 715–726.
- Hariani, M., & Irfan, M. (2022). Correlation of Location and Marketing Communication with Housing Purchase Decisions. *International Journal of Service Science*, 1(2), 8–12.
- Hasbiya, S., & Manggala, I. (2022). Analisis Kualitas Properti dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim KPR Syari'ah Non-Bank. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*, 1(2), 85–90. <https://doi.org/10.29313/jrps.v1i2.1477>
- Hendrawan, A. K., & Hendrawan, A. (2020). Gambaran Tingkat Pengetahuan Nelayan tentang Kesehatan dan Keselamatan Kerja. *Jurnal Saintara*, 5(1).
- Hendry, R. S. M. (2021). Pengaruh Aksesibilitas Lokasi dan Suku Bunga Kredit Terhadap Minat Beli Pada Perumahan Wira Asri Rantauprapat. *EBMA: Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2).
- Hisanuddin, I. I. (2015). Pengaruh Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Di Kota Bandung). *Scientica*, 2(2), 87–100.
- Idris, M., Maupa, H., Muis, M., & Pono, M. (2020). Membangun Konsep Brand Religiosity Image Dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori dan Penelitian Empiris yang Relevan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 14–21. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.929>
- Indonesia, B. (2023). Survei Harga Properti Residensial. In *BANK INDONESIA - BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA*.
- Irawan, F. (2019). Determinan Konsumen dalam Pembelian Rumah (KPR) Developer Syariah. *Widya Balina: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ekonomi*, 4(1).
- Ismail, Z. (2022). Pasca Pandemi Covid-19, Minat Pembelian Properti Meningkatkan 18%. *PT. ANSMEDGO*. <https://ligo.id/pasca-pandemi-covid-19-minat-pembelian-properti-meningkat-18/>
- Kahar, R. (2021). Pemanfaatan Sistem Informasi Sebagai Saran Interaksi dalam Pengambilan Keputusan (Studi Kasus Penetapan Peserta Sertifikasi Guru Pada Seksi Pendidikan Agama Islam Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik). *PARJA Obsever: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 1(1), 51–58.

- Kasmir, K. (2017). *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Kayawati, L., & Kurnia, E. (2021). Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3(3).
- Khairunnisa, V., & Jannah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. BPRS Puduarta Insani. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 42–43.
- Khalilurrahman, I. (2023, May 29). Determinan Keputusan Nasabah dalam Memilih KPR Syariah. *Republika.Co.Id*.
<https://republika.id/posts/41332/determinan-keputusan-nasabah-dalam-memilih-kpr-syariah>
- Khan, M. Y., Ud Din, S., Khan, M. J., & Javeed, A. (2021). Dynamics of Selecting Islamic Home Financing. *International Journal of Finance and Economics*, 26(2). <https://doi.org/10.1002/ijfe.2051>
- Komunikasi, D. (2023). SHPR TRIWULAN II 2023: HARGA PROPERTI RESIDENSIAL MENINGKAT. *BANK INDONESIA - BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA*. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2522323.aspx#:~:text=Indeks Harga Properti Residensial \(IHPR,%2C79%25 \(yoy\)\)](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2522323.aspx#:~:text=Indeks Harga Properti Residensial (IHPR,%2C79%25 (yoy))).
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2017). *Principles of Marketing* (S. Adam & S. M. Denize (eds.); 13th ed.). Pearson Australia.
https://www.google.co.id/books/edition/Principles_of_Marketing/KndhuwEACAAJ?hl=en
- Kurniawan, C., Dewi, L. C., Maulatsih, W., & Gunadi, W. (2020). Factors Influencing Housing Purchase Decisions of Millennial Generation in Indonesia. *International Journal of Management*, 11(4), 350–365.
<https://doi.org/10.34218/IJM.11.4.2020.035>
- Leonard, B. (2020, July 21). Cicilan Syariah Makin Populer, Tingkat Kepuasan Terhadap Iklim Properti Meningkat. *Rumah.Com by PropertyGuru*.
<https://www.rumah.com/panduan-properti/cicilan-syariah-makin-populer-tingkat-kepuasan-terhadap-iklim-properti-meningkat-30173>

- Lestari, A., & Hasibuan, M. Z. (2021). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SUBSIDI MULIA GARDEN (STUDI KASUS PERUMAHAN SUBSIDI MULIA GARDEN DESA NAGA REJO). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 46–56.
- Lestari, V., Utomo, H. S., & Indarwanta, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 26(1), 71. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v26i1.8568>
- Lumbantoruan, A., & Jannah, N. (2019). Deskripsi Sikap Peserta Didik Terhadap Fisika. *S P E K T R A: Jurnal Kajian Pendidikan Sains*, 5(2). <https://doi.org/10.32699/spektra.v5vi2i.109>
- Mae, M. (2023). *Wahai Capres, Ada 12,7 Juta Keluarga Miskin Tak Punya Rumah*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230808100831-128-461042/wahai-capres-ada-127-juta-keluarga-miskin-tak-punya-rumah>
- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subisidi Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Stiepertiba*, 6(1), 96–104. <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/94>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Marwal, M. R., & Halid, S. J. (2021). Implementasi Etika Transaksi Jual Beli dalam Islam pada Pasar Tradisional di Watampone. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 4(2).
- Mubayyanah, M., Kunaifi, A., Rahman, F., & Rosyid, A. (2019). Ragam Menu, Harga, Dan Lokasi: Pengaruhnya Terhadap Pelanggan Restoran? *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 55–80. <https://ejournal.idia.ac.id/index.php/masyrif/article/view/220>
- Muqorobin, A., & Fahmi, A. S. R. (2020). Model jual beli kredit (angsuran) pada Lembaga Keuangan Islam Non-Bank (Studi Kasus di Lembaga Keuangan Islam Non-Bank Kota Ponorogo). *Al Tijarah*, 6(2), 118.

<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i2.4808>

- Muttaqin, A. (2022). Hillah Hukmi dalam Pengembangan (Legal Reform) Fatwa DSN MUI Tentang Pelaksanaan PPR Inden Syariah. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 8(1), 54–78. <https://doi.org/10.29062/faqih.v8i1.548>
- Mysarah, M., Iskandar, R., & Ramadhani, S. (2023). The Influence of Socio-economic Conditions on Customers Decisions to use Subsidized KPR at the BTN Syariah KCP Bukittinggi Bank. *Jurnal Scientia*, 12(3).
- Nafiah, N., & Pratama, A. A. N. (2021). Pengaruh Customer Intimacy, Promosi, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Godean 3 dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Transformatif*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/10.23971/tf.v5i2.3182>
- Nainggolan, D. C., Nazar, D. M., Hosnah, A. U., & Febrianty, Y. (2023). Cessie in the Guarantee of Rights of Responsibility Reviewed From the Civil Code. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(6).
- Nanda, S., Azhar, I., & Indah, D. R. (2022). DETERMINAN KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT (Studi Kasus pada Nasabah KPR Subsidi Bank Aceh Syariah Cabang Langsa). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(5), 243–253. <https://doi.org/10.33059/jmas.v2i5.6074>
- Novisari, L., & Dahesihsari, R. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pindah Kerja pada Karyawan Generasi Milenial di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 8(1), 20–33. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&p;ots=HjrHeuS_
- Nuraini, A. (2022). Penerapan Akad Murobahah Pada Jual Beli Perumahan. *At Tujjar*, 10(02), 112–128. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/atTujjar/article/view/5002%0Ahttp://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/atTujjar/article/download/5002/3483>

- Nurhidayat, N. (2020). Muslim Milenial dan Gerakan Ekonomi Islam Indonesia. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), 131–140. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.638>
- Nurmala, R., Mubarak, J., & Hasanudin, M. (2020). Penerapan Akad Istishna' Pada KPR Syariah Aster Village Ciwastra di PT Royal Bridea Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, VII(1), 1–14.
- Nuryani, I., Kosim, A. M., & Yono, Y. (2022). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk KPR Syariah: Studi kasus Bank BTN Syariah KCU Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 991–1008. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2410>
- Olivia, H., Tanjung, D. F., & Sugianto, S. (2020). Pengaruh Margin Keuntungan dan Biaya Administrasi Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Kpr Syariah Pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai. *Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains (SAINTEKS)*, 521–529.
- Perumahan, D. P. (2019). Kawal Isu Perumahan. *Ditjen Penyediaan Perumahan Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat*, 1–60.
- Pradana, F. A. (2019). Pemberian Beasiswa Studi oleh Institusi Pendidikan: Beban atau Investasi? *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 3(2). http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- Pratama, D., & Nasikh, N. (2021). Analisis Pengaruh Promosi dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(7), 638–647. <https://doi.org/10.17977/um066v1i72021p638-647>
- Putri, S. F. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN KREDIT KEPEMILIKAN RUMAH SYARIAH (Studi pada Bank Umum Syariah di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 10(1).

- Qorizah, A., & Prabowo, P. S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 149–161. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Rafidah, R., & Lasika, M. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 3(2), 57. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i2.535>
- Raharjo, N. P., & Winarko, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(1). <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i1.3795>
- Rahmawati, E., & Budiharjo, A. (2019). , Akad, Harga Rumah, Ketersediaan Informasi dan Pelayanan Bank Terhadap Keputusan Mengambil KPR Syariah (Studi pada Dosen dan Karyawan Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(1).
- Rinaldi, A., & Atifah, K. (2021). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Kpr Pada Pt. Dzakiyah Mabrukah Gemilang. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE*, 2(1), 82–105. <https://doi.org/10.24014/ibf.v2i1.13894>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (A. H. Zein & G. D. Ayu (eds.); 1st ed.). DEEPUBLISH. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Safitri, H., Thantawi, T. R., & Suryani, E. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT MENGAJUKAN PEMBIAYAAN KPR DI BTN SYARIAH (Studi Kasus di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *Sahid Banking Journal*, 1(01), 97–111. <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v1i01.22>
- Santi, M., Nuraini, A., & Aziz, A. (2022). Kualitas Pelayanan Konsumen Kacamata Ekonomi Islam. *At-Tujjar*, 10(01), 181–183.

- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Sastypratiwi, H., & Nyoto, R. D. (2020). Analisis Data Artikel Sistem Pakar Menggunakan Metode Systematic Review. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 6(2), 250. <https://doi.org/10.26418/jp.v6i2.40914>
- Satria, A., Marselina, M., & Wahyudi, H. (2022). Consumer Perceptions in the Selection of Non-Bank Sharia House Ownership in the City of Bandar Lampung. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, 5(3), 24061–24073. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6430>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Customer Behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif*. Penerbit Andi. https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Deskriptif/qOH7DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Soumena, F. Y., & Qayyum, N. (2022). Determinan Variabel Word of Mouth (Wom) Dan Islamic Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Properti Syariah (the Mata Residence Kabupaten Gowa). *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 11–31. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i1.268>
- Stoner, J. A. F. (2017). *Manajemen* (A. Sindoro (ed.); 1st ed.). PT Prahallindo.
- Suardi, N. R., Huda, N., & Rini, N. (2022). Intensi Generasi Milenial Kota Banda Aceh terhadap Produk KPR Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2545–2554. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6419>
- Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (S. Sutopo (ed.); 2nd ed.). Penerbit Alabeta Bandung.
- Suherli, I. R., Yusup, D. K., Rohman, H. F., Habibie, A., & Marjuqi, A. I. (2023).

- Manfaat Diskon dan Cash Back Terhadap Volume Penjualan Properti Syariah Selama Pandemi Covid-19. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 8(2), 275–294.
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram RACI (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 2(1). <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2021.v2-no1-35-44>
- Supriatna, I., & Iswandi, I. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Pemasaran Rumah Pada Pt. Propertindo Jaya Bersama Bekasi. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 573–578. <https://melatijournal.com/index.php/Metta/article/view/193%0Ahttps://melatijournal.com/index.php/Metta/article/download/193/175>
- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hermintari, N. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Anggotabmt Ugt Nusantara Cabang Glenmore. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(2), 115–130. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v3i2.1658>
- Susila, J. K. R., Laksono, P., & Afit, M. (2022). Rancang Bangun Robo-Advisor untuk Pendanaan Rumah Syariah Berbasis Aplikasi Bergerak. *MIND (Multimedia Artificial Intelligent Networking Database) Journal*, 7(1), 98–110.
- Sutanto, H., Maranatha, W., & Wata, P. M. M. (2019). Decision to Purchase a House in Sikka Regency. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 3(9), 24–27. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3483901>
- Syahputra, A., Nasution, M. S., Razali, R., & Nadilla, T. (2021). Sosialisasi Ekonomi Syariah Bagi Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Siswa Dayah Terpadu Al-Muslimun). *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8093>
- Syarif, A. H., Bahrudin, M., & Tamara, O. (2020). the Effect of Premium Prices and Brand Image on the Decisions of Sharia Insured Customers (Study on Lampung Sharia Prudential Insurance). *Al-Mashraf*, 1(2).
- Thompson, A. (2017). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases* (M. Peteraf, J. E. Gamble, & A. J. Strickland (eds.); 21st ed.). McGraw-Hill Education.

https://www.google.co.id/books/edition/Crafting_and_Executing_Strategy/S7h_vgAACAAJ?hl=en

- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (2nd ed.). Andi Publisher.
https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Jasa_Prinsip_Penerapan_dan_Pen/FJrwzweAACAAJ?hl=en
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction* (4th ed.). Andi Publisher.
- Trihudiyatmanto, M., Prananditya, A., & Iqbal, M. A. (2022). Brand Image Islamic: Halal Food Product Quality in Relationship To Repurchase Intention. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 4(1), 1–16.
<http://dx.doi.org/10.21580/jdmhi.2022.4.1.8291>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1).
<https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/article/download/44/29>
- Widiati, W. (2022). likan Rumah (KPR) Subsidi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Banjarbaru. *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(1).
<https://doi.org/10.35722/pubbis>
- Widyana, B. A., & Nurhidayati, M. (2022). Pengaruh Display Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 157–174.
- Wijaya, D. D., & Anastasia, N. (2021). Pertimbangan Generasi Milenial Pada Kepemilikan Rumah dan Kendala Finansial. *Jurnal Manajemen Aset Dan Penilaian*, 1(2), 11–20. <https://jmap.mappi.or.id/index.php/journal-penilai/article/view/23>
- Zakharia, M. S., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Syariah (7P) terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 835–852.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1122>
- Zeithaml, V., Wilson, A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2020). *Services Marketing:*

Integrating Customer Service Across the Firm (4th ed.). McGraw-Hill Education.

https://www.google.co.id/books/edition/EBK_Services_Marketing_Integrating_Custo/9skvEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0

Zhang, P., & Nuangjamnong, C. (2022). Factors Influencing the Purchase Decision of Bangkok Building Property in the Context of New Normal Life Situation. *International Research E-Journal on Business and Economics*, 7(1), 44–60. <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/aumitjournal/article/view/6280>

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>